

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian berlokasi di Kantor J&T Express (PT Global Jet Express) Landmark Pluit, Jl. Pluit Selatan Raya No.9,10, RT.4/RW.9, Pluit, Kec. Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14450. Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 9 dan 10 Juli tahun 2022.

3.2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan sesuai dengan rumusan dan tujuan masalah adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menjelaskan dan menggambarkan tentang manajemen *event* yang dilakukan oleh *public relations* melalui *event* virtual dalam mempertahankan *brand image* perusahaan. Pengertian pendekatan kualitatif menurut Steven Dukeshire dan Thurlow (dalam Sugiyono : 2020) yaitu :

“Qualitative research involves the use of nonnumerical data and often entails the collection and analysis of narrative data. Qualitative research methods are particularly useful for gaining rich, in depth information concerning an issue or problem as well as generating solutions. Examples of qualitative research methods include focus groups (where selected individuals participate in a discussion on pre-specified topics), in depth interviews, and participant observation (where the researcher acts as both participant and observer in gathering information concerning an ongoing process)”.

(Penelitian kualitatif berkenaan dengan data yang bukan angka, mengumpulkan dan menganalisis data yang bersifat naratif. Pendekatan penelitian kualitatif terutama digunakan untuk memperoleh data yang kaya, informasi yang mendalam tentang isu atau masalah yang akan dipecahkan.

Pendekatan penelitian kualitatif menggunakan *focus group*, *interview* secara mendalam, dan observasi berperan serta, dalam mengumpulkan data).

Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan keilmuan manajemen *event*. Melalui pendekatan ini diharapkan dapat menguraikan bagaimana peran komunikasi sangat penting dalam kehidupan, dan bagaimana *public relations* dari J&T Express menerapkan strategi melalui penyelenggaraan *event* virtual J&T Super Seller untuk mempertahankan *brand image* perusahaan.

3.3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan di lapangan adalah deksriptif, menurut Sugiyono (2020) analisis ini dilakukan dengan cara memilih data yang penting, baru, unik, dan terkait dengan rumusan masalah atau pertanyaan penelitian. Analisis didasarkan pada seluruh data yang terkumpul, melalui berbagai teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam, dokumentasi dan triangulasi.

3.4. Operasionalisasi Konsep

Menurut Ismail (2015) operasionalisasi konsep adalah proses untuk menurunkan konsep-konsep penelitian menjadi bagian-bagian supaya mudah dipahami dan dapat diukur. Konsep penelitian perlu dicari definisi operasional untuk dijabarkan ke dalam bagian-bagian atau dimensi yang lebih rinci agar dapat diukur. Setiap konsep terdiri dari beberapa indikator. Dalam penelitian ini, terdapat dua konsep penelitian yang akan di operasionalisasikan.

Berikut adalah tabel operasionalisasi konsep yang akan diteliti :

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep

Konsep dan Definisi Konsep	Dimensi	Aspek yang Digali
<p>Manajemen Event Manajemen <i>Event</i> adalah kegiatan profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan. Goldblatt (2013)</p>	a) <i>Riset</i> (Penelitian)	a) Kebutuhan b) Keinginan c) Ekspetasi
	b) <i>Design</i> (Desain)	a) Ide b) Kreativitas c) Karakteristik partisipan
	c) <i>Planning</i> (Perencanaan)	a) Tema event b) Waktu dan tempat pelaksanaan c) <i>Media relations</i> d) <i>Briefing Staff</i> e) Fasilitas f) Layanan Pendukung
	d) <i>Coordination</i> (Koordinasi)	a) Komunikasi b) Kerjasama c) Implementasi
	e) <i>Evaluation</i> (Evaluasi)	a) Dinamika Internal b) Dampak dan Pengaruh
<p>Brand Image <i>Brand Image</i> adalah pemaknaan kembali dari segenap persepsi terhadap merek yang dibentuk dari informasi dan pengalaman konsumen maupun pelanggan di masa lalu terhadap merek. Coaker, Tharpe, Simonson dan Schmitt (dalam Sitorus dkk : 2022).</p>	a) <i>Brand Identity</i> (Identitas Merek)	a) Logo b) Warna c) Slogan
	b) <i>Brand Personality</i> (Personalitas Merek)	a) Dinamis b) Kreatif dan Inovatif c) Gaya Hidup
	c) <i>Brand Association</i> (Asosiasi Merek)	a) Makna merek b) Diferensiasi produk c) <i>Positioning</i> produk
	d) <i>Brand Attitude and Behavior</i> (Sikap dan Perilaku Merek)	a) Interaksi b) Informasi

(Sumber : Olahan Peneliti 2022)

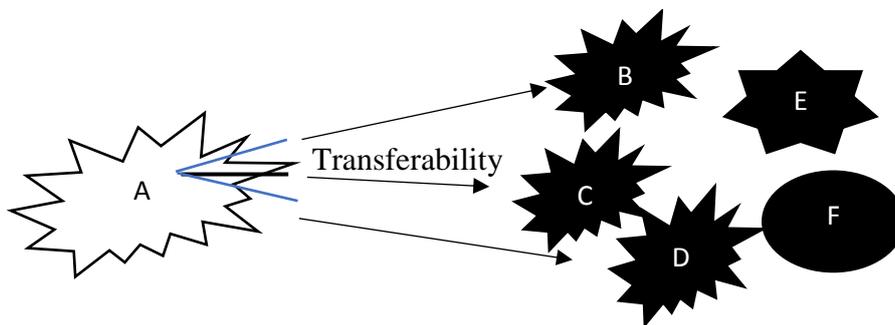
3.5. Teknik Penentuan Informan

Menurut Spradley (dalam Sugiyono : 2020) dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi tetapi dinamakan *social situation* atau situasi sosial yang

terdiri atas tiga elemen yaitu tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Pada situasi sosial atau objek penelitian ini peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas orang-orang yang ada pada tempat tertentu.

Dalam penelitian ini, informan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam Sugiyono (2013) *purposive sampling* adalah pengambilan sampel sumber data yang didasarkan dengan pertimbangan tertentu yang berkaitan dengan studi kasus yang sedang diteliti dan tujuan peneliti.

Gambar 3. 1 Teknik Penentuan Informan *Purposive Sampling*



(Sumber : Sugiyono (2020))

Pada penelitian kualitatif, peneliti memasuki situasi sosial tertentu kepada orang-orang yang dipandang tahu tentang situasi sosial tersebut. Pengambilan sampel tidak diambil secara acak. Hasil penelitian hanya berlaku untuk kasus situasi sosial tersebut. Hasil penelitian tersebut dapat ditransfer atau diterapkan ke situasi sosial (tempat) lain, apabila situasi sosial lain tersebut memiliki kesamaan dengan situasi sosial yang diterapkan.

Penentuan informan pada penelitian ini melalui pertimbangan karena informan dianggap yang paling mengetahui permasalahan yang akan diteliti. Untuk konsep manajemen *event* virtual, informan yang akan dimintai data adalah karyawan dari PT. Global Jet Express (J&T Express). Berikut adalah daftar nama informan yang akan diwawancarai oleh peneliti:

Tabel 3. 2 Data Informan

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Jabatan
----	------	------	---------------	---------

1	Aristo Heuston Pakasi (Key Informan)	26 Tahun	Pria	<i>Event and Partnership</i> PT. Global Jet Express (J&T Express)
2	Giya Novitryani (Informan Pendukung I)	26 Tahun	Wanita	<i>E-Commerce Relations</i> PT. Global Jet Express (J&T Express)

Penentuan informan untuk konsep *brand image* informan yang akan dimintai data adalah pebisnis online UMKM *e-commerce* yang menggunakan layanan J&T Express sebagai ekspedisi. Berikut adalah daftar nama informan yang akan diwawancarai oleh peneliti :

Tabel 3. 3 Data Informan

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Jabatan
1	Farid Wisnu Aji (Informan Pendukung II)	22 Tahun	Pria	<i>Owner Online Shop “Zhen Tech Solution”</i>

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data sesuai standar yang ditetapkan. Johnson dan Christensen (dalam Yusuf Zainal : 2015) mengartikan teknik pengumpulan data sebagai teknik untuk mendapatkan data secara fisik untuk dianalisis dalam suatu studi penelitian. Untuk diperoleh data yang baik, perlu dikembangkan instrumen yang baik dan sesuai dengan tujuan penelitian. Bila dilihat dari sumber datanya, menurut Sugiyono (2020) teknik pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Teknik pengumpulan data primer yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Dikutip dari Esterberg dalam Sugiyono (2020) wawancara adalah:

“a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic”.

(merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu).

Jenis wawancara yang akan dilakukan adalah wawancara semiterstruktur, wawancara ini digunakan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2020) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Bogdan (dalam Sugiyono : 2020) menyatakan hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih kredibel/dapat dipercaya kalau didukung oleh sejarah pribadi, hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.

- b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Sumber data sekunder yang didapatkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Buku

Pengumpulan data dilakukan menggunakan buku berisi teori dan metode yang sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan.

2. Jurnal / Penelitian Terdahulu

Melakukan studi pustaka dengan mengkaji hasil penelitian dari peneliti terdahulu yang memiliki topik yang sama dengan penelitiann yang sedang dilakukan yaitu manajemen *event*.

3. *Website / Internet*

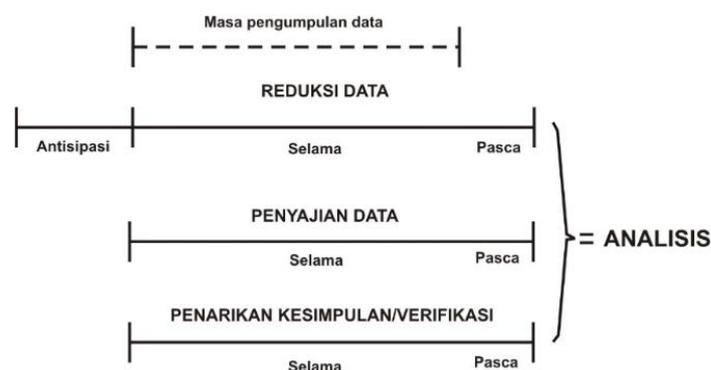
Dengan adanya kemajuan teknologi, internet mempermudah peneliti untuk menemukan data yang diperlukan dalam penelitian yang sedang dilakukan. Pengumpulan data yang dilakukan antara lain *browsing* dan *downloading* data-data yang relevan dan dibutuhkan dalam penelitian.

3.7. Teknik Analisis Data

Bogdan (dalam Sugiyono : 2020) menyatakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif adalah mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting, dan membuat kesimpulan yang dapat dijabarkan kepada orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono : 2020) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

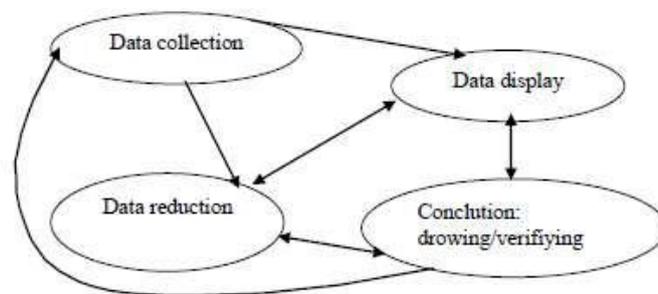
Gambar 3. 2 Analisis Data Kualitatif



(Sumber : Sugiyono (2020))

Selanjutnya mode interaktif menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono : 2020) dalam analisis data ditunjukkan sebagai berikut:

Gambar 3. 3 Mode Interaktif Miles dan Huberman



(Sumber : Sugiyono (2020))

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/objek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu teori dan tujuan yang akan dicapai.

3. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono : 2020) yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

4. *Conclusion Drawing / Verification* (Penarikan Kesimpulan / Verifikasi)

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kondensasi data adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, membuat abstraksi data aksi dari catatan lapangan, *interview*, transkrip, berbagai dokumen, dan catatan lapangan. Dengan menggunakan kondensasi data akan menjadi lebih mantap/kuat.

3.8. Uji Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2020) dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dikutip dari Sugiyono (2020), uji kredibilitas data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi menurut Wiliam Wiersma (dalam Sugiyono : 2020) adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.

Triangulasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik. Triangulasi teknik, berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Data dapat di cek dengan observasi, dokumentasi, ataupun kuisisioner. Untuk menguji keabsahan dari hasil penelitian, maka peneliti akan melakukan triangulasi teknik melalui dokumentasi dari peserta *event* virtual J&T Super Seller :

Tabel 3. 4 Data Triangulasi

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Jabatan
----	------	------	---------------	---------

1	Yosafat Kiki Dominicus	23 Tahun	Pria	<i>Owner</i> @dmncstore (Juara 1 <i>Event</i> Virtual J&T Super Seller)
2	Asih Susiyanti	23 Tahun	Wanita	<i>Co-Founder</i> @kainnesia (Juara 2 <i>Event</i> Virtual J&T Super Seller)
3	Satria Dwi Putra	27 Tahun	Pria	<i>Owner</i> @sdpcreative (Juara 3 <i>Event</i> Virtual J&T Super Seller)