

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN

Lokasi penelitian dilaksanakan SIT Auliya Jl. Jombang Raya No.49, Jombang, Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15414. Dengan waktu penelitian dari Bulan Agustus 2022 – November 2022.

B. PENDEKATAN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ia berusaha mencari makna suatu fenomena yang berasal dari pandangan-pandangan para partisipan serta mengidentifikasi (*culture sharing*) suatu komunitas, kemudian meneliti bagaimana suatu komunitas dalam mengembangkan pola-pola perilaku yang berbeda dalam satu waktu (etnografi) (Creswell, 2018). Dijelaskan pula bahwa penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang membuat penelitinya sangat tergantung pada informasi dari objek atau partisipan pada ruang lingkup yang luas, pertanyaan yang bersifat umum, pengumpulan data sebagian besar dari teks atau kata-kata partisipan, dan menjelaskan serta melakukan analisis terhadap teks yang dikumpulkan secara subjektif.

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus untuk menangkap fenomena-fenomena yang terjadi dalam objek yang diteliti. Penelitian studi kasus terdiri dari penyelidikan rinci, seringkali dengan bahan empiris yang dikumpulkan selama periode waktu tertentu dari kasus yang terdefinisi dengan baik untuk memberikan analisis konteks dan proses yang terlibat dalam fenomena tersebut. Terkait pertanyaan dalam metode studi kasus ini, hendak memahami fenomena secara mendalam bahkan mengeksplorasi dan mengelaborasinya.

Yin (dalam Rashid dkk, 2019) mendefinisikan bahwa studi kasus sebagai kegiatan penelitian empiris dengan menggunakan bahan empiris serbaguna yang dikumpulkan di beberapa cara yang berbeda, memeriksa peristiwa atau tindakan tertentu saat ini dalam lingkungan yang terbatas. Studi kasus bertujuan untuk melakukan penelitian intensif pada kasus tertentu, seperti individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat. Metode studi kasus memungkinkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penting, proses, dan hubungan. Metode ini lebih disukai ketika peneliti memiliki sedikit kontrol atas peristiwa.

Menurut Yin (dalam Nur'aini, 2020), metode penelitian studi kasus merupakan strategi yang tepat untuk digunakan dalam penelitian yang menggunakan pokok pertanyaan penelitian *how* atau *why*, sedikit waktu yang dimiliki peneliti untuk mengontrol peristiwa yang diteliti dan fokus

penelitiannya adalah fenomena kontemporer, untuk melacak peristiwa kontemporer. Pada metode studi kasus, peneliti fokus kepada desain dan pelaksanaan penelitian.

Sifat penelitiannya adalah deskriptif yaitu dengan melakukan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, gambar dan buku-buku. Laporan penelitian akan bersifat kutipan-kutipan atau untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berdasarkan dari naskah wawancara, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Menurut Yin (2018) penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena dalam konteks dunia nyata sehingga tidak ada manipulasi atau perubahan variabel-variabel bebas.

D. DESKRIPSI KONSEP

Konsep penelitian yang dibangun dalam penelitian ini adalah meneliti segala perilaku objek. Objek dalam hal penelitian ini adalah strategi *Public Relations* SIT Auliya dengan *RACE*, yang diuraikan sebagai berikut :

Konsep	Dimensi	Aspek yang Digali
Strategi <i>Public Relations</i> (Dilenschneider, 2022)	<p><i>1. Research :</i></p> <p>Melalui riset dilakukan identifikasi suatu kekuatan (<i>strenght</i>), kelemahan (<i>weakness</i>), peluang (<i>opportunity</i>) dan ancaman (<i>threats</i>) terhadap organisasi atau lembaga, menilai kesuksesan dan menginformasikan langkah selanjutnya dalam melakukan <i>PR</i>.</p>	<p>a. Cara identifikasi suatu kekuatan (<i>strenght</i>), kelemahan (<i>weakness</i>), peluang (<i>opportunity</i>) dan ancaman (<i>threats</i>) terhadap organisasi atau lembaga.</p> <p>b. Cara menilai kesuksesan dan menginformasikan langkah selanjutnya dalam melakukan <i>PR</i>.</p>
	<p><i>2. Analysis :</i></p> <p>Praktisi <i>PR</i> mengidentifikasi publik utama atau <i>audience</i>, yang diharapkan untuk berkomunikasi. Sangat penting juga untuk menyesuaikan tujuan, strategi, dan taktik <i>PR</i> untuk setiap publik.</p>	<p>a. Cara melakukan identifikasi publik utama.</p> <p>b. Cara menyesuaikan tujuan, strategi dan taktik <i>PR</i>.</p>
	<p><i>3. Communication :</i></p> <p>Praktisi <i>PR</i> menentukan waktu untuk membuat dan membingkai pesan serta mengidentifikasi apa pun hambatan dalam kegiatan kampanye. Kegiatan ini menjadi eksekusi yang terkoordinasi dari setiap strategi dan taktik yang telah ditentukan. Pada awalnya, tentukan tujuan untuk setiap kelompok, hasil apa yang ingin dicapai dan seberapa lama jangka waktunya.</p>	<p>a. Cara menentukan waktu untuk membuat dan membingkai pesan.</p> <p>b. Cara identifikasi hambatan dalam kegiatan kampanye.</p> <p>c. Cara menentukan tujuan untuk setiap kelompok praktisi <i>PR</i>, hasil yang ingin dicapai dan jangka waktu kegiatan kampanye.</p>

	<p><i>4. Evaluation :</i></p> <p>Strategi dan tujuan program yang tertulis harus dinyatakan dalam istilah yang dapat dinilai. Sehingga ketika telah mencapai tahap evaluasi, akan memiliki data yang dibutuhkan untuk mengevaluasi rencana aktivitas <i>PR</i>.</p>	<p>a. Alasan strategi dan tujuan program yang dinilai sukses.</p> <p>b. Cara menentukan data yang dibutuhkan untuk evaluasi rencana aktivitas <i>PR</i></p>
--	---	---

Tabel 3. 1 Deskripsi Konsep

E. SUMBER INFORMASI

Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, tidak dikenal dengan populasi dan sampel seperti dalam penelitian kuantitatif karena penelitian berangkat dari kasus keberadaan individu atau kelompok dalam situasi sosial tertentu dan hasilnya hanya berlaku pada situasi sosial itu. Subjek penelitian adalah memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan (Arikunto, 2016).

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer (Sugiyono, 2018).

Untuk mendapatkan informasi, dibutuhkan narasumber/informan yang memberikan data-data dari masalah penelitian. Metode penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive*. Sumber informasi yang dipilih secara *purposive* adalah Sebagai sampel sumber data yang ditetapkan secara sengaja untuk penelitian lazimnya didasarkan atas kriteria atau pertimbangan-pertimbangan (Sugiyono, 2018). Informan dalam penelitian ini adalah orang yang dianggap mengetahui kondisi nyata di lapangan yang dapat menyampaikan berbagai aspek dari pertanyaan-pertanyaan penelitian yaitu Bapak Muhamad Taslim selaku *Customer Division Head* SIT Auliya. Dipilih sumber informasi seperti tersebut diatas karena merupakan sumber asli yang berhubungan langsung dengan program-program yang menjalankan strategi *Cyber Public Relations* di SIT Auliya. Disamping *Customer Division Head* SIT Auliya, penelitian ini juga menjaring informan lain yang dapat memberikan gambaran-gambaran yang bersifat teknis dan operasional dari tahapan strategi *Cyber Public Relations* yaitu Bapak Joko Pranowo selaku Manajer Media dan Ibu Neneng Kuswati selaku Supervisor *Service Customer Division* SIT Auliya.

Informan dari penelitian ini terdiri dari 3 orang yaitu :

No.	Nama	Jabatan	Alasan dipilih menjadi informan
1	Muhamad Taslim (MT)	<i>Customer Division Head</i> SIT Auliya	Pembuat keputusan dalam menjalankan strategi <i>PR</i> SIT AULIYA
2	Joko Pranowo (JP)	Manajer Media <i>Customer Division</i> SIT Auliya	Manajemen program strategis dan operasional <i>PR</i> SIT AULIYA
3	Neneng Kuswati (NK)	Supervisor Service	Pelaksana teknis program strategis dan operasional <i>PR</i> SIT AULIYA

Tabel 3. 2 Informan Penelitian

Jumlah informan tersebut diharapkan dapat memperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian sehingga dapat diperoleh hasil yang maksimal.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2018). Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah publisitas media yang dilakukan SIT Auliya, buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai *Public Relations* menjaga loyalitas konsumen.

F. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data untuk penelitian ini menurut cara memperolehnya, dilakukan dengan dua pendekatan :

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan dengan menggunakan metode atau teknik wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan informan. Penentuan informan dilakukan secara *purposive*, yaitu pihak-pihak yang dianggap kompeten dan menguasai data yang diperlukan dan berkaitan dengan tujuan permasalahan penelitian.
2. Data sekunder adalah data yang tidak dapat langsung diperoleh dari lapangan. Data sekunder dikumpulkan melalui sumber-sumber informasi kedua, seperti perpustakaan, pusat pengolahan data, pusat penelitian, dan lain sebagainya.

Data sekunder ini akan digunakan sebagai data penunjang untuk melakukan analisis.

G. TEKNIK ANALISIS DATA

Penelitian kualitatif memperoleh data dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data. Data dianalisis dengan menggunakan model *Miles and Huberman* yang mengungkapkan bahwa analisis data merupakan aktivitas yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Miles dkk, 2014). Analisis data yang dilakukan memiliki 4 tahapan yaitu :

1. Pengumpulan data

Tahap pertama dalam analisis penelitian kualitatif, dapat dilakukan sebelum penelitian, selama penelitian, hingga akhir penelitian terkait data yang dibutuhkan dan sesuai dengan permasalahan yang diangkat pada penelitian baik secara primer maupun sekunder.

2. Reduksi Data

Tahap kedua dalam analisis penelitian kualitatif yakni mereduksi atau merangkum, memilih hal-hal pokok yang terdapat dalam data yang diperoleh, serta memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting serta mencari tema dan pola dari data-data yang diperoleh.

3. Display Data

Tahap ketiga data yang telah terkumpul direduksi menjadi data yang pasti untuk digunakan. Dalam tahap ini data dapat disajikan kedalam bentuk uraian singkat, bagan, memiliki keterkaitan kategori, serta jelas.

4. Kesimpulan Data/ Verifikasi

Tahap keempat dalam analisis kualitatif yakni tahap verifikasi dan penarikan kesimpulan. Pada penelitian kualitatif, kesimpulan yang dipaparkan dapat menjawab pertanyaan "*what*" dan "*how*" dari penemuan yang diperoleh peneliti.

H. TEKNIK KEABSAHAN DATA

Kesahihan/keabsahan data yang didapat harus benar sesuai dengan tujuan dan maksud penelitian. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sumber atau sesuatu yang lain sebagai bahan pembanding (Moleong, 2017). Denzim dalam Moleong (2017), mengatakan tringulasi data berarti menggunakan data dari sumber, metode, penyidik dan teori. Untuk memeriksa kebenaran data, peneliti melakukan pengecekan dalam berbagai sumber, yaitu dengan mewawancarai lebih dari satu pihak informan yang berasal dari elemen yang berbeda.

Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan data yaitu dengan cara membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif dengan cara :

1. Membandingkan data hasil wawancara mendalam *Customer Division Head* SIT Auliya dengan sumber informasi lainnya yang merupakan civitas SIT Auliya.
2. Membandingkan hasil wawancara mendalam dengan isi suatu dokumen yang berkaitan seperti publikasi media, pedoman, SOP yang dimiliki SIT Auliya.
3. Membandingkan apa yang dikatakan *Customer Division* SIT Auliya dengan apa yang dikatakan orang tua siswa selaku konsumen secara

pribadi dalam proses wawancara mendalam dengan *Customer Division* SIT Auliya.

4. Membandingkan keadaan dan perspektif *Customer Division* SIT Auliya dengan pendapat dan pandangan Pakar *Public Relations* mengenai strategi *Public Relations* SIT Auliya menjaga loyalitas konsumen.

Pemeriksaan kebenaran dan keabsahan data dalam penelitian ini dengan melakukan pengecekan dalam berbagai sumber, yaitu dengan mewawancarai lebih dari satu pihak informan. Selain Bapak Muhamad Taslim selaku *Customer Division Head* SIT Auliya, peneliti juga melakukan wawancara mendalam kepada Bapak Joko Pranowo selaku Manajer Media dan Ibu Neneng Kuswati selaku Supervisor Service *Customer Division* SIT Auliya.

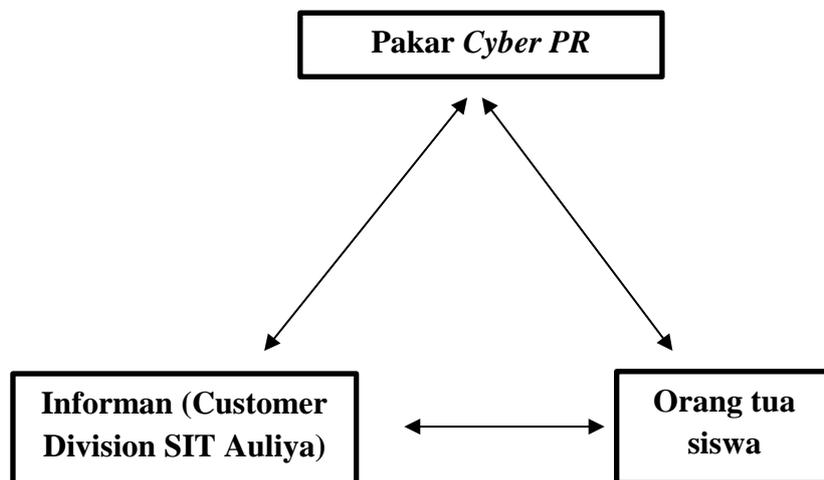
Validasi kebenaran dilakukan dengan cara mewawancarai 2 informan yaitu 1 orang tua siswa dan 1 orang Pakar *Public Relations*.

No.	Nama	Status	Alasan dipilih menjadi informan
1	Eva Suharti (ES)	Orang tua siswa	Memberikan informasi tentang loyalitas konsumen yang dirasakan dari adanya strategi <i>PR</i> SIT AULIYA
2	S.A. Utari (SAU)	Pakar <i>Public Relations</i>	Memiliki kompetensi dalam manajemen isu dan penelitian serta

			keterampilan teknik <i>PR</i> dan memahami perkembangan teknologi digital
--	--	--	--

Tabel 3. 3 Informan sebagai Validitas Kebenaran

Berdasarkan penjabaran di atas maka penelitian ini memiliki proses triangulasi yang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Triangulasi Sumber Data