

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Subjek dan Objek Penelitian

3.1.1. Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif dikenal dengan istilah subjek penelitian. Menurut Suliyanto (2018:19) penelitian kualitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kualitatif, dimana data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk angka atau bilangan sehingga hanya berbentuk pernyataan-pernyataan atau kalimat. Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah informan, yaitu orang yang memberikan informasi mengenai data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Informasi ini dapat berupa situasi dan kondisi latar belakang penelitian.

Pemanfaatan informan dalam penelitian kualitatif adalah untuk menjangkau banyak informasi yang dibutuhkan secara mendalam dengan waktu yang singkat. Dengan memanfaatkan informan, peneliti juga dapat melakukan tukar pikiran atau membandingkan kejadian yang ditemukan dari subjek lainnya.

Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mendeskripsikan subjek penelitiannya adalah *Officer Public Relations & Administrasi*, HRD, Manager Marketing PT Samiaji Inti Prima alat sebagai pelaku yang akan mempertahankan hubungan baik dengan para pelanggan pasca pandemi Covid-19 yang merupakan sasaran pengamatan atau informan pada penelitian yang diadakan oleh peneliti.

3.1.2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan obyek yang mempunyai kuantitas data karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Arikunto,2016). Obyek penelitian merupakan sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal yang obyektif, valid dan reliable

(Sugiono, 2017). Sedangkan objek dari penelitian ini adalah “Aktivitas *Marketing Public Relations* Dalam Mempertahankan Hubungan Eksternal Pasca Pandemi COVID-19 (Studi Deskriptif pada PT Samiaji Inti Prima).”

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di kantor PT Samiaji Inti Prima yang beralamatkan di Ruko Serpong No. 4, Jl Masjid Raya, Maruga Kel.Ciater, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan.

3.2.2. Waktu Penelitian

Adapun waktunya penelitian Awal dilaksanakan pada tanggal 25 Juli 2022 dan rencana akan dilaksanakan sampai dengan bulan Februari 2023.

Tabel 3.1

Kegiatan	2022-2023							
	Juli 2022	Agu 2022	Sep 2022	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022	Jan 2023	Juni 2023
Pengajuan Judul	√							
Penyusunan Proposal			√					
Seminar Proposal			√					
Revisi Proposal				√	√	√		
Pelaksanaan Penelitian							√	
Penyusunan Skripsi								√

3.3. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan kualitatif digunakan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dalam berbagai perilaku yang diamati dan bertujuan agar penulis mengenal secara mendalam mengenai lingkungan penelitiannya. Pendekatan kualitatif ini hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Dengan kata lain, penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat, 2012:24).

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Menurut Yusuf (2017: 329), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pencarian

makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena.

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah Penelitian Deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau penjelasan tentang *Aktivitas Marketing Public Relations* Dalam Mempertahankan Hubungan Eksternal Pasca Pandemi COVID-19 (Studi Deskriptif pada PT Samiaji Inti Prima).

3.4. Operasionalisasi Konsep

Deskripsi yang digunakan peneliti adalah konsep-konsep yang diturunkan berdasarkan judul penelitian. Judul penelitian ini adalah “*Aktivitas Marketing Public Relations* Dalam Mempertahankan Hubungan Eksternal Pasca Pandemi COVID-19” (Studi Deskriptif pada PT Samiaji Inti Prima) berdasarkan judul tersebut maka konsep yang digali dalam penelitian ini adalah mengenai aktivitas yang diterapkan *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan hubungan yang baik kepada para pelanggan.

Kerangka pemikiran pada penelitian ini mengadopsi teori atau konsep dari Thomas L mengenai teori PENCILS merupakan aktivitas *Marketing Public Relations*, seperti: *Publications, Event, News, Community Involvement, Inform or Image, Lobbying & Negotiation* dan *Social Responsibility*. Akan tetapi instrumen yang digunakan untuk penelitian ini ada empat indikator, berdasarkan tujuan yang diupayakan pada PT Samiaji Inti Prima, yakni; ***Publications, Event, Inform or Image, Lobbying and Negotiations***.

Adapun bentuk kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh *Marketing Public Relations* untuk mempermudah pencapaian target antara lain kegiatan untuk meningkatkan kesadaran merek, berupaya melayani dengan baik yang bertujuan sebagai pelayanan kepada pelanggan, selain itu bagaimana melobi agar permasalahan-permasalahan yang ada dapat teratasi dengan baik dan mendapatkan win win solution.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Konsep

No	Konsep	Dimensi	Aspek yang Diteliti
1.	Aktivitas Marketing Public Relations	<i>a. Publication</i>	Pada aspek ini akan meneliti tentang bagaimana aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> PT Samiaji Inti Prima dalam mempublikasikan dan menyebarluaskan informasi tentang produk baru menangani masalah (<i>solving problem</i>) komplain, maupun pelayanan publik, apakah melalui brosur, spanduk, poster dan situs lainya sehingga mendapatkan perhatian, dan respon positif dari public.
		<i>b. Event</i>	Pada aspek ini bagaimana Aktifitas <i>Marketing Public Relations</i> menyelenggarakan program acara untuk menarik Perhatian publik mengenai promosi produk, pelayanan tentang technical support, ataupun kegiatan social perusahaan yang sifatnya pendekatan terhadap eksternal, agar mendapatkan daya tarik, respon baik dan memperoleh citra positif dari publik.
		<i>c. News</i>	Pada aspek ini bagaimana Aktifitas team <i>Marketing Public Relations</i> menyelenggarakan pemberitaan terkait hal promosi produk maupun penanganan komplain agar tidak meluas kemana-mana, maka perlunya disampaikan pemberitaan yang sifatnya positif, memberikan pelayanan terbaik, mencarikan solusi yang tepat terhadap eksternal, agar mendapatkan win win solution ini menjadi daya tarik tersendiri sehingga memperoleh citra positif dari publik.
		<i>d. Community Involvement</i>	Pada aspek ini bagaimana team <i>Marketing Public Relations</i> PT. Samiaji Inti Prima mengadakan kontak social dengan kelompok Masyarakat tertentu untuk menjaga hubungan baik (<i>community relations and humanity relations</i>) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya agar mendapatkan simpati dari kelompok masyarakat, sehingga citra baik selalu terbangun.

No	Konsep	Dimensi	Aspek yang Diteliti
	Aktivitas Marketing Public Relations	<i>e. Inform & Image</i>	Pada aspek ini bagaimana cara tim <i>Marketing Public Relations</i> memberitahukan informasi penting yang dikemas dengan menarik, sehingga diharapkan memiliki kesan dan daya tarik tersendiri, dampaknya memperoleh image atau citra positif terhadap perusahaan pada akhirnya hubungan baik akan tetap terjaga meskipun ada permasalahan pasca pandemi covid-19.
		<i>f. Lobbying and Negotiation</i>	Pada aspek ini bagaimana team <i>Marketing Public Relations</i> PT Samiaji Inti Prima melakukan pendekatan cara melobi dan negoisasi untuk mempengaruhi para pelanggan atau calon pelanggan untuk memperoleh dukungan dan kesepakatan secara individu maupun lembaga, sehingga memperoleh keuntungan kedua belah pihak / <i>win-win solution</i> pasca <i>komplain delay delivery time</i> .
		<i>g. Social Responsibility</i>	Pada aspek ini bagaimana team <i>Marketing Public Relations</i> PT Samiaji Inti Prima melakukan pendekatan terhadap tanggung jawab sosial, sebuah perusahaan tidak hanya memikirkan keuntungan materi bagi lembaga atau organisasi, nya saja namun, kepedulian kepada masyarakat untuk mencapai sukses dalam memperoleh simpati atau empati dari khalayak sangat diperlukan.

3.5. Teknik Penentuan Informan

Terkait penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang artinya data disusun dan dikumpulkan tidak dengan berdasar angka melainkan berupa naskah dari wawancara, observasi, memo, catatan lapangan dan lain sebagainya.

Individu yang memiliki wawasan luas mengenai subjek yang tengah diselidiki oleh peneliti disebut sebagai informan kunci. Mereka bukan sekadar memiliki pengetahuan umum mengenai masyarakat atau fenomena yang diteliti, tetapi juga memiliki pemahaman mendalam mengenai subjek yang menjadi fokus

penelitian. Seleksi informan kunci akan bergantung pada unit analisis yang menjadi perhatian peneliti. Contohnya, dalam konteks sebuah perusahaan, informan kunci akan menjadi sosok pemimpin perusahaan tersebut.

Penting untuk dicatat bahwa informan utama adalah individu yang bersedia berbagi konsep dan pengetahuan mereka dengan peneliti, seringkali berperan sebagai sumber kontak untuk pertanyaan. Oleh karena itu, peneliti perlu memulai proses pengumpulan data dengan berinteraksi dengan informan utama untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai masalah yang sedang diteliti. Ada empat kriteria yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi informan utama, sesuai dengan Martha & Kresno dalam Heryana (2018):

- a. Harus terlibat secara aktif dalam kelompok, organisasi, atau budaya yang menjadi fokus penelitian atau telah mengalami tahap budaya tersebut.
- b. Harus terlibat dalam budaya yang sedang diselidiki saat ini. Poin ini menekankan relevansi waktu karena informan utama harus memiliki pemahaman yang terkini terkait masalah yang sedang diselidiki.
- c. Harus memiliki ketersediaan waktu yang memadai. Kemauan untuk berbagi informasi saja tidak cukup, informan utama juga harus dapat memberikan informasi saat dibutuhkan.
- d. Harus mampu menyampaikan informasi dengan bahasa alami. Informan yang mampu berbicara dengan bahasa analitik sebaiknya dihindari karena hal ini dapat menghasilkan informasi yang kurang alami.

Selain informan kunci, terdapat juga informan pendukung yang memberikan informasi tambahan untuk melengkapi analisis dalam penelitian kualitatif. Informan tambahan ini dapat memberikan wawasan yang tidak bisa diperoleh dari informan utama atau kunci. Proses pemilihan informan yang akan memberikan informasi dalam penelitian kualitatif sepenuhnya ditentukan oleh peneliti. Pendekatan ini dikenal sebagai *purposive sampling* yang berfokus pada tujuan penelitian. Peneliti akan memilih informan berdasarkan kriteria tertentu, yang

sesuai dengan tujuan dan sumber daya yang tersedia untuk penelitian (Patton dalam Heryana, 2018). Metode *purposive sampling* ini melibatkan pemilihan informan yang dianggap memiliki pemahaman mendalam tentang topik penelitian dan dapat diandalkan sebagai sumber informasi yang akurat (Sugiyono, 2018).

Informan yang dipilih adalah *Manager Marketing*, *Humas* dan *Tim Marketing*. Alasan menggunakan narasumber ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan serta untuk mendukung penelitian agar hasilnya tidak subjektif. Hasil wawancara ini akan digunakan untuk analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Kriteria informan penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.3
Daftar Informan

No	Nama	Jabatan	Usia	Pendidikan	Lama Bekerja
1	Jun Jiang Jin	Manager Marketing	52 Tahun	S1 (B.Eng.)	12 Tahun
2	Heriyanto	Humas / PR	31 Tahun	S1 (S.H.)	6 Tahun
3	Ari Ardiansyah	Marketing	29 Tahun	S1 (S.Tek.)	5 Tahun

Tahap-tahap penelitian, ada 3 tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, yakni:

a. Pralapangan

Pada tahap pralapangan, kegiatan yang dilakukan adalah mengurus perijinan penelitian dari pihak Universitas Muhammadiyah Jakarta, Prodi Ilmu Komunikasi, kepada pihak PT. Samiaji Inti Prima guna penunjang kelengkapan fasilitas yang diberikan kepada peneliti.

b. Penelitian/Pelaksanaan Lapangan

Pelaksanaan lapangan adalah tahap dimana Penelitian mulai dilaksanakan sesuai tempat dan jadwal yang telah ditentukan oleh pihak *Humas/ Public Relations* PT Samiaji Inti Prima.

c. Laporan

Laporan adalah tahapan kegiatan dimana peneliti menyusun laporan yang berisi tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

3.6. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, jenis data dapat digolongkan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

3.6.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli. Sumber asli disini diartikan sebagai sumber pertama dari mana data tersebut diperoleh. Data tersebut diperoleh dari pihak yang dimintai keterangan (*informan*) yang berupa jawaban-jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Peneliti memilih informan dengan pertimbangan bahwa informan tersebut terlibat secara langsung dalam aktifitas *Marketing Public Relations* PT Samiaji Inti Prima dalam mempertahankan hubungan eksternal pasca pandemi Covid-19. sehingga diharapkan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan secara detail. Data primer dapat diperoleh melalui 2 metode antara lain :

1. Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Wawancara akan dilakukan dengan membuat janji dengan informan terlebih dahulu, peneliti akan menyesuaikan waktu wawancara dengan informan.
2. Dokumentasi digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia berbentuk surat, catatan harian, kenang-kenangan dan laporan.

3.6.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan

dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan berbagai teknik, yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik tersebut, dipergunakan untuk memperoleh data dan informasi yang saling menunjang dan melengkapi tentang aktifitas *Marketing Public Relations* PT Samiaji Inti Prima dalam mempertahankan hubungan eksternal pasca pandemi Covid-19.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian selalu terjadi proses pengumpulan data. Teknik pengumpulan data merupakan sebuah prosedur yang sistematis dan standart untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam proses pengumpulan data tersebut akan menggunakan satu atau beberapa metode. Adapun teknik yang dipilih oleh peneliti dalam mengumpulkan data adalah :

3.7.1. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Data dikumpulkan melalui wawancara yang mendalam (*in depth interview*) pada setiap subjek penelitian. Wawancara ini merupakan data atau informasi dengan cara tatap muka antara peneliti dengan informan mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Selanjutnya dibedakan dengan informasi yang hanya diwawancarai sekali dengan informan yang diwawancarai beberapa kali. Disini peneliti adalah instrument utama penelitian. Wawancara dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang dibahas. Materi pertanyaan dapat dikembangkan pada saat berlangsungnya wawancara dengan menyesuaikan pada kondisi saat itu sehingga menjadi lebih fleksibel dan susuai dengan jenis pertanyaanya. Metode ini digunakan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi komunikasi pemasaran terpadu beserta kendala yang dilalui dan solusi yang telah dilakukan PT Samiaji Inti Prima, untuk menyelesaikan segala permasalahan yang ada.

Sebelum melakukan penelitian wawancara membuat perjanjian dengan informan tentang waktu, tempat dan media. Setelah ada kesepakatan, pedoman wawancara diberikan kepada informan untuk dipelajari. Untuk melakukan triangulasi, peneliti dalam melakukan wawancara dengan menggunakan waktu dan tempat yang berbeda.

3.7.2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang mengandung arti barang-barang tertulis, maka metode dokumentasi berarti mendapatkan data tentang sesuatu atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Suharsimi (2013) Dokumen *study* berkaitan dengan penelitian mengenai dokumen yang menurut ilmu perpustakaan yang disebut dokumen adalah informasi yang tercetak dan terekam dalam media. Misalnya, buku, Surat kabar, majalah, kaset, disk, film, *slide*, *microfilm*, microopak, peta, dan sebagainya. Sedangkan kontens analisis meliputi juga mempelajari isi dari komunikasi verbal atau oral, foto, dan iklan misalnya presentasi dalam seminar, diskusi ilmiah, dan rapat-rapat. Evaluasi memerlukan semua informasi yang disajikan dalam semua bentuk komunikasi tersebut Wirawan (2016). Dokumen sebagai sumber data banyak dimanfaatkan oleh para peneliti, terutama untuk menguji, menafsirkan dan bahkan untuk meramalkan. Manfaat studi dokumentasi bagi penelitian kualitatif Moleong (2007) adalah:

1. Merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong pencarian data lain.
2. Berguna sebagai bukti (*evidence*) untuk suatu penguji. Berguna dan sesuai karena sifatnya alamiah, sesuai dengan konteks, lahir dan berada dalam konteks.
3. Relatif murah dan tidak sukar ditemukan, hanya membutuhkan waktu.
4. Hasil pengkajian isi akan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap suatu yang diselidiki. Adapun

instrumen dalam mengumpulkan data melalui metode dokumentasi ini adalah peneliti sendiri. Sedangkan alat Bantu yang peneliti gunakan dalam metode dokumentasi adalah perekam gambar, atau foto. Dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.4
Jenis Dokumen

No	Jenis Dokumen	Sumber Data
1	Konsep tentang Aktifitas <i>Marketing Public Relations</i>	1. Manager Marketing
2	Profil PT Samiaji Inti Prima	2. Humas & ADM
3	Visi Misi Perusahaan	3. Sales Marketing
4	Dokumen Transaksi Pengiriman	
5	Foto Kegiatan PT Samiaji Inti Prima	

3.8. Teknik Analisis Data dan Uji Keabsahan Data

3.8.1. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan Creswell,(2015), mengatakan empat bentuk analisis data beserta interpretasinya dalam penelitian studi kasus, yaitu:

1. Pengumpulan kategori, peneliti mencari suatu kumpulan dari contoh-contoh data serta berharap mendapatkan makna yang relevan dengan isu yang akan muncul.
2. Interpretasi langsung, peneliti studi kasus melihat pada satu contoh serta menarik makna darinya tanpa mencari banyak contoh. Hal ini merupakan suatu proses dalam menarik data secara terpisah dan menempatkannya kembali secara bersama- sama agar lebih bermakna.
3. Peneliti membentuk pola dan mencari kesepadanan antara dua atau lebih kategori. Kesepadanan ini dapat dilaksanakan melalui tabel 2x2 yang menunjukkan hubungan antara dua kategori.

4. Pada akhirnya, peneliti mengembangkan generalisasi naturalistik melalui analisa data, generalisasi ini diambil melalui orang- orang yang dapat belajar dari suatu kasus, apakah kasus mereka sendiri atau menerapkannya pada sebuah populasi kasus.

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisir data dan memilah-milahnya menjadikan satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan data, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Menurut Lofland dalam Moleong (2014:157) yang menjadi sumber data utama didalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya merupakan data-data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data dari berbagai sumber yaitu, wawancara, dan dokumentasi.

a. Data Reduction

Dalam pengumpulan data kualitatif. Peneliti menggunakan berbagai macam teknik dan berlangsung secara berulang-ulang sehingga data yang diperoleh lebih banyak dan kompleks. Mengingat data yang diperoleh di lapangan sangat kompleks dan belum sistematis, maka peneliti perlu melakukan analisis dengan cara melakukan reduksi data. Reduksi data berarti membuat rangkuman, memilih tema, membuat kategori dan pola tertentu sehingga memiliki makna. Reduksi data merupakan bentuk analisis untuk mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang dan menyusun data kearah pengambilan kesimpulan.

Dalam penelitian ini tentunya peneliti membutuhkan data mengenai strategi komunikasi Humas / *Public Relations* yang digunakan oleh PTSamiaji Inti Prima. Untuk memperoleh data yang valid, peneliti harus mengumpulkan beberapa data dan sebanyak mungkin data guna

menunjang penelitian ini. Namun setelah mendapatkan berbagai macam data melalui wawancara, dan dokumentasi, hendaknya peneliti harus memangkas ataupun mengelompokkan data mana yang kiranya penting dan tidak penting.

b. Data Display

Setelah mereduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, flowchart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Selain itu dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2018:249). Dalam penelitian ini yang akan akan tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Public Realtions* PT. Samiaji Inti Prima.

c. Concluding Drawing/Verification

Langkah ketiga dalam model interaktif adalah pengambilan keputusan dan melakukan verifikasi. Pada penelitian kualitatif. Kesimpulan awal yang diambil masih bersifat sementara, sehingga dapat berubah setiap saat apabila tidak didukung bukti-bukti yang kuat. Kesimpulan hasil penelitian harus dapat memberikan jawaban terhadap fokus penelitian yang diajukan. Selain memberikan jawaban atas fokus penelitian, kesimpulan juga harus menghasilkan temuan baru di bidang ilmu yang sebelumnya belum ada. Temuan tersebut dapat berupa deskriptif tentang suatu objek atau fenomena yang sebelumnya masih samar, setelah diteliti menjadi lebih jelas, dapat pula berupa hipotesis bahkan teori baru. Maka dapat ditarik

kesimpulan bahwa tahap terakhir dalam teknik analisis data adalah menarik kesimpulan dari data yang telah diperoleh melalui wawancara, dan dokumentasi. Yang nantinya akan memperlihatkan strategi komunikasi yang dipilih oleh Humas / *Public Relations* PT. Samiaji Inti Prima.

3.8.2. Teknik Keabsahan Data

Pemeriksaan pada keabsahan data dapat digunakan untuk memberikan sanggahan terhadap pendapat yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif tidak ilmiah juga dapat digunakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif Moleong (2007) Reliabilitas berhubungan terhadap derajat konsisten dan stabilitas data atau temuan, sedangkan objektivitas berhubungan dengan “derajat kesepakatan” antarbanyak orang terhadap suatu benda. Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Pengujian terhadap keabsahan data dilaksanakan sebagai bukti bahwa penelitian yang dijalankan betul-betul merupakan penelitian ilmiah serta digunakan untuk menguji data yang didapatkan. Pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* Sugiyono(2017) Jadi tujuan dilaksanakannya uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif agar hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan. Keabsahandata dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan perpanjangan pengamatan di lapangan dan triangulasi. Untuk memperoleh data yang nilai keabsahannya mempunyai validitas, maka dalam pengujian kredibilitas data pada penelitian ini dilakukan dengan memperpanjang pengamatan dilapangan.