

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pada Head Office Auto2000 PT. Astra International Tbk. yang beralamatkan di Jalan Gaya Motor III ;No. 3 RW.8/RT.10, Sungai Bambu, Kecamatan Tanjong Priok, Jakarta Utara, Daerah Khusus IbuKota Jakarta 14330. Waktu penelitian dilaksanakan sejak pengajuan riset untuk penelitian ini yaitu dimulai dari Januari 2023.

#### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan kualitatif merupakan suatu proses penelitian dengan tujuan untuk memahami kejadian atau fenomena individu maupun sosial dengan menciptakan sebuah gambaran yang kompleks juga menyeluruh dan data yang disajikan berupa kata-kata, serta melaporkan pandangan secara terperinci yang didapatkan dari sumber informan (Walidin, Saifullah & Tabrani, dalam Fadli 2021)

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif agar dapat mempelajari lebih dalam bagaimana strategi *Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh *Public Relations* Auto2000 sebagai upaya yang dilakukan untuk menghadapi persaingan, sehingga penelitian ini dapat menjelaskan dan menjabarkan pemahaman yang didapat dengan terperinci dengan menerapkan pendekatan penelitian kualitatif.

#### **3.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Nazir dalam (Utami, et al., 2021) penelitian deskriptif adalah meneliti suatu kelompok individu, kondisi, objek, dan sistem pemikiran ataupun peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan membuat deskriptif secara sistematis, akurat, juga faktual mengenai fakta yang diteliti.

### 3.4 Operasionalisasi Konsep

**Tabel 3.1**  
Operasionalisasi Konsep

No.	Konsep	Dimensi	Aspek Yang Digali
1.	<i>Marketing Public Relations</i> (Kotler and Keller, 2017)	<i>Publications</i> (Publikasi)	Artikel, berita, dan informasi terkait perusahaan.
		<i>Events</i>	Wawancara, <i>new launch product</i> .
		<i>Identity Media</i>	Logo perusahaan, brosur, warna, kartu nama, bangunan dan peraturan pakaian.
		<i>News</i>	<i>Press releases</i> .
		<i>Speechs</i>	Pidato sebagai alat strategi pemasaran <i>Public Relations</i> .
		<i>Public Service Activities</i>	Kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan.
		<i>Sponsorship</i>	Penyusunan strategi dalam kegiatan <i>sponsorship</i> .
		<i>Press Relations</i>	Foto, video, surat <i>digital</i> atau <i>elektronik</i> .
		<i>Product and Brand Publicity</i>	Jaminan kualitas produk dan publisitas.

### 3.5 Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive* untuk penentuan informan. Abdussamad (2021) menjelaskan bahwa teknik *sampling purposive* adalah suatu cara menentukan informan dengan memilih informan yang sesuai dengan kriteria atau sasaran yang menjadi kebutuhan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini melibatkan dua orang partisipan sebagai informan atau narasumber untuk menggali informasi utama. Informan tersebut dipilih karena tugas dan bagian yang dijalankannya memiliki keterkaitan secara langsung

dengan objek penelitian yang dikaji sehingga diharapkan narasumber dapat memberikan informasi terkait yang telah dikuasai dan dibutuhkan dalam penelitian ini. Narasumber tersebut antara lain sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
Data Informan

No.	Nama Lengkap	Posisi / Jabatan	Keterangan
1.	RR. Anastasia Dewi Widhi Astuti	CSD & Marcom Supervisor	Key Informan
2.	Ghulam Muhammad. N.	CSD & Marcom	Informan I (pendukung)

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara :

#### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui dan melengkapi data-data sebagai upaya memperoleh data yang akurat melalui sumber data yang tepat. Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai 2 orang informan, yang terdiri dari RR. Anastasia Dewi Widhi Astuti selaku CSD & Marketing Communication Supervisor dan Ghulam Muhammad. N. selaku CSD & Marketing Communication Auto2000 PT. Astra International Tbk.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang sudah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan melakukan organisasi data ke dalam kategori, menjelaskan dan menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih hal-hal penting yang akan dipelajari dan dibuat kesimpulan sehingga dengan mudah dipahami oleh diri sendiri ataupun orang lain. (Noeng Muhadjir, dalam Rijali 2019)

Proses analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan tiga langkah, yaitu :

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses meringkas, memilih hal-hal penting dan pokok, serta dicari pola juga temanya. Data yang sudah melewati proses reduksi akan menggambarkan lebih jelas mengenai hal-hal terkait dengan data yang didapatkan, sehingga mempermudah untuk melakukan pengumpulan data yang selanjutnya.

2. Penyajian Data

Setelah data berhasil melewati proses reduksi, kemudian data tersebut disajikan. Dalam penelitian kualitatif, proses penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian-uraian singkat, *flowchart*, hubungan antara kategori, began, dan lain sebagainya. Namun yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks yang sifatnya naratif. Dengan melakukan penyajian data, maka akan mempermudah untuk mengartikan apa saja yang terjadi, dan merencanakan keberlanjutannya berdasarkan dengan apa yang telah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahapan ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang telah berhasil diperoleh sebagai hasil dari penelitian. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah upaya untuk mencari dan memahami arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur dari sebab dan akibat atau proposisi. Sebelum melakukan penarikan kesimpulan harus terlebih dahulu dilakukan proses reduksi data, penyajian data, juga penarikan kesimpulan atau verifikasi dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

### **3.8 Uji Keabsahan Data**

Pada dasarnya pemeriksaan terhadap keabsahan data selain digunakan untuk menyanggah hal-hal yang dituduhkan kepada sebuah penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga sebagai sebuah unsur yang tidak bisa dipisahkan dari tubuh atau bagian pengetahuan penelitian kualitatif. Untuk dapat memperkuat

hasil dari kesimpulan yang didapatkan dalam penelitian, diperlukan verifikasi ulang ataupun menambah data baru yang bisa mendukung kesimpulan tersebut, sehingga kesimpulan yang diperoleh menjadi sebuah data yang valid. Untuk mendukung proses tersebut, peran dari bahan bacaan dapat membantu agar memperoleh kesimpulan yang valid berkaitan dengan hasil data yang didapatkan di lapangan dengan triangulasi data.

Menurut Alfansyur & Maryani (2020:147) triangulasi adalah sebuah cara untuk menghilangkan sebuah ketidakpastian akan sebuah data. Triangulasi memiliki hakikat yakni sebagai sebuah pendekatan multimetode yang dilakukan oleh seorang peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dengan sumber data yang sudah ada sebelumnya.

Dalam penelitian ini, cara yang dilakukan oleh peneliti adalah memeriksa kembali data-data yakni dengan sumber data-data yang valid dalam penggalian data, baik data primer yang biasanya merupakan hasil wawancara serta sumber data yang sifatnya sekunder. Dalam penelitian ini dilakukan triangulasi sumber dengan konsumen Auto2000 yakni Bapak Rizqi Sultan Dwijaksana.