

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **1.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Adapun lokasi dan waktu penelitian ini dilaksanakan di PT Harapan Bangsa Kita dengan alamat Gran Rubina Business Park Generali Tower, Jl. H. R. Rasuna Said, RT.3/RW.2, Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12940. Dengan waktu yang dipersiapkan untuk penelitian ini dimulai sejak Januari 2023 sampai April 2023.

#### **1.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Penelitian ini dilakukan oleh penulis untuk mengetahui *Marketing Public Relations* Sang Pisang dalam menambah *Brand Awareness*. Peneliti melakukan sebuah penelitian pada PT Harapan Bangsa Kita.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki maksud untuk dapat memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2017:6).

#### **1.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif digunakan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan dalam bentuk kata bukan dalam bentuk angka.

Metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2018:86) adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Penelitian deskriptif kualitatif berusaha mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan (Mukhtar, 2013:28).

#### 1.4 Operasional Konsep

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep**

No	Konsep	Deskripsi Konsep	Dimensi Konsep	Penjabaran Konsep
1.	<i>Marketing Public Relations</i> (Kotler dan Keller, 2012)	Kotler dan Keller dalam bukunya mengungkapkan, inti dari <i>marketing</i> adalah mengidentifikasi serta memenuhi kebutuhan manusia dan sosial (Kotler & Keller, 2012).	Publikasi	Cara <i>Marketing Public Relations</i> Sang Pisang memublikasikan informasi yang akan diumumkan mengenai produknya untuk menambah <i>brand awareness</i> .
			Media Identitas	Identitas visual Sang Pisang dengan konsep baru yang lebih fun dan mengikuti kebutuhan pasar guna menambah <i>brand awareness</i>

			Kegiatan <i>Marketing Public Relations</i>	Aktivitas yang dilakukan <i>Marketing Public Relations</i> Sang Pisang dalam meningkatkan <i>brand awareness</i> .
			Pelayanan Aktivitas publik	Proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas publik yang dilakukan Sang Pisang dalam memelihara hubungan yang baik dengan publik untuk menambah <i>brand awareness</i> .
2.	<i>Brand Awareness</i> (Aaker, 2018)	<i>Brand Awareness</i> yaitu kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat bahwa	<i>Unware of Brand</i> (tidak menyadari brand)	Konsumen tidak menyadari akan adanya suatu merek.

		sebuah merek merupakan anggota dari kategori produk tertentu.	<i>Brand Recognition</i> (pengenalan brand)	Pengenalan suatu brand muncul lagi setelah dilakukan pengingatan kembali lewat bantuan ( <i>aided recall</i> ).
			<i>Brand Recall</i> (pengingatan kembali brand)	Pengingatan kembali terhadap merek tanpa bantuan ( <i>unaided recall</i> ).
			<i>Top of Mind</i> (puncak pikiran)	Brand utama yang pertama kali muncul dalam benak konsumen.

### 1.5 Teknik Penentuan Informan

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik purposive sampling. Hal ini dikarenakan peneliti meyakini bahwa sampel yang diambil adalah informan atau narasumber yang paling mengetahui atau memiliki informasi yang peneliti butuhkan berkaitan dengan Sang Pisang.

Menurut Dana P. Turner (2020), purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan ketika peneliti sudah punya target individu dengan karakteristik yang sesuai dengan penelitian. Dalam hal ini peneliti memilih informan yang merupakan seseorang yang ahli pada bidang yang akan dikaji. Informan yang akan diwawancarai dan dimintai data yaitu berjumlah 2 orang, diantaranya:

- a. Berada dalam divisi yang menjalankan kegiatan maupun fungsi *Marketing Public Relations*.
- b. Menjalankan strategi komunikasi dalam mengkomunikasikan suatu layanan atau produk baik individu, organisasi maupun perusahaan.
- c. Mengetahui permasalahan yang akan dikaji serta mampu memberikan informasi yang dapat dikembangkan untuk memperoleh data.

**Tabel 3.2 Daftar Informan**

No	Nama	Jabatan	Status
1	Meri Anggraini	Marketing Comumunications Officer	Key Informan 1
2	Nabila Zentha Javanica	External Relation Officer	Key Informan 2

## 1.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk memperoleh bahan, keterangan, fakta, dan informasi yang dapat dipercaya. Teknik yang digunakan yaitu :

### 1. Observasi

Observasi dalam penelitian ini yang ditujukan untuk pengumpulan data penting dalam proses berjalannya penelitian dengan melakukan observasi dengan sering mengunjungi sosial media yang digunakan oleh Sang Pisang. Hal ini dikarenakan peneliti meyakini bahwa akun sosial media Sang Pisang memiliki informasi yang peneliti butuhkan berkaitan dengan Sang Pisang.

**Menurut Basrowi (2012)** Observasi didefinisikan sebagai suatu teknik yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara diteliti serta pencatatan secara sistematis. Observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Marketing Public Relations Sang Pisang dalam Menambah Brand Awareness.

## **2. Interview**

Wawancara menurut Sugiyono (2016:194) menyatakan bahwa “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam”. Dalam situasi ini jawaban-jawaban diberikan. Maka wawancara menghasilkan pemahaman yang terbentuk oleh situasi berdasarkan peristiwa-peristiwa interaksional yang khusus. Metode tersebut dipengaruhi oleh karakteristik individu pewawancara, termasuk ras, kelas, kesukaan, dan gender.

Dalam hal ini peneliti melakukan tanya jawab langsung dengan menanyakan sejumlah pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian diteliti dengan menggali keterangan lebih lanjut. Teknik wawancara ini akan dilakukan dengan subjek yaitu *Marketing Communications* dan *External Relation Officer* PT. Harapan Bangsa Kita.

## **3. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah suatu kegiatan yang sistematis dalam melakukan pengumpulan, pencarian, penyelidikan, pemakaian, dan penyediaan dokumen. Tujuan dari dokumentasi adalah untuk mendapatkan pengetahuan, keterangan, serta bukti, dan menyebarkan hal tersebut kepada pihak yang berkepentingan. Dokumen dapat berbentuk gambar, tulisan, atau karya-karya monumental dari seseorang.

### **1.7 Teknik Analisis Data**

Setelah data terkumpul, peneliti akan melakukan analisis terhadap data- data yang telah didapatkan. Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Model Miles & Huberman, Miles dan Huberman dalam Sugiyono, (2018:337) mengemukakan bahwa metode atau teknik pengolahan data kualitatif dapat dilakukan melalui tiga tahap, yakni :

#### **A. Reduksi Data (*Data Reduction*)**

Reduksi data yaitu merangkum, memfokuskan pada hal-hal yang penting, memilih hal-hal pokok, dicari tema dan polanya, serta membuang yang tidak diperlukan. Dengan demikian data ini dapat mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

B. Penyajian data (*Data Display*)

Setelah direduksi, maka tahap selanjutnya yaitu menampilkan atau menyajikan data agar memiliki visibilitas yang lebih jelas. Penyajian data dapat sederhana tabel dengan format yang rapi, chart, grafik, pictogram, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut maka data lebih terorganisasi, tersusun dalam pola hubungan, sehingga data semakin mudah untuk dipahami.

C. Menarik kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan sifatnya masih sementara, dan dapat berubah apabila ditemukannya bukti-bukti yang kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Namun apabila bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

## 1.8 Uji Keabsahan Data

Triangulasi menurut Sugiyono (2011) diartikan sebagai teknik yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Pada uji keabsahan data dalam penelitian yang dilakukan ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi, karena dalam penelitian kualitatif teknik ini Peneliti akan mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian, sekaligus menguji kredibilitas suatu data melalui berbagai teknik pengumpulan data serta dari berbagai sumber data. Kegunaan triangulasi adalah dapat mentracking keabsahan

data yang diperoleh dari informan yang di dapat Peneliti dari hasil wawancara. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu teknik yang dapat menyatukan perbedaan data agar dapat ditarik kesimpulan yang valid.