

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan pada Bulan Maret-Juli 2023 dan bertempat di Crayoone Event Organizer baik di kantor pusat maupun kantor cabang. Kantor pusat berlokasi di Jalan Kepu Timur No.190 D, RT.13/RW.3, Kemayoran, Kecamatan Kemayoran, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10620. Sedangkan kantor cabang sebagai lokasi kantor tim kreatif dan produksi yang berlokasi di C30 Studio Jalan Melati No.30, RT.11/RW.1, Kramat, Kecamatan Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Metode Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berdasar pada postpositivisme atau filosofi interpretatif, digunakan untuk mengkaji kondisi benda-benda alam, yang mana peneliti adalah instrumen kunci, triangulasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Data yang diperoleh cenderung data kualitatif. Analisis data bersifat induktif atau kualitatif. Hasil penelitian kualitatif adalah calon untuk memahami keunikan fenomena yang mengkonstruksi, dan menemukan hipotesis (Sugiyono, 2018: 9).

#### **C. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, yaitu laporan akan berisi data-data untuk memberi gambaran tentang penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari wawancara, foto, catatan dan dokumen lainnya.

Metode penelitian deskriptif, karena penelitian ini dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting) atau apa adanya. Oleh karena itu pada suatu penelitian objek, pada suatu objek, dan setelah keluar dari objek, kondisi objek yang diteliti relatif tidak berubah (Sugiyono, 2018: 8).

## D. Operasionalisasi Konsep

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep

No.	Konsep	Dimensi	Aspek yang digali
1	Strategi <i>Marketing Public Relations</i> (Thomas L Harris, dalam buku Dini Salmiyah Fithtrah Ali, 2017: 42-47)	<i>Pull Strategy</i>	Langkah <i>Pull strategy</i> dan upaya guna tercapainya tujuan perusahaan. Dengan cara menarik konsumen agar memakai Jasa, melalui promosi media masa dan penjualan iklan. <ul style="list-style-type: none"> <li>- penjelasan produk</li> <li>- contoh</li> <li>- publikasi</li> </ul>
		<i>Push Strategy</i>	Upaya penerapan untuk merangsang peningkatan penjualan dengan cara penekanan ke distributor atau penjual lagi. <ul style="list-style-type: none"> <li>- penjualan langsung</li> <li>- marketer atau marketing</li> </ul>
		<i>Pass Strategy</i>	mempengaruhi atau menciptakan opini publik yang menguntungkan melalui berbagai kegiatan, seperti melakukan kegiatan sosialisasi atau berpartisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan. <ul style="list-style-type: none"> <li>- acara amal</li> <li>- sumbangan</li> </ul>

### E. Teknik Penentuan Informan

Informan dengan Sumber data dan informasi dalam penelitian ini ditentukan oleh subyek yang menguasai permasalahan, memiliki data, dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat. Informan yang akan diwawancarai dan diminta data yaitu:

Tabel 3.2 Daftar Informan

No.	Nama	Jabatan	Keterangan	Usia	Pendidikan
1	Agusnadi	Pemilik Perusahaan Crayoone Event Organizer	<i>Key Informan 1</i>	47	Sekolah Menengah Atas
2	Achmad Abby Shidiq	<i>Public Relations</i> Crayoone Event Organizer	<i>Key Informan 2</i>	27	Strata 1
3	Anisa Nur Hikmah	<i>Marketing</i> Crayoone Event Organizer	Informan Pendukung	26	Strata 1

### F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data menggunakan metode Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Berikut penjelasan dari ketiga metodenya:

#### 1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang berciri spesifik jika dibandingkan dengan teknik lain. Observasi merupakan teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkah laku non verbal. Teknik ini tidak terbatas pada orang, namun juga objek-objek alam yang lain (Sugiyono, 2018, 384).

Dengan kegiatan pengumpulan data secara observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi dengan pengamatan langsung di lapangan dapat mengetahui kondisi yang riil dalam kegiatan jumlah mitra yang ada pada Crayoone Event Organizer.

Peran peneliti dalam dalam teknik pengambilan data observasi sangat besar, karena peneliti melihat dan mendengarkan objek penelitian dan peneliti juga menyimpulkan dari apa yang telah diamati. Peneliti yang bertanya dan juga melihat bagaimana hubungan antara satu aspek dengan aspek lainnya pada objek yang ditelitinya, adalah peneliti yang memberi makna tentang apa yang diamatinya dalam realitas dalam konteks yang alami.

## **2. Wawancara**

Teknik yang kedua adalah teknik wawancara, salah satu teknik untuk mendapatkan data maupun informasi sebanyak-banyaknya dari informan yang terkait. Percakapan dilakukan oleh dua pihak antara pewawancara (*interviewer*) dan terwawancara (*interviewee*), yang memberikan pertanyaan dan yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moelong, 2012: 186).

## **3. Dokumentasi**

Dokumentasi bisa dilakukukan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi dilakukan dengan cara pengumpulan informasi guna penelitian dan tinjauan selanjutnya. Dokumentasi sebagai bukti bahwa eksistensi dari perusahaan tersebut ada dan benar adanya. Selain daripada dokumentasi fisik, dokumentasi dari sosial media yang dibuat oleh CV Crayoone Event Organizer juga diperlukan sebagai bukti Strategi *Marketing Public Relations* yang dijalankan (Kriyantono, 2013: 326).

## **G Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data pada penelitian ini akan dilakukan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. I Made Winartha (2006:155) menjelaskan bahwa metode analisis deskriptif kualitatif merupakan suatu metode untuk menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi maupun situasi dari keseluruhan data yang telah dikumpulkan baik berupa hasil

wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan. Haridani, *dkk* (2020) menjelaskan bahwa ucapan dan tindakan responden, catatan lapangan, dan lain-lain yang didapatkan ketika pelaksanaan data akan bermanfaat pada proses analisis data karena proses analisis data.

Sehingga, teknik analisis deskriptif kualitatif dapat digunakan untuk mencari fakta yang terjadi dalam rangka mendeskripsikan strategi *marketing public relations* Crayoone Event Organizer khususnya dalam meningkatkan jumlah mitra yang menjalin kerjasama.

## H Uji Keabsahan Data

Menurut Panton dan Denzin dalam buku Lexy J. Moelong, Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan data yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik ini merupakan pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain di luar data ini untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Menyatakan triangulasi data merupakan usaha untuk mengecek kebenaran data yang telah dikumpulkan. Selanjutnya Panton menjelaskan bahwa cara yang dapat digunakan dalam triangulasi data adalah dengan menggunakan sumber data. Membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif merupakan triangulasi menggunakan sumber. Patton Menjelaskan hal tersebut dapat tercapai dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil pengamatan.
2. Membandingkan apa yang dikatakan Secara pribadi saat wawancara dengan apa yang dikatakan di depan umum.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
4. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Moelong, 2012, 23-24).

Dalam penelitian kali ini teknik triangulasi yang digunakan merupakan Teknik triangulasi sumber Triangulasi sumber, Pada Teknik ini peneliti mengecek kebenaran tentang Bagaimana peran *marketing public relations* pada CV Crayoone Event Organizer dalam meningkatkan jumlah Mitra dan peneliti

mengadakan pengumpulan data tidak hanya dengan satu subjek (Moelong, 2012: 24).

Tabel 3.4 Daftar Triangulasi Sumber

No	Nama	Jabatan	Keterangan	Alasan Dipilih sebagai Narasumber
1	Hafiz Putra Kusuma	Ketua Buku Tahunan Sekolah 2021-2022	SMKN 1 Tangerang Selatan	Tertarik dari sosial media
2	Veronika	Orangtua Murid Ketua Buku Tahunan Sekolah 2022-2023	SMPN 175 Jakarta	Didatangi oleh tim <i>marketing</i> Crayoone Event Organizer
3	Dzikri Nurhabibi Nahrowi, M.A.	Manager Guest Relations	A&O Hostel Hamburg Jerman	Perbandingan ideal bagaimana strategi <i>Marketing Public Relations</i>

Hafiz Putra Kusuma merupakan ketua Buku Tahunan Sekolah angkatan tahun 2021-2022 dari Sekolah Menengah Kejuruan Negeri Tangerang Selatan. Hafiz datang menghampiri Crayoone setelah tertarik dengan konten lewat media sosial Tiktok dan merupakan contoh dari *pull strategy*.

Veronika (43 tahun) merupakan orangtua murid dari Keysha Octavie (15 tahun) ketua buku tahunan sekolah Sekolah Menengah Pertama Negeri 175 Jakarta Selatan yang didatangi oleh tim marketer Crayoone Event Organizer dan merupakan contoh dari *push strategy*.

Dzikri Nurhabibi Nahrowi, M.A. merupakan *Manager Guest Relations* dari A&O Hostel Hamburg, Jerman. Narasumber sebagai Triangulasi Sumber atau sebagai kroscek pembanding ideal dari Strategi *Marketing Public Relations*.