

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3. 1. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat

Penelitian ini dilaksanakan di kantor kesekretariatan Universitas Muhammadiyah Jakarta.

b. Waktu

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, November 2023 sampai Januari 2024 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

3. 2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan deskriptif kualitatif guna menjelaskan Aktivitas Digital *Public Relations* Dalam Mengembangkan Reputasi Universitas Muhammadiyah Jakarta. Adapun pengertian pendekatan kualitatif (dalam Kriyantono, 2014, hal. 56), pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dapat menjelaskan suatu fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data. Data kualitatif berupa kata, kalimat, dan narasi. Data kualitatif bersifat naratif, bukan angka. Informasi akan didapatkan secara detail dan mendalam sehingga dapat menjelaskan suatu fenomena, isu, atau permasalahan.

Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguraikan bagaimana *Public Relations* memanfaatkan Media Digital Pada Perguruan Tinggi. Dalam penelitian ini, Universitas Muhammadiyah Jakarta melakukan aktivitas digital *Public Relations* untuk mengembangkan reputasi di era digital melalui media sosial Instagram.

3.3. Metode Penelitian

Menurut (Kriyantono, 2014, hal. 56) Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data. metode ini tidak mengutamakan besar populasi atau sampel yang akan diteliti dan keduanya bersifat terbatas. Jika data sudah terkumpul dan bisa menjelaskan suatu fenomena. Maka, tidak diperlukan sample yang lainnya. Metode penelitian kualitatif lebih menekankan mengenai persoalan kualitas bukan kuantitas Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Karena, peneliti ingin menggambarkan Aktivitas Digital Public Relations Dalam Mengembangkan Reputasi Universitas Muhammadiyah Jakarta.

3.4. Operasional Konsep

Operasionalisasi konsep adalah proses penggambaran konsep- konsep pada penelitian agar dapat dipahami secara mudah dan dapat diukur. Konsep penelitian ini akan dirincikan secara sistematis. Setiap konsep terdiri dari beberapa indikator. Dalam penelitian ini terdapat 2 konsep penelitian yang dioperasikan, sebagai berikut:

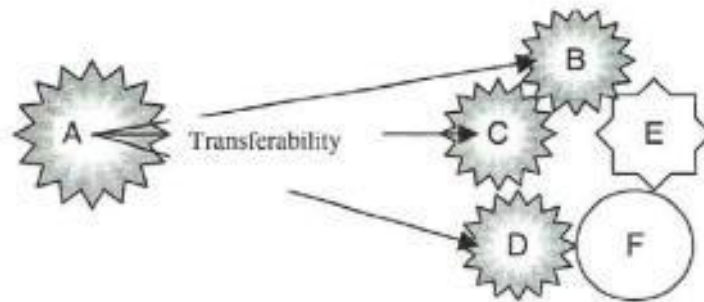
Tabel 3. 1.
Operasional Konsep

Konsep	Dimensi	Aspek yang digali
Media Sosial Model of some (Legina Ruttrell, 2015)	<i>share</i>	Memantau dan mengelola aktivitas organisasi di berbagai platform digital seperti media sosial, situs web, blog, dan forum. Hal ini melibatkan pembuatan dan kurasi konten yang selaras dengan pesan dan nilai-nilai organisasi.
	<i>Optimize</i>	Mengidentifikasi isu atau tren yang muncul dengan menganalisis frekuensi dan konteks diskusi di platform media sosial.

Konsep	Dimensi	Aspek yang digali
	<i>Manage</i>	Menganalisis tahap kelola media sosial yang direncanakan dengan penanganan yang baik dan tepat.
	<i>engage</i>	Mengidentifikasi keikutsertaan publik tertentu pada media sosial
Proses Pembentukan Reputasi Proses Pembentukan Reputasi (Doorley dan Garcia, 2016)	<i>Performance</i>	Menganalisis kinerja yang mengaktifkan bagian bagian struktur untuk organisasi
	Perilaku	Mengidentifikasi unsur lingkungan dikaitkan dengan suatu pemahaman
	Komunikasi	Menganalisis kepuasan maksimal bagi individu pada setiap saat

3. 5. Teknik Penentuan Informan

Informan di tentukan berdasarkan teknik *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2016, hal. 85) *purposive sampling* adalah salah satu teknik penentuan sampel dengan melakukan pertimbangan. Penentuan sampel ini ditentukan berdasarkan informan yang dinilai relevan dengan permasalahan dan tujuan yang akan diteliti. Pada penelitian kualitatif, hasil penelitian tidak akan digeneralisasi kepada populasi tertentu karena pengambilan sampel tidak dipilih secara random.



Gambar 3. 1. Teknik Purposive Sampling

Sumber: Sugiyono (2016)

Penentuan informan pada penelitian ini dengan pertimbangan karena informan dianggap yang memiliki banyak pengetahuan terkait permasalahan yang akan diteliti. Untuk Aktivitas Digital *Public Relations* Dalam Mengembangkan reputasi Perguruan Tinggi, informan yang akan dimintai data adalah Kepala Kantor Kesekretariatan UMJ, Kepala Bagian Multimedia, Staff Humas Pengelola Media Sosial.

Tabel 3. 2.

Tabel Informan

No.	Nama	Jabatan	Pendidikan	Status
1.	Tria Patrianti	Kepala Kantor Kesekretariatan UMJ	Strata III Ilmu Komunikasi	Key Informan
2.	Budiman	Kepala Bagian Multimedia	Strata II Teknik	Informan Pendukung I
3.	M. Haekal Fahmi	Staff Humas Pengelola Media Sosial	Strata I Ilmu Komunikasi	Informan Pendukung II

3. 6. Teknik Pengumpulan Data

3.6.1. Data Primer

Dalam (Kriyantono, 2014, hal. 41) Data primer adalah data yang peneliti dapatkan dari sumber pertama. Sumber data biasanya berupa responden dari hasil wawancara, observasi, atau pengisian kuisioner. Data primer yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Wawancara

Dikutip dari Berger (dalam Kriyantono, 2014, hal. 100) wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam proses mendapatkan informasi secara langsung dari sumbernya.

Wawancara pada penelitian ini menggunakan jenis wawancara semistruktur. Wawancara ini digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan secara terbuka dan lengkap melalui pendapat dan ide- ide pihak yang diwawancarai. Dalam melakukan proses wawancara, peneliti akan menanyakan kemudian mendengarkan secara teliti dan mencatat hasil informasi yang diperoleh dari informan.

b) Observasi

Menurut (Kristiyanto, 2014, hal. 64), observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif dan bertujuan untuk menggali data- data secara rinci dan objektif. Dalam metode ini dilakukan pengamatan secara langsung objek yang diteliti. Observasi kerap dipadukan dengan wawancara.

3.6.2. Data Sekunder

Dalam (Kristiyanto, 2014, hal. 42) Data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung atau dari sumber kedua. Data ini juga didapatkan dari hasil penelitian terdahulu. Data sekunder bersifat untuk melengkapi data primer. Sumber data sekunder yang

peneliti dapatkan, sebagai berikut :

a) Buku

Pengumpulan data dapat menggunakan buku yang berisi teori serta metode yang berkaitan dengan penelitian.

b) Jurnal/ Penelitian Terdahulu

Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah hasil penelitian terdahulu sebagai studi pustaka melalui topik yang sama dengan penelitian yaitu mengenai perencanaan kampanye *public relations*.

c) *Website/ Internet*

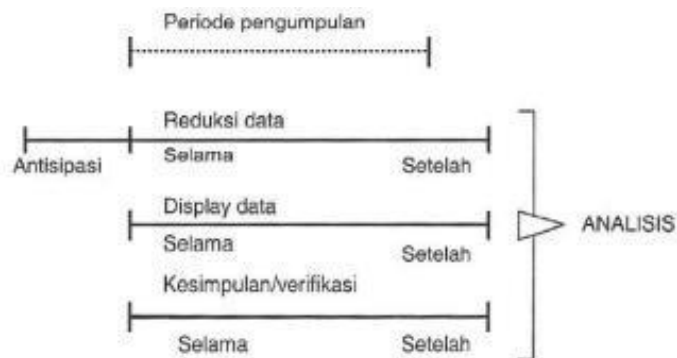
Adanya internet mempermudah peneliti untuk menemukan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Pengumpulan data yang relevan dengan penelitian ini dilakukan dengan cara mencari dan mengunduh

3. 7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2016), mengatakan bahwa metode atau teknik pengolahan data kualitatif dapat dilakukan dalam tiga tahap: *data reduction, data display, dan conclusion drawing/ Verification*.

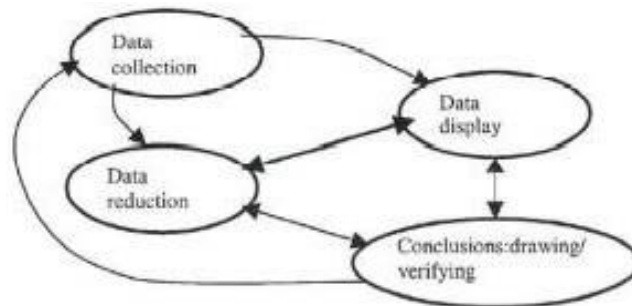
Menurut (Sugiyono, 2016, hal. 224) analisa data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum meneliti di lapangan, dan setelah selesai penelitian dilapangan. Analisa data difokukskan selama proses dilapangan bersama dengan pengumpulan data. analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dan selesai pengumpulan data.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan model Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2016, hal. 246), peneliti melakukan pengumpulan data sebelum melakukan reduksi data. langkah- langkahnya sebagai berikut:



Gambar 3. 2. Komponen Dalam Analisis Data

Selanjutnya model interaktif komponen dalam analisis data menurut model Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2016, hal. 246):



Gambar 3. 3. Dalam Analisis Data (interactive model)

Terdapat 4 tahapan dalam model interaktif, sebagai berikut :

a. Data Collection

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dapat dilakukan dalam bentuk observasi, depth interview, dan dokumentasi, di tahap awal peneliti akan mengobservasi secara umum terhadap situasi yang diteliti. Dengan seperti ini akan banyak dan data yang bervariasi

b. Data Reduction

Mereduksi data dengan memilih hal-hal yang penting, memfokuskan, mencari tema dan pola. Dengan demikian data yang direduksi akan menggambarkan lebih jelas sebuah data selanjutnya jika diperlukan. Peneliti harus mengacu kepada teori dan tujuan yang akan dicapai

c. *Data Display*

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dalam bentuk uraian singkat, hubungan antarkategori, dan sejenisnya. Untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif dapat menggunakan teks yang bersifat naratif.

d. *Conclusion Drawing/verification*

Pada tahap ini, kesimpulan dianggap bersifat sementara, dan dapat berubah jika terdapat fakta fakta yang mendukung dalam proses pengumpulan data. akan tetapi jika kesimpulan tersebut dilengkapi dengan bukti- bukti yang valid maka dapat dikatakan kredibel.

3. 8. Uji Keabsahan Data

Menurut (Sugiyono, 2013, hal. 267) uji keabsahan data ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Data dapat dikatakan valid jika “tidak ada perbedaan” antara data yang peneliti laporkan dengan data yang terjadi pada objek penelitian. Uji kredibilitas data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi.

Triangulasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada. Menurut William Wiersma (dalam Sugiyono, 2013, hal. 273) Triangulasi ini dapat diartikan sebagai pengecekan data melalui berbagai sumber, berbagai cara, dan berbagai waktu.

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data. Pengecekan ini dilakukan dengan membandingkan data yang telah diperoleh dari wawancara antara informan penelitian dengan informan penelitian yang lain. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dari pandangan ahli atau pakar yang sudah memiliki pengalaman yang sudah sangat jauh dalam aktivitas digital *public relations*.

Penelitian ini menggunakan menggunakan seorang Kepala Divisi Layanan dan Informasi UMM yakni Maharina Novaria Zahro, M.I.Kom yang

memahami tentang digital aktivitas *Public Relations* dan Kepala Analisis sistem media Informasi UIN Jakarta yakni: Indra Munawar, S.Pd.I.M.P.d

Tabel 3. 3. Informan Triangulasi

No.	Nama	Jabatan	Umur	Pendidikan	Status
1.	Maharina Novaria Zahro	Kepala Divisi Layanan dan Informasi UMM	29	Strata 2 Ilmu Komunikasi	Informan Triangulasi
2.	Indra Munawar	Kepala Analisis Sistem Informasi UIN Jakarta	38	Strata 2 Ilmu Pendidikan	Informan Triangulasi II