

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

##### **1. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian dilakukan di Kantor Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Jl. Medan Merdeka Barat No. 17, Rt/Rw 02/03 Gambir Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta 10110, Indonesia.

Kantor Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Gedung Film, Jl M.T. Haryono Jakarta Selatan.

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak bulan April - Juni 2024.

#### **3.2. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian menurut Hamid Darmadi, bahwa pendekatan penelitian merupakan metode atau cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu (Darmadi, 2014:26).

Pengertian Pendekatan Penelitian menurut Nazir bahwa pendekatan penelitian merupakan sebuah metode penelitian ilmiah yang bisa dikatakan suatu pengejaran terhadap kebenaran yang diatur oleh pertimbangan-pertimbangan logis (Nazir, 2014:26).

Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dapat menjelaskan suatu fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data. Data kualitatif berupa kata, kalimat, dan narasi. 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 *Cyber Public relations* Pada Kampanye Sadar Wisata 5.0 Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.

### 3.3. Metode Penelitian

Metode Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif memiliki fokus pada proses menggambarkan hasil kejadian yang diperoleh apa adanya sesuai dengan kejadian yang sedang berlangsung yang telah didapat melalui wawancara. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi, melainkan hanya melukiskan variable demi variable (Ardianto, 2016:60).

Menurut Arikunto, bahwa metode penelitian adalah cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan (Arikunto, 2019:136).

Menggunakan metode penelitian ini, maka dapat memberikan gambaran mendalam tentang permasalahan pada suatu objek penelitian dan dapat dijelaskan secara mendalam, Mengenai *Cyber Public Relations* pada Kampanye Sadar Wisata 5.0 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

### 3.4. Operasionalisasi Konsep

**Tabel 3.1 Operasional Konsep**

Konsep	Operasionalisasi Konsep	Aspek Yang Digali
<i>Cyber Public relations</i> Philipz and Young (2009) Dari Sujanto (2022)	1. <i>Transparency</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi yang disediakan dapat dipublikasikan kepada khalayak.</li> <li>2. Menggunakan <i>overt transparency</i> informasi yang di dapat melalui website atau media sosial yang dimiliki perusahaan.</li> <li>3. Keterbukaan informasi publik dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui <i>Media digital</i> internal instansi.</li> <li>4. Kecukupan informasi yang diterima oleh publik untuk menjaga komunikasi yang harmonis.</li> </ol>
	2. <i>Internet Porosity</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Instansi mengontrol informasi yang akan disebarakan kepada publik.</li> <li>2. Informasi yang membawa dampak positif.</li> </ol>
	3. <i>The Internet as an agent</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses transformasi sebuah pesan/ topik yang menciptakan konsep terbaru.</li> </ol>

Konsep	Operasionalisasi Konsep	Aspek Yang Digali
		2. Ide dan gagasan dalam penyampaian pesan berdasarkan konten yang diakses.
	4. <i>Richness in content and reach</i>	1. Praktik <i>cyber public relations</i> yang melibatkan elemen <i>richness dan reach</i> . 2. Informasi jangkauan internet yang mengakibatkan kekayaan informasi tercipta dan tersampaikan dengan baik.
Kampanye <i>Public relations</i> Pfau dan Parrot (1993) Dalam Antar venus (2019)	1. <i>Awareness</i>	1. Meningkatkan kesadaran khalayak tentang kampanye. 2. Penggunaan media yang efektif dalam meningkatkan kesadaran khalayak.
	2. <i>Attitude</i>	1. Rancangan kampanye untuk membuat khalayak terpengaruh terhadap isu yang sedang terjadi. 2. Perubahan sikap khalayak setelah diadakannya kampanye.
	3. <i>Behavioral</i>	1. Kampanye yang berkaitan dengan perubahan perilaku khalayak yang berkelanjutan. 2. Evaluasi perubahan perilaku setelah dilaksanakan kampanye.

### 3.5. Teknik Penentuan Informan

Pengertian teknik penentuan informan menurut Moleong adalah bahwa teknik penentuan informan adalah orang yang di manfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian dan merupakan orang yang sangat mengetahui permasalahan yang akan diteliti (Moleong, 2015:163).

Teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian adalah teknik *purposive sampling*. *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 dipilih secara random

Berikut daftar nama informan yang akan diwawancarai:

**Tabel 3.2 Daftar Nama Informan**

No	Nama	Pendidikan	Usia	Jabatan	Keterangan
1.	Reitha	S2	54	Pic Publikasi Kampanye sadar wisata 5.0	Key Informan
2.	Rahadian	S1	30	ProgramAktivasi/ PIC Biro Komunikasi Publikasi Kampanye sadar wisata 5.0.	Informan I
3.	Elly Yuniardy	S2	47	Pic Kampanye Sadar Wisata 5.0	Informan II

Kriteria konteks penelitian ini, Peneliti memilih informan yang memiliki kriteria:

1. *Key Informan* dipilih karena beliau PIC untuk bagian publikasi Kampanye sadar wisata 5.0 dan berkontribusi langsung dalam Kampanye sadar wisata 5.0.
2. Informan 1 dipilih karena memiliki pengalaman yang relevan sebagai PIC publikasi yang langsung dari biro komunikasi untuk menangani publikasi Kampanye sadar wisata 5.0 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
3. Informan 2 dipilih karena berkontribusi langsung dalam kampanye sadar wisata 5.0 serta yang menangani Kampanye sadar wisata 5.0

Penentuan informan pada penelitian ini dengan pertimbangan karena yang dianggap sesuai dengan kriteria yang disebutkan terkait masalah yang akan diteliti.

### 3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan menurut, Bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, Karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, Bila di lihat dari sumber data nya,

maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder (Sugiyono, 2022:197).

Teknik pengumpulan data juga dibagi menjadi data primer dan data sekunder yaitu:

### **3.6.1. Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya untuk tujuan yang spesifik. Data ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data yang dirancang oleh peneliti untuk menjawab penelitian. Data primer yang digunakan oleh peneliti antara lain;

1. Wawancara mendalam, adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap atau mendalam. Wawancara dilakukan peneliti secara langsung dengan orang-orang yang dianggap perlu dan mewakili dalam penelitian ini. Wawancara ini bertujuan untuk menggali keterangan yang mendalam seputar topik yang terkait dengan permasalahan ini sehingga terkumpul informasi yang diperlukan.

### **3.6.2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang sudah ada dan dikumpulkan oleh orang lain yang bertujuan untuk dijadikan informasi tambahan atau analisis lebih lanjut. Data sekunder yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Studi Literatur, adalah proses pencarian, peninjauan, dan analisis karya- karya ilmiah dan sumber informasi yang relevan untuk memahami konteks dari penelitian. Studi literatur melibatkan buku, Artikel dan jurnal dan dokumen lainnya.
2. Observasi, adalah kegiatan mencari dan mengamati data yang digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Observasi yang dilakukan adalah non partisipasi, yaitu tidak turun langsung atau sebagai penonton dan bertujuan untuk

mengamati bentuk *Cyber Public relations* pada Kampanye sadar wisata 5.0 Kemenparekraf.

### 3.7. Teknik Analisis Data

Pengertian analisis data menurut Yakub Nasucha, bahwa analisis penelitian adalah proses analisa sesuai dengan data yang berasal dari pengumpulan data dengan cara mencatat, tinjauan pustaka, wawancara, hingga partisipasi(Nasucha, 2015:34).

Menurut Sugiyono analisa data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum meneliti di lapangan, dan setelah selesai penelitian di lapangan. Analisa data difokuskan selama proses di lapangan bersama dengan pengumpulan data, analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dan selesai pengumpulan data (Sugiyono, 2022:245).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan model Miles dan Huberman terdapat empat tahapan yaitu:

1. Reduksi Data.

Proses memeriksa kepatutan data yang berupa kelengkapan dan kebenaran dari data yang diperoleh berupa wawancara, observasi dan data pendukung yang dibutuhkan.

2. Penyajian Data.

Penyajian data dilakukan dengan mengategorikan data sehingga diperlukannya untuk melihat data yang benar. Penyajian data berupa hasil wawancara di analisa untuk merakit informasi secara teratur agar dapat dilihat hasil pengertiannya. Penyajian data berdasarkan jawaban wawancara.

3. Penarikan kesimpulan.

Hasil final dari suatu penelitian kualitatif. Penarikan kesimpulan akan memberikan pengertian dari data yang sudah dikumpul. Diawali reduksi data, lalu penyajian data dan terakhir penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2022).

### 3.8. Uji Keabsahan Data

Menurut Sugiyono 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 digunakan dalam penelitian adalah triangulasi (Sugiyono, 2022: 267).

Triangulasi yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Dari sini, peneliti akan sampai pada salah satu kemungkinan, data yang diperoleh ternyata konsisten, tidak konsisten, atau berlawanan. Dengan demikian terdapat tiga triangulasi yaitu:

#### 1. Triangulasi sumber

Untuk menguji kredibilitas dapat dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan tiga sumber data tersebut.

Berikut daftar nama Triangulasi yang akan diwawancarai:

**Tabel 3.3 Daftar Nama Triangulasi**

NO	Nama	Pendidikan	Usia	Jabatan	Keterangan
1.	Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom (Universitas Islam Riau)	S2	34	Wakil Dekan II Praktisi <i>Public Relations</i>	Triangulasi 1

Kriteria Konteks Penelitian ini, Peneliti Memilih triangulasi dikarenakan beliau merupakan praktisi *public relations* di Universitas Islam Riau yang dimana beliau juga mengajar *Cyber Public relations*.