

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Tipe Penelitian**

Dalam penelitian ini pendekatan yang dilakukan adalah melalui pendekatan kualitatif. Artinya data yang dikumpulkan berdasarkan subjek penelitian, data tersebut berasal dari wawancara mendalam dari berbagai sumber yang memiliki kredibilitas, catatan lapangan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, dan dokumen resmi yang diperoleh dari perusahaan. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita strategi PR majalah GATRA terkait berkembangnya media digital. Oleh karena itu penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah dengan mencocokkan antara realita kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan dengan teori yang berlaku dengan menggunakan metode deskriptif.

Menurut Lexy J. Moleong (2005),<sup>1</sup> mengemukakan defenisi penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada sutau konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian deskriptif kualitatif berusaha menggambarkan suatu gejala sosial yang terjadi di masyarakat.

---

1. Moleong, Lexy. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Roasdakarya.

Dengan kata lain penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat studi. Metode kualitatif ini memberikan informasi yang lengkap sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta lebih banyak dapat diterapkan pada berbagai masalah. Metode penyelidikan deskriptif tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang. Metode ini menuturkan, menganalisa, dan mengklasifikasi, menyelidiki dengan teknik studi kasus yang terjadi terhadap persaingan media cetak dengan perkembangan media dalam trend digital. Bisa disimpulkan bahwa metode deskriptif ini ialah metode yang menuturkan dan menafsirkan data yang ada, misalnya tentang situasi yang dialami, satu hubungan, kegiatan, pandangan, sikap yang terjadi, atau tentang satu proses yang sedang berlangsung, pengaruh yang sedang bekerja, persaingan yang sedang muncul, dan sebagainya.

### 3.2. Metode Penelitian

Berdasarkan tipe Penelitian, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan kajian observasi partisipan (*participant observation*) yaitu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan di mana peneliti terlibat dalam keseharian informan. Batasan studi kasus penelitian ini meliputi, pertama sasaran penelitian berupa manusia, peristiwa, dan dokumen. Kedua, sasaran-sasaran tersebut ditelaah secara mendalam sebagai suatu totalitas sesuai dengan latar atau konteksnya masing-masing dengan maksud untuk memahami berbagai kaitan yang ada dalam

permasalahan penelitian. Sasaran studi ini adalah perilaku atau tindakan - tindakan, kebijakan - kebijakan yang dipergunakan dan diambil oleh PR GATRA dalam mengelolah dan meningkatkan perkembangan majalah GATRA.

Penelitian dengan studi kasus menurut Moleong (2005) bermakna memahami peristiwa dalam kaitannya dengan orang dalam situasi tertentu. Penelitian ini memahami perkembangan GATRA yang terjadi yaitu perencanaan kinerja, identifikasi kerja, pengelolaan dan pelaksanaan, dan evaluasi kinerja PR GATRA sehingga menghasilkan kemajuan di perusahaan. Studi kasus yang peneliti maksud juga menyajikan uji kritis suatu teori PR yang efektif. Dasar penggunaan metode studi kasus dengan observasi partisipasi ini dengan pertimbangan bahwa peneliti bekerja berada satu divisi dengan bagian PR di perusahaan tersebut sehingga memudahkan untuk melakukan observasi langsung terhadap fokus tujuan penelitian yang meliputi pengamatan kegiatan PR perusahaan dalam merespon perkembangan media digital. Pendekatan studi kasus ini menuntut peneliti untuk lebih aktif dalam setiap kegiatan PR perusahaan sekaligus juga sudah menjadi kewajiban peneliti sebagai karyawan di perusahaan tersebut. Peneliti juga memanfaatkan kesehariannya bekerja untuk melakukan pengamatan penelitian melalui catatan harian mengenai kegiatan PR perusahaan, dinamika strategi kebijakan perusahaan terkait dengan mempertahankan eksistensi Majalah Gatra. Agar tujuan penelitian ini terpenuhi dengan hasil yang baik maka peneliti juga melakukan wawancara dengan pimpinan perusahaan diantaranya Direktur pemasaran, Manager pemasaran dan pelaksana PR.

Melalui metode ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai strategi yang dilakukan perusahaan. Melalui tahapan dalam penggunaan metode yang digunakan ini, diharapkan permasalahan di dalam penelitian ini dapat dikonstruksikan sebagai strategi komunikasi yang dilakukan dalam menghadapi persaingan media cetak dengan perkembangan trend media digital.

### 3.3. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang-orang yang dapat memberi pemahaman tentang permasalahan yang diteliti. Untuk itu penulis melakukan pendekatan langsung kepada subyek peneliti guna memperoleh data yang akurat. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive*, berarti dilakukan secara sengaja dengan anggapan bahwa subyek tersebut dapat memberikan sumbangan pemahaman atas suatu peristiwa yang akan menjadi tujuan peneliti. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Bapak Dani Hamdani sebagai Direktur Pemasaran Gatra Media Group
2. Bapak Hendri Firzani sebagai Manager Pemasaran Gatra Media Group
3. Bapak Habib Azhari sebagai Staff PR & Promosi Majalah Gatra

Penentuan informan di atas didasarkan bahwa menurut peneliti bahwa subyek penelitian tersebut telah memiliki kredibilitas yang sesuai yaitu beliau menjadi *decision maker* (pembuat keputusan) di Majalah Gatra dan bertindak sebagai pelaksana yang terlibat langsung dalam setiap program kebijakan dan yang mengetahui fakta dilapangan yang menjadi objek perhatian penelitian.

### 3.4 . Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1. Data Primer

Kegiatan pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengikuti pola yang dikemukakan oleh Moleong (edisi revisi, 2010)<sup>2</sup>, yakni melalui:

##### 1. Wawancara Mendalam

Wawancara ini dilakukan sebagai proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si peneliti dengan narasumber dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).

Tujuan peneliti menggunakan metode ini untuk memperoleh data secara jelas dan kongkret tentang strategi apa yang dilakukan perusahaan dalam menghadapi persaingan media digital yang sedang berkembang. Wawancara ini dilakukan kepada pihak internal perusahaan dengan pemilihan informan yang memiliki kredibilitas dengan permasalahan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan jenis wawancara dengan pedoman umum dimana peneliti dilengkapi panduan wawancara yang sangat umum yang hanya akan mencantumkan isu-isu yang harus diteliti tanpa menentukan urutan pertanyaan, bahkan mungkin tanpa bentuk pertanyaan eksplisit.

---

<sup>2</sup> Moleong, Lexi J. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remadja Rosdakarya

Peneliti juga akan menggunakan model pertanyaan *open question* di dalamnya. Peneliti juga menyertakan metode wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara yang informal, dimana proses wawancara ini didasarkan penuh pada perkembangan pertanyaan secara spontan dalam interaksi alamiah.

## 2. Observasi partisipan,

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan jenis observasi partisipan, dimana peneliti ikut terlibat dalam kegiatan observasi tersebut. Peneliti mendeskripsikan *setting* yang dipelajari, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan makna kejadian dari perspektif mereka yang terlibat dalam kejadian yang diamati tersebut. Observasi partisipan yang dilakukan peneliti adalah dengan cara turut andil dalam beberapa kegiatan yang dilakukan divisi PR dan pengambilan data dengan menggunakan pengamatan langsung.

Peneliti merupakan bekerja di majalah GATRA dan berada dalam satu divisi dengan PR perusahaan tersebut sehingga dapat dilakukan observasi secara langsung dalam keseharian perusahaan, misalnya: disaat ada kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan bagian PR maka peneliti juga ikut andil dalam kegiatan tersebut dengan menjadi panitia acara. Tujuan menggunakan metode ini untuk mencatat berbagai strategi, perkembangan perusahaan dan evaluasi kebijakan, dan sebagainya yang memiliki kepentingan terhadap tujuan penelitian.

### 3. Studi dokumentasi.

Penelusuran dokumen dilakukan untuk mendapatkan jawaban-jawaban serta data-data yang dapat dipertanggungjawabkan secara hukum baik berupa dokumen pribadi maupun dokumen resmi. Penelusuran dokumen yang dilakukan peneliti berasal dari dokumen-dokumen yang terkait dengan kegiatan yang dilakukan oleh Divisi PR dan Promosi dan Divisi Sirkulasi Majalah GATRA, seperti data profil perusahaan, arsip kegiatan yang telah dilakukan ditahun 2011 dan 2012, dokumen kebijakan perusahaan, serta proposal kegiatan PR GATRA. Selain itu digunakan juga buku teks berisi rujukan teori dan hasil penelitian yang berhubungan dengan strategi PR, surat kabar, dan juga internet untuk mendukung analisis dalam penelitian ini. Penelusuran dokumen terutama dilakukan untuk mendapatkan data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Tujuan digunakan metode ini untuk memperoleh data secara jelas dan konkret tentang strategi apa yang dilakukan perusahaan sekaligus evaluasi dari kegiatan tersebut.

#### **3.4.2. Data Sekunder**

Data sekunder dalam penelitian ini adalah melalui laporan hasil evaluasi yang telah dilakukan dari beberapa kegiatan, peneliti mendapatkan laporan ini dari bagian divisi PR & Sirkulasi Gatra. Beberapa data juga diperoleh dari hasil catatan peneliti selama melakukan observasi partisipan dan jurnal kegiatan bulanan.

### **3.5. Definisi Konsep dan Fokus Penelitian**

#### **3.5.1. Definisi Konsep**

Dalam mendefinisikan konsep penelitian, penulis berusaha menjelaskan beberapa konsep yang ada dalam penelitian secara singkat sehingga dapat menjelaskan isi dari penulisan.

1. Strategi Komunikasi :

Strategi komunikasi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan komunikasi yang dilakukan oleh individu atau organisasi. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Dalam hal ini PR dalam melakukan tugasnya juga menggunakan strategi komunikasi, Dengan demikian strategi komunikasi PR merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan suatu program PR. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi PR harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan

2. Majalah : Media cetak yang memiliki waktu penerbitannya dengan periodisasi seperti mingguan, dwi mingguan atau bulanan, biasanya majalah muncul dengan segmentasi yang khusus dengan keunikan yang berbeda dan memiliki bahasan informasi lebih mendalam.



3. Media Digital : Perkembangan teknologi berdampak terhadap perubahan dalam kehidupan masyarakat, misalnya dengan berkembangnya Handphone, Android, media Tablet dan sebagainya yang telah membantu dan meringankan aktifitas manusia, dan akan membudayakan masyarakat ketergantungan dengan teknologi.

### **3.5.2. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian adalah pemusatan konsentrasi pada tujuan dari penelitian yang dilakukan. Peneliti memfokuskan penelitian pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh PR Majalah GATRA dalam menghadapi persaingan dengan media digital, strategi ini meliputi bagian dari tugas PR di dalam perusahaan. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh PR mencakup perencanaan tujuan perusahaan kedepannya melalui berbagai kebijakan yang memiliki hubungan dengan masalah perkembangan media digital. Peneliti mengungkapkan bahwa fokus penelitian ini juga mengenai strategi manajemen perusahaan yang terkait dengan tugas PR sehingga berdampak pada eksistensi perusahaan yang masih mampu bertahan di tengah persaingan media cetak dengan media digital yang sedang berkembang. Fokus penelitian juga dapat membandingkan keterkaitan antara tugas PR GATRA dengan teori PR yang efektif.

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan metode seperti yang dikatakan oleh *Miles dan Huberman* (1992) dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Reduksi data
2. Penyajian data
3. Menarik kesimpulan
4. Verifikasi

Reduksi data dalam penelitian ini akan dilakukan dalam bentuk proses pemilihan, pengeditan, pemusatan pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan di lapangan. Selanjutnya data yang merupakan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk matriks. Format matriks merupakan abstraksi atau penyederhanaan dari data kasar yang diperoleh dari catatan di lapangan. Penyusunan matriks beserta penentuan data kasar yang masuk akan dilakukan berdasarkan kasus atau topik bahasan. Selanjutnya dari data yang terdapat disusun dalam matriks tersebut, kemudian dilakukan penarikan kesimpulan yang dideskripsikan secara normatif.

### **3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan teknik yang dikemukakan oleh *Maleong*, (2003), yaitu :

1. Perpanjangan Pengamatan, dengan melakukan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui. Dalam perpanjangan pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian ini, peneliti memfokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh, untuk mengecek apakah ada perubahan data atau kesalahan data.

## 2. Triangulasi Data

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat-alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Pengujian kredibilitas yang dilakukan oleh peneliti yaitu triangulasi teknik pengumpulan data yang efektif dan waktu yang harus sesuai. Dalam hal ini peneliti membandingkan data baru ditahun 2012 / 2013 yang sudah diperoleh dengan data yang lama dari tahun sebelumnya 2010/2011 sehingga peneliti dapat melihat perkembangan strategi PR yang telah dilakukan.

## 3. Meningkatkan Ketekunan

Peneliti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan, dengan cara ini maka kepastian data dan urutan kegiatan atau peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Meningkatkan ketekunan berarti

mencari sesuatu secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tentative. Mencari suatu usaha membatasi berbagai pengaruh, mencari apa yang dapat diperhitungkan dan apa yang tidak dapat. Ketekunan ini dilakukan oleh peneliti dengan cara membaca berbagai referensi buku yang terkait dengan masalah penelitian maupun hasil penelitian sejenis sementara atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan temuan yang akan diteliti sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu lebih dipercaya.

