

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan tipe penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif. Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Metode ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan serta pengaruh dari suatu fenomena (Nazir, 2005: 55).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena-fenomena melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Di sini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data (Kriyantono, 2008 : 56-57).

Analisis kualitatif merupakan suatu hal yang menyatu, masuk akal, dapat dipercaya, atau yang bersifat memaksa. Melakukan hal itu mungkin juga menjadi suatu langkah dalam mengarahkan peneliti lainnya yang memungkinkan untuk memperoleh hasil-hasil yang serupa. (Miles, 2003 : 15). Bahkan mengembangkan format untuk menyajikan data kualitatif ternyata benar-benar menyenangkan dan mudah. Bentuk format-format itu keluar berupa tabel ringkasan (matriks, bagan, daftar cek) atau gambar. *Entry* data

juga berbentuk banyak berkas-berkas teks singkat, kutipan, frasa, penilaian, singkatan, gambar-gambar simbolis, dan sebagainya (Miles, 2003: 137).

Berdasarkan metode penelitian tersebut di atas peneliti berharap mendapatkan data penelitian yang bersifat deskriptif interpretatif sehingga peneliti dapat menganalisa dan menelaah lebih dekat, mendalam, mengakar dan menyeluruh, untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai strategi komunikasi dan apa saja faktor pendukung serta hambatan yang dilakukan *public relations* PT.Niaga Nusa Abadi dalam meningkatkan konsumen di kota Pekanbaru.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek adalah orang yang dipakai untuk percobaan atau penelitian (Alwasillah, 2002: 15). Subyek dari penelitian ini ditentukan berdasarkan *purposive sampling* yakni seleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2008: 154).

Tabel 3.1

Subjek Penelitian

No	Nama	Jabatan	Jumlah
1.	Lewiarta Sasta Hutagalung	Manager Humas	1
2.	Willy Lendra	Staf	1
3.	Ari Setiawiaga	Konsumen	1
4.	Novri Adhi	Konsumen	1
5.	Yanto	Konsumen	1
TOTAL			5

Berdasarkan tabel diatas subjek penelitian merupakan sebagai sumber data yang diperoleh dari suatu penelitian, dimana sumber menjadi kunci utama dalam masalah yang diteliti. Adapun subjek dari penelitian ini yaitu Manager PR/Humas dan Staf PT. Niaga Nusa Abadi dan 3 Konsumen rokok *clas mild*. Adapun alasan peneliti memilih informan Manager PR/Humas dan Staf PT. Niaga Nusa Abadi yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi, apa saja faktor pendukung dan hambatan dalam meningkatkan jumlah konsumen. Adapun alasan peneliti memilih 3 konsumen yaitu untuk mengetahui bagaimana tanggapan atau opini dari pelaksanaan strategi komunikasi *public relations* PT. Niaga Nusa Abadi (*clas mild*) cabang Pekanbaru.

2. Objek Penelitian

Objek adalah yang menjadi pokok masalah (Alwasillah, 2002 : 16). Objek dari penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi, apa saja faktor pendukung dan hambatan *Public relations* di PT. Niaga Nusa Abadi dalam meningkatkan konsumen.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di alamat PT. Niaga Nusa Abadi Jalan Jendral No. 41 A-C Kelurahan Labuh Baru Timur Kecamatan Payung Sekaki. Pra survey penelitian di lakukan minggu kedua bulan Oktober tahun 2016.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada Februari 2017 hingga selesai.

D. Sumber data

1. Data Primer

Dalam melakukan sebuah penelitian umumnya menggunakan data-data valid dan akan digunakan untuk kepentingan penelitian salah satunya adalah data primer, berikut ini adalah definisi-definisi dari para ahli tentang data primer. Data Primer menurut Jonathan Sarwono adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk *file-file*. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai saran mendapatkan informasi ataupun data. (Jonathan Sarwono, 2006:129). Bentuk data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan manager humas atau *public relations* PT. Niaga Nusa Abadi.

2. Data sekunder

Definisi data sekunder menurut Jonathan Sarwono adalah data yang sudah tersedia sehingga kita tinggal mencari dan mengumpulkan. (Sarwono, 2006:123) Berdasarkan definisi diatas data sekunder adalah data yang sudah tersedia atau telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan di publikasikan kepada masyarakat pengguna data sehingga kita tinggal mencari

dan mengumpulkan. Data Sekunder yang diperoleh dari PT. Niaga Nusa Abadi dapat berupa sejarah, struktur organisasi, dokumentasi dan masyarakat konsumen rokok *clas mild*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data dan informasi proposal penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan data, yang meliputi kegiatan: observasi, wawancara, dan kajian dokumentasi.

1. Observasi

Menurut Moleong (2007:126) pengamatan dapat diklasifikasikan atas observasi melalui berperan serta dan yang tidak berperan serta. Pada pengamatan tanpa peran serta pengamatan hanya melakukan dua peranan sekaligus yaitu sebagai pengamatan dan sekaligus menjadi anggota resmi dari kelompok yang diamatinya. Pada pengamatan tanpa peran serta pengamatan hanya melakukan dua peranan sekaligus, yaitu sebagai pengamatan dan sekaligus menjadi anggota resmi dari kelompok yang diamatinya. Observasi yang akan di lakukan meliputi mengamati dan menganalisa model kebijakan strategi komunikasi, apa saja faktor pendukung dan hambatan *public relations* PT. Niaga Nusa abadi yang telah di jalankan.

2. Wawancara

Menurut Moleong (2007:135) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara

(*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara seperti ditegaskan oleh Lincoln dan Guba 1985 dalam Moleong (2007:135), antara lain: mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain-lain. Wawancara yang akan peneliti lakukan dengan pimpinan dan staff *public relations* untuk mengetahui strategi *public relations* dalam berkomunikasi dengan konsumen yang berkaitan memberikan kepuasan pelayanan. Peneliti akan mewawancara dengan manager humas/PR berhubungan dengan aktivitas *public relations* PT. Niaga Nusa abadi.

3. Dokumentasi

Menurut Moleong (2007:161) dokumentasi adalah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari *record*, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyelidik. Dokumentasi sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan. Dokumentasi yang akan dilakukan berupa melihat berbagai aktivitas kehumasan/PR PT. Niaga Nusa Abadi.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Mencapai keabsahan data dalam penulisan ini peneliti menggunakan perpanjangan keikutsertaan dan tringulasi.

a. Perpanjangan keikutsertaan

Teknik ini sangat berguna untuk membatasi gangguan dari dampak peneliti pada konteks, kekeliruan peneliti, mengompensasikan pengaruh dari kejadian-kejadian yang tidak biasa tau pengaruh sesaat (Moleong, 2007: 327). Peneliti tinggal dilapangan sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Memungkinkan peneliti terbuka terhadap pengaruh yang terjadi yang akhirnya dapat mempengaruhi permasalahan yang akan diteliti.

b. Triangulasi

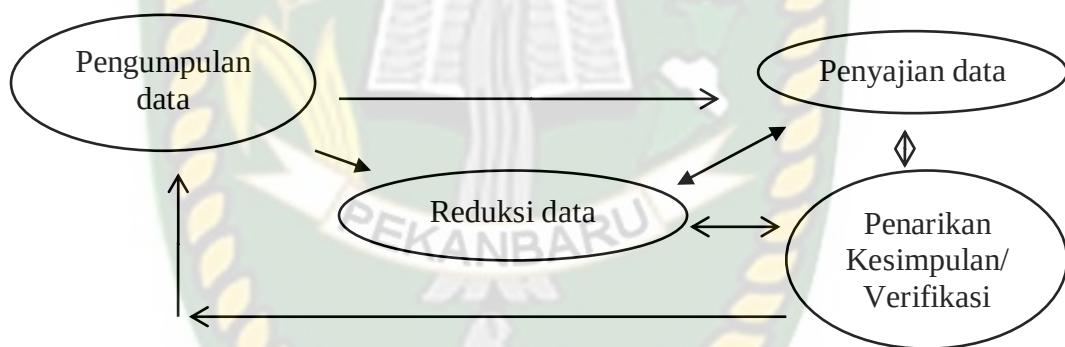
Teknik pemeriksaan keabsahan data dengan triangulasi memungkinkan peneliti untuk *me-recheck* temuannya dengan jalan membandingkan dengan berbagai sumber, metode, atau teori. Membandingkan dengan berbagai sumber dapat dilakukan dengan:

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
- e) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Moleong, 2007 : 330-332)

G. Teknik Analisa Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Biklen yang dikutip dari buku Metodologi Penelitian Kualitatif karangan Meleong adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikanya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik interkatif.

Gambar 3.1
Analisis Data Model Interaktif Huberman dan Miles



Sumber: Bungin, 2003:69

Teknik analisis data model interaktif Huberman dan Miles menyebutkan adanya sifat interaktif antara kolektif data atau pengumpulan data dengan analisis data. Analisis data yang dimaksud yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data atau penarikan kesimpulan.

Reduksi data adalah mengelola data dengan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, dan membuang data yang tidak diperlukan serta mengorganisir data tersebut. Dengan mengorganisir data maka

dapat dengan mudah menyajikan atau memaparkan data-data yang diperlukan untuk dimpulkan dengan cara induktif pada penelitian, dengan demikian dapat ditarik kesimpulan atau verifikasi dalam menganalisis data penelitian (dalam Bungin, 2003:69).

