

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif menjelaskan implementasi marketing public relations melalui media sosial instagram @voluntrip.kitabisa dalam membangun brand awareness. Penelitian kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi dan pemikiran individu maupun kelompok (Nana Syaodih Sukmadinata, 2007. h.50).

Lexy Moleong dalam Penelitian Kualitatif (2006) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif memiliki ciri alami (*natural serfing*) sebagai sumber data langsung, bersifat deskriptif, dan memberikan penekanan pada proses daripada hasil, karena melibatkan analisis induktif dan memberikan penekanan pada makna yang bersifat esensial. Kriteria dalam penelitian kualitatif menekankan kepastian data, yaitu informasi yang benar-benar mencerminkan keadaan sebenarnya atau merupakan fakta yang ditemukan di lapangan. Data ini tidak hanya tampak atau diungkapkan secara kasat mata, tetapi juga memiliki makna mendalam di baliknya.

Proses penelitian dimulai dengan menyusun asumsi dasar dan aturan berpikir yang akan digunakan dalam penelitian. Selanjutnya, peneliti berupaya memahami informan penelitian dari kerangka berpikirnya. Dengan demikian, hal yang paling penting dalam penelitian kualitatif adalah informasi, pendapat, perasaan, dan pengetahuan yang dimiliki oleh partisipan (Sugiyono, 2009).

3.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian berfokus pada pertanyaan bukan pernyataan. Sebuah pertanyaan paling mendasar dapat menentukan tipe penelitian yang akan dilaksanakan, di antara pertanyaan dasar tersebut yaitu apa, bagaimana, dan mengapa.

Dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yang sudah ditentukan pada bagian awal yaitu pertanyaan bagaimana, maka penelitian ini memiliki tipe penelitian deskriptif. Tipe penelitian deskriptif didasarkan pada pertanyaan bagaimana. Data yang didapatkan dari tipe penelitian deskriptif bukan berbentuk angka statistik melainkan berupa kata-kata, gambar, dan perilaku (Sugiyono, 2009). Data dalam tipe penelitian deskriptif dapat dikumpulkan melalui hasil wawancara, observasi, ataupun dengan dokumentasi dan pendukung lainnya. Dalam penelitian ini data didapatkan melalui wawancara dan dokumentasi terkait implementasi MPR akun instagram @voluntrip.kitabisa dalam membangun brand awareness.

3.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni tahun 2024 untuk durasi pengambilan data dengan melakukan wawancara secara online melalui Google Meet dan WhatsApps serta menganalisa akun instagram @voluntrip.kitabisa dengan menganalisa postingan pada periode bulan Mei-Juni

3.4 Objek dan Informan Penelitian

Objek Penelitian

Objek penelitian dalam pendekatan kualitatif merupakan suatu permasalahan atau variabel yang menjadi fokus penelitian. Dengan kata lain, objek

penelitian merupakan inti dari permasalahan yang tengah diinvestigasi dalam suatu penelitian (Arikunto, 2005). Sugiyono (2009) menyatakan bahwa objek penelitian melibatkan orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang dipilih atau ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan disimpulkan.

Dalam penelitian ini objek penelitian yang dipilih adalah brand awareness yang terbentuk pada Voluntrip by Kitabisa melalui implementasi kegiatan Marketing Public Relations di media sosial Instagram @voluntrip.kitabisa. Untuk mencapai kesuksesan dalam kegiatan Marketing Public Relations, praktisi public relations menggunakan berbagai media, dan dalam konteks penelitian ini, media yang dijadikan fokus adalah platform media sosial Instagram milik Voluntrip by Kitabisa. Penelitian ini mengimplementasikan tiga konsep dasar MPR, yaitu *pull*, *push*, dan *pass* strategi dalam setiap konten yang diunggah di Instagram.

Informan Penelitian

Informan dalam penelitian merupakan seseorang yang dijadikan teman untuk menggali informasi yang dibutuhkan (Salim & Syahrudin, 2012). Seperti yang dijelaskan oleh Arikunto (2016:26), merujuk pada tempat atau lokasi di mana data dan variabel dari sebuah penelitian diperoleh. Arikunto menjelaskan bahwa informan penelitian dapat diartikan sebagai benda, hal, atau individu yang terkait dengan variabel penelitian, atau dengan kata lain, mereka adalah responden yang secara langsung terlibat dalam pelaksanaan penelitian.

Informan dalam penelitian ini adalah narasumber yang menjadi pihak yang berhubungan langsung, memahami, dan berpartisipasi dalam menangani implementasi marketing public relations melalui media sosial instagram

@voluntrip.kitabisa. Pihak yang menjadi narasumber adalah *Copywriter & Social Media Executive, Senior Content Creator, Project service* dari Voluntrip by Kitabisa

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah dialog langsung antara pewawancara dan sumber informasi yang terjadi secara tatap muka. Dalam proses ini, pewawancara mengajukan pertanyaan secara langsung mengenai objek penelitian yang telah direncanakan sebelumnya (Yusuf, 2017). Wawancara dapat dikatakan sebagai sebuah percakapan antara dua orang atau lebih di mana pewawancara mengajukan pertanyaan kepada narasumber (Salim & Syahrudin, 2012).

Informan dalam penelitian ini, memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Informan yang secara penuh bertanggung jawab pada perencanaan akun media sosial instagram @voluntrip.kitabisa
2. Mengimplementasikan berbagai strategi terkait kegiatan pemasaran dan public relations khususnya dalam media sosial instagram @voluntrip.kitabisa.
3. Menerapkan kegiatan pemasaran dan *public relations* melalui instagram @voluntrip.kitabisa
3. Mengetahui terkait program Voluntrip by Kitabisa

Dalam penelitian ini, peneliti memilih informan yang sesuai dengan kriteria dan berkompoten untuk menjawab permasalahan antara lain:

1. *Copywriter & Social Media Executive*

2. *Senior Content Creator*

3. *Project Service*

2. Dokumentasi

Menurut Bungin (2007:121), salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah melalui penelusuran data historis. Bungin menjelaskan bahwa dokumen dianggap sebagai sumber data yang dapat mendukung dan melengkapi penelitian dengan berbagai bahan tertulis, film, gambar atau foto, dan karya monumental lainnya yang relevan. Dokumen-dokumen ini dapat memberikan informasi yang berharga dalam proses penelitian.

Dalam penelitian ini digunakan adalah video dan foto ataupun gambar yang menjadi bagian dari konten dalam instagram @voluntrip.kitabisa.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Moeleong, analisis data kualitatif merupakan upaya bekerja sejalan dengan data, mengorganisasikan data, memilah data, mencari pola yang terjadi, dan menemukan apa yang penting untuk dipelajari dan memutuskan apa yang perlu diceritakan ke orang lain (Siyoto & Sodik, 2015). Adapun tujuan dari analisis. Data kualitatif adalah untuk menemukan pengakuan dari informan penelitian (Siyoto & Sodik, 2015).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model interaktif untuk melakukan analisis data. Miles, Huberman, dan Saldana dalam Wanto, Aji (2017:41-42) menjelaskan bahwa terdapat 3 komponen dalam analisis data model interaktif, komponen-komponen tersebut antara lain:

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data merupakan proses pemilihan, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan mentransformasikan data yang mendekati keseluruhan bagian dari catatan lapangan secara tertulis, transkrip wawancara, dokumen-dokumen dan materi-materi empiris. Proses kondensasi data ini diperoleh peneliti setelah melakukan wawancara dan mendapatkan data tertulis yang ada di lapangan dan nantinya transkrip wawancara tersebut dipilah untuk mendapatkan fokus penelitian yang dibutuhkan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan sebuah pengorganisasian, penyatuan, dan informasi yang disimpulkan. Penyajian data di sini membantu memahami konteks penelitian karena melakukan analisis yang lebih mendalam.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Penarikan kesimpulan di sini dilakukan peneliti dari awal proses pengumpulan data seperti mencari pemahaman yang tidak memiliki pola, mencatat keteraturan penjelasan, dan alur sebab akibat yang tetap diperoleh peneliti.

3.7 Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, untuk menguji keabsahan data, peneliti menggunakan uji keabsahan atau *credibility* dengan menerapkan triangulasi. Triangulasi merupakan metode pengujian atau pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sumber atau metode lain di luar dari data penelitian untuk memverifikasi informasi, sering disebut sebagai pembanding data (Moleong,

2016:330). Sugiyono (2009:241) menjelaskan bahwa terdapat tiga jenis triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Dari ketiga jenis triangulasi yang dijelaskan, penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber.

Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara memeriksa data yang telah diperoleh dari beberapa sumber atau metode yang berbeda tempat data didapatkan. Secara sederhana, triangulasi sumber berarti memperoleh data dari berbagai sumber yang menggunakan teknik yang sama. Peneliti dapat menganalisis data yang telah diperoleh dari berbagai sumber untuk mendeskripsikan dan mengkategorikan pandangan yang serupa atau berbeda, sehingga data tersebut memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi peneliti dan mengukur kekonsistenan informasi (Sugiyono, 2009).

Peneliti melakukan pengecekan data yang dihasilkan dari wawancara mendalam dengan memadukannya dengan dokumentasi sebagai data pendukung mengenai implementasi *marketing public relations* melalui media sosial Instagram @voluntrip.kitabis