BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Khawani-ka Indonesia

Khawani-ka Indonesia berdiri pada tanggal 16 Februari 2007, perusahaan ini ber alamat di Jl. Jend. Ahmad Yani 221-223 Segitiga Mas Kosambi Bandung 40113. Khawani-ka Indonesia disingkat “Khawani” yang artinya keberanian, “Ka” dalam bahasa indonesia itu ke, dan Indonesia adalah negara kita. Jadi, arti keseluruhan dari Khawani-ka Indonesia adalah perusahaan yang berani bersaing di negara indonesia dalam bidang jasa.

Khawani-ka Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa marketing *communication*, bidang yang kami tekuni berupaya secara maksimal dalam mendapatkan solusi cerdas dalam mempromosikan perusahaan yang tidak hanya berhenti pada solusi parsial, akan tetapi memberikan alternatif solusi untuk sebuah kampanye promosi.

Sejalan dengan pertumbuhan Perusahaan yang terus berkembang, maka proses pencitraan perusahaan yang mendorong terkomunikasinya suatu pesan jasa layanan, sosialisasi maupun promosi barang/produk pada kondisi saat ini harus secara “cerdas” dikemas.

Pelayanan yang kami berikan meliputi:

- Pembuatan Konsep Komunikasi / Acara
- Pembuatan *Cost Estimate*
- Pengaturan Seluruh Acara

3.1.2 Visi dan Misi EO Khawanika Indonesia

Visi

Terus bertumbuh, menjadikan perusahaan yang professional dan selalu memberikan nilai tambah bagi semua pihak dengan mensinergikan kecerdasan kreatif dengan simplikasi penguasaan teknologi dan informasi, sehingga terwujudnya solusi komunikasi secara komprehensif.

Misi

- **Bertumbuh,** komitmen untuk terus maju menjadikan perusahaan tidak pernah berhenti untuk mencapai perkembangan yang berkelanjutan.
- **Perusahaan profesional,** Budaya mengedepankan keterbukaan didalam menuangkan ide, pada porsi yang selaras, sehingga keikutsertaan di dunia periklanan diapresiasikan secara profesional.
- **Kecerdasan kreatif,** adalah pondasi untuk menciptakan maha karya dari ramuan yang tidak hanya kreatif, tetapi kekuatan kreatifitas yang penuh kecerdasan.
- **Simplifikasi,** dimulainya era teknologi informasi ebagai alat bantu, menjaadikan kami harus mensederhanakan strategi, langkah, dan aksi eksekusi, tanpa mengurangi nilai karya kami.

3.1.3 Logo Khawani-ka Indonesia

Khawani-Ka Indonesia tidak mempunyai logo tetap, karena Khawani-ka Indonesia termasuk ke dalam *company creative* oleh karena itu logonya selalu berbeda-beda. Tetapi Khawani-ka Indonesia mempunyai ciri khas di setiap logonya yaitu selalu ada tulisan "KHAWANI-KA" dan gambar dua buah tanduk yang diartikan sebagai lambang keberanian dan terinspirasi dari bobotoh persib yang bernama viking. Selain itu, dari warna logo yang berwarna orange, hitam dan putih mempunyai arti lebih sebagai pembeda, *eye catching* dan mudah diingat oleh masyarakat. Inilah beberapa contoh logo dari Khawani-ka Indonesia:

Gambar 3.1
Logo Khawani-ka Indonesia



Sumber: Arsip Khawani-ka Indonesia 2014

Gambar 3.2
Logo Khawani-ka Indonesia



Sumber: Arsip Khawani-ka Indonesia 2014

Gambar 3.3
Logo Khawani-ka Indonesia

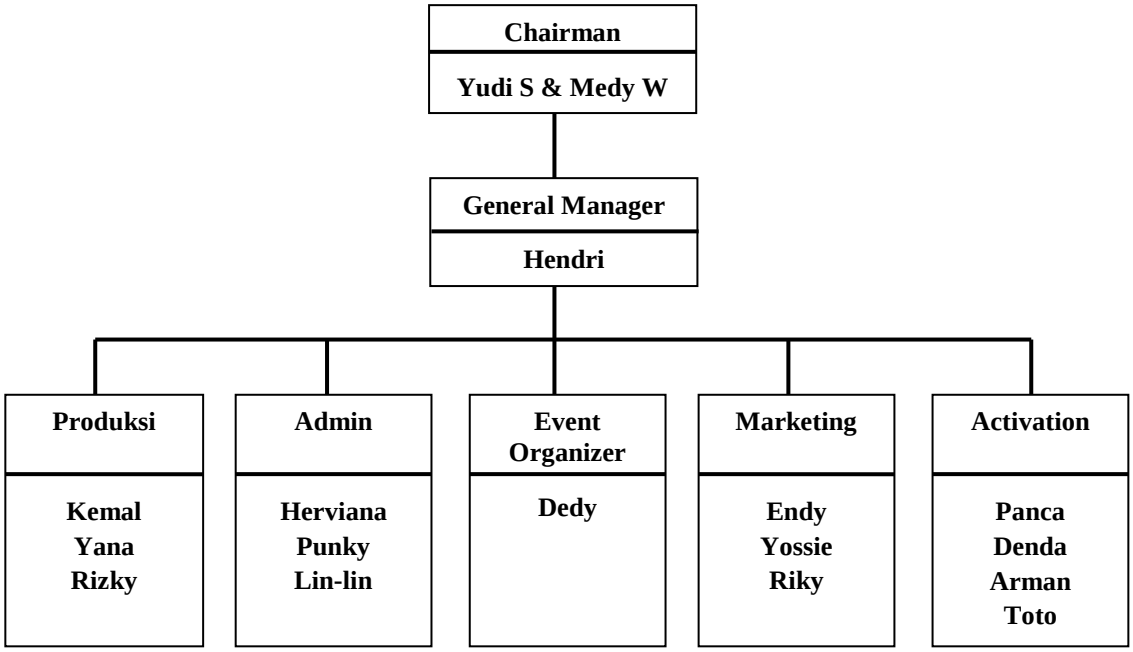


Sumber: Arsip Khawani-ka Indonesia 2014

3.1.4 Struktur Organisasi Khawani-ka Indonesia

Khawani-ka Indonesia mempunyai struktur organisasi yang sesuai dengan fokus kegiatan masing-masing, yaitu:

Gambar 3.4
Struktur Organisasi Khawani-ka Indonesia



Sumber: Arsip Kantor Khawani-ka Indonesia 2014

3.1.5 Deskripsi Pekerjaan

A. *Chairman*

Pemilik perusahaan yang bertugas memberi kebijakan dan mengawasi kinerja seluruh karyawan. Koordinasi antarlini untuk menghasilkan EO yang profesional.

B. *General Manager*

Yang menjalankan dan mengatur seluruh pekerjaan di semua bagian divisi.

C. Produksi

Mendukung kru kreatif dengan data yang diperlukan, berdiskusi bersama mengembangkan konsep. Saat acara menjadi koordinator untuk semua keperluan acara. Misalnya mengerjakan pendukung *event* seperti:

- *Stage*
- *Booth*
- Tenda
- *Sound*
- *Properti Event*

Kru produksi ini selama pengarapan event dialah orang pertama dan pulang terakhir, menjadikannya yang paling sibuk bersama kru kreatif.

D. Admin

Membuat anggaran *event* dan berkoordinasi dengan tim, di samping mengelola dan membuat laporan keuangan perusahaan, membayarkan pada pihak pendukung acara, serta melakukan penagihan pada klien.

- Pemberkasan perusahaan
- Penagihan pembayaran
- Data-data persuratan
- Surat masuk dan keluar

E. *Event Organizer*

Menjual jasa EO. Ketika klien memiliki *event* yang akan digarap, kru pemasaran akan berkoordinasi bersama kru kreatif, dan saat acara berlangsung, ia menjadi PIC klien.

- Bertangggung jawab secara keseluruhan terhadap project yang dikerjakan
- Selalu berkoordinasi dengan Top management untuk membahas suatu project
- Meminta info *update* kepada marketing tentang *project* yang akan dilaksanakan
- Membuat *action plan project*
- Meeting internal divisi PO minimal 1 bulan sekali untuk *review* dan preview project
- Membuat time *schedule event* dari mulai pre-event, pembuatan konsep, eksekusi, report dan penagihan
- Koordinasi dengan divisi lain ketika akan mengerjakan *project* sekaligus *brainstroming*
- Membuat *checklist* kebutuhan project
- Membuat standarisasi *event*

- Koordinasi dengan divisi administrasi untuk mempersiapkan budget operasional *event* serta membuat skala pioritas pembayaran vendor
- Maintance client dan vendor
- Menjaga *teamwork* dan kenyamanan kerja dilingkungan kantor dan pada saat eksekusi *event*
- *RESPECT* terhadap semua team
- Disiplin waktu terutama pada saat akan melakukan *meeting* baik itu dengan klien, internal divisi maupun meeting dengan semua divisi (*time management*)

F. Marketing

Mencari pekerjaan, mempertahankan brand possision perusahaan, service client.

G. *Activation*

Satu kegiatan yang sifatnya aktifitas seperti:

- Program selling, sampling
- Sosialisasi

3.1.6 Produk & Layanan Khawani-ka Indonesia

1. *Event Organizer* (EO)

Produk *Event Organizer* dikemas untuk kepentingan:

A. *Special Event*

Merupakan bentuk-bentuk *event* yang digelar khusus atau disesuaikan dengan kepentingan klien, seperti:

- *Launching Product*
- *Soft / Grand Opening*
- *Anniversary*
- *Gathering*
- *Meeting*
- *Outbound*
- *Wedding Planner*
- *Direct Selling / Sampling*
- *Entertainment*

Dan lain-lain disesuaikan dengan kebutuhan klien.

Pelayanan yang kami berikan sampai dengan proses:

- Pengajuan *creative* konsep acara
- Kebutuhan produksi acara
- Pengajuan estimasi budget acara
- Mengatur keseluruhan acara

B. *In Moment*

Merupakan event yang berdasarkan pada moment-moment tertentu dimana acara ini setiap tahunnya pasti digelar, seperti:

- Perayaan Imlek
- *Valentine's Day*
- *Independent Day*
- *Chirstmas Eve*
- *New Years Eve*

- *Halloween*
- *Radio Day*
- Hari Anak Sedunia

Dan lain-lainnya disesuaikan dengan *calendar event*.

Pelayanan yang kami berikan sampai dengan proses:

- Pengajuan *creative* konsep acara
- Kebutuhan Produksi acara
- Pengajuan estimasi *budget* acara
- Mengatur keseluruhan acara

C. Agency

Lebih kepada kebutuhan akan talent, produksi & property untuk suatu acara atau untuk suatu tempat (Hotel, Cafe, Lounge dll), meliputi:

Talent:

- MC	- *Dancer*
- Artis	- Model
- *Live Band*	- *Magician*
- *Live Accoustic*	- *Performance Art*
- *Live DJ*	- SPG

Produksi:

- *Sound System*	- Genset
- *Lighting System*	- *Screen*

- *Stage*
- *Rigging*
- *Baricade*
- *Multimedia Projection*
- *Booth*
- Tenda

Property :

- Dekorasi
- Balon
- *Converty*
- Topeng
- Terompet
- *Fireworks*
- *Glow In The Dark*

Dan lain-lain disesuaikan dengan kebutuhan pendukung acara.

2. Multimedia Interaktif

Paket layanan ini merupakan media presentasi untuk menginformasikan kondisi instansi secara efektif, efisien dan tepat sasaran sehingga memudahkan presenter untuk berkomunikasi secara interactive dengan audiens.

Media presentasi interaktif ini kammi kemas dengan design grafis yang diperkaya oleh sentuhan artistik melalui video dan audio visual yang dinamis dengan mengedepankan teknologi informatika.

Product Multimedia Interactive ini dikemas untuk kepentingan:

A. *Company Profile*

Profile tentang instansi yang menggabungkan semua unsur, baik dalam bentuk data maupun gambar/film, isi/contents:

- Sejarah Instansi
- Visi dan Misi Instansi

- Produk / layanan jasa
- Struktur Instansi
- Dll. (sesuai kebutuhan)

B. *City Profile*

Profile tentang Kota atau Kabupaten yang menggabungkan semmua unsur baik dalam bentuk data maupun gambar/film.

Isi / *Contents*:

- Sejarah Kota/Kabupaten
- Visi dan Misi
- Seni dan Budaya
- Potensi Kota/Kabupaten
- Lokasi Wisata
- Dll. (sesuai kebutuhan)

C. *Annual Report*

Laporan pertanggungjawaban manajemen kepada para pemegang saham yang dipresentasikan secara interaktif dalam bentuk data maupun gambar/film.

Isi / *Contents*:

- Laporan Keuangan
- Laporan HRD
- Laporan Evaluasi Penjualan
- Laporan Evaluasi Produksi
- Laporan Laju Pertumbuhan Instansi

3. Print Ad

Print Ad merupakan media promosi sederhana yang kami kemas dengan pengayaan design grafis dalam bentuk cetakan dan merchandise bagi keperluan tertentu seperti:

- Anual Report
- Company Profile
- Brosur
- Leaf let
- Kalender
- Agenda
- Spanduk
- Kaos/Topi
- Gelas
- Kemeja
- Kartu Nama
- Kop Surat
- Amplop
- Faktur/Nota/Bon
- Sticker
- Plakat
- Pin/Emblem
- Banner dan Snap Poster
- Payung

Dan lain-lain yang disesuaikan dengan kebutuhan Instansi.

3.2 Metode Penelitian

Metode Penelitian merupakan unsur pokok yang harus ada di setaip proses penelitian dilaksanakan. Karena dengan sebuah rancangan yang pelaksanaan penelitian menjadi terarah, jelas dan maksimal. Metode penelitian dapat bermaknsa sempit atau luas, dalam arti sempit metode penelitian berhubungan dengan rancangan penelitian atau prosedur pengumpulan data dan analisa data.

Sebaiknya dalam arti luas, metode penelitian merupakan metode untuk menyelidiki masalah tertentu untuk mendapatkan informasi berhubungan dengan masalah yang diselidiki yang dibutuhkan solusi atas masalah tersebut. (Silalahi, 1999:6-7)

3.2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif dengan studi deskriptif sebagai desain penelitiannya. Pada penelitian ini peneliti menerapkan paradigma konstruktivis, sehingga peneliti memandang keadaan sosial sebagai analisis sistematis terhadap "*socially meaningfull action*" melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial dalam *setting* kehidupan sehari-hari yang wajar atau alamiah, agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara/mengelola dunia sosial mereka.

Penelitian kualitatif adalah penlitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada" dari segi pengertian ini, para penulis masih tetap mempersoalkan latar alamiah dengan maksud agar hasilnya dapat digunakan untuk menafsirkan fenomena dan yang dimanfaatkan untuk penelitian kualitatif adalah berbagai macam metode penelitian. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. (Moleong, 2007:5)

Design penelitian yang digunakan yaitu design deskriptif, penelitian yan dilakukan untuk menyelidiki keadaan suatu objek tertentu, dimana setelahnya hasil penelitian akan dipaparkan dalam sebuah laporan penelitian. Penelitian deskriptif adalah penelitian paling sederhana karena pada penelitian deskriptif ini peneliti tidak melakukan apa-apa terhadap objek yang diteliti. Seorang peneliti hanya melakukan pengamatan terhadap objek penelitian dan kemudian memaparkan hasil penelitiannya dalam laporan penelitian.

Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya sebagai upaya mendeskripsikan data tetapi mendeskripsikan hasil dari pengumpulan data yang jelas yang dipersyaratkan kualitati yaitu, wawancara, observasi, dan melakukan tringulasi. Jadi pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi *event organizer* khawani-ka Indonesia dalam mempromosikan acara "reinKLAnasi".

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Untuk dapat menghasilkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperlukan suatu teknik yang sesuai, dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

3.2.2.1 Studi Lapangan

Studi lapangan merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mendatangi langsung ke tempat objek penelitian, terdiri dari:

1. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Untuk memperoleh informasi secara akurat dari narasumber langsung sebagai data primer, peneliti melakukan metode wawancara. Wawancara adalah cara pengumpulan data yang dalam pelaksanaannya mengadakan Tanya jawab terhadap orang-orang yang erat kaitannya dengan permasalahan, baik secara tertulis maupun lisan guna memperoleh keterangan atas masalah yang diteliti.

"Wawancara mendalam mirip dengan percakapan informal. Metode ini bertujuan memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri setiap responden" (Mulyana, 2010 : 181).

Wawancara dapat dilakukan beberapa kali untuk memberikan data-data yang benar-benar aktual. Seperti juga dalam metode penelitian lainnya, kualitatif sangat bergantung dari data dilapangan dengan melihat fakta-fakta yang ada. Data yang terus bertambah dimanfaatkan untuk verifikasi teori yang timbul dilapangan, kemudian terus-menerus disempurnakan selama penelitian berlangsung. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara mendalam kepada para informan di kota Bandung.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik berpartisipasi yang sifatnya interaktif dalam situasi yang alamiah dan melalui penggunaan waktu serta catatan observasi untuk menjelaskan apa yang terjadi. Moleong melengkapi definisi ini, bahwa observasi partisipan, adalah pengamatan berperan serta, adalah pada dasarnya berarti mengadakan pengamatan dan mendengarkan secara cermat mungkin sampai pada yang sekecil-kecilnya sekalipun. Kemudian Bodgan juga melengkapi bahwa observasi partisipan adalah penelitian yang bercirikan interaksi sosial yang memakan waktu cukup lama antara peneliti dengan subjek dalam lingkungan subjek, dan selama itu data dalam bentuk catatan lapangan dikumpulkan secara sistematis dan berjalan tanpa gangguan (Moleong, 2007:164).

Observasi dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai strategi promosi *event organizer* khawani-ka Indonesia. Di sisi lain penggunaan konsep 5P (*Produk, Price, Place, Promotion, Public Relations*) yang dilakukan termasuk kedalam proses observasi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya karya monumental dari seseorang. Teknik dokumentasi dalam penelitian kualitatif merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.

3.2.2.2 Studi Pustaka

Studi pustaka dimaksud untuk memperoleh telaah teori-teori komunikasi dan teori-teori pendukung yang dapat memberikan penjelasan mengenai pokok-pokok permasalahan yang di teliti, diantaranya:

1. Tinjauan Pustaka

   Tinjauan pustaka adalah mengumpulkan data melalui buku-buku literatur dan sumber data lainnya, dilengkapi dengan pendapat para ahli yang berhubungan dengan permasalahan dibahas untuk mendapatkan data teoritis yang akan dijadikan sebagai bahan pembanding dalam pembahasan masalah. Seluruh data yang telah diperoleh melalui cara ini merupakan data yang disajikan dengan cara mengutip dan mengungkapkan kembali teori-teori yang ada yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan demi menunjang kesempurnaan dari hasil penelitian.

2. Intenet Searching

   Fasilitas dari media internet melalui *browser* untuk mencari informasi yang kita inginkan melalui *search engine*. *Search Engine* menampung database situs-situs dari berbagai penjuru dunia yang jumlahnya tidak terhitug, hanya dengan memasukan berupa kata kunci dari sebuah kalimat yang akan kita cari maka *search engine* secara otomatis akan menampilkan halaman-halaman dari *web* yang bersangkutan dengan kata kunci yang telah kita masukan.

3.2.3 Subjek dan Informan Penelitian

3.2.3.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu, baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaannya (attribut-nya) akan diteliti. Dengan kata lain subjek penelitian adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian.

Subjek penelitian yang diteliti untuk menjadi pembahasan dalam penelitian adalah orang-orang yang terlibat dalam acara "reinKLAnasi" Bandung *reinviting love*.

3.2.3.2 Informan Penelitian

Informan adalah seseorang yang mengetahui informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian, dan yang bersangkutan harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian adalah purposive sampling dimana informan dijadikan sumber informasi yang mengetahui tentang masalah penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti, dengan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi yang akan di teliti.

Dalam penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah orang-orang pilihan peneliti yang dianggap terbaik dalam memberikan informasi yang dibutuhkan kepada peneliti. Para informan tersebut akan disajikan dalam bentuk tabel dibawah ini:

Tabel 3.1

Data Informan Penelitian

No	Nama	Umur	Pekerjaan
1	Yudi Y. Surya N	42tahun	Owner / Direktur
2	Dedi Purwanto	35tahun	Project Officer
3	Panca Oktavian	28tahun	Activation
4	Riky Ariayanto	35tahun	Marketing
5	Hendri Tubagus	29tahun	General Manager

Sumber: Peneliti 2014

Informan terpilih dari owner EO Khawani-ka Indonesia dan beberapa pegawai di EO Khawani-ka dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria dari *Informan* yang dipilih yaitu memiliki kriteria yang ditentukan oleh peneliti yaitu menurut, status sosial, usia, dan pekerjaan.

3.2.3.3 Informan Pendukung

Selain menggunakan informan utama, peneliti juga memakai informan pendukung yaitu orang-orang yang paling banyak menguasai informasi (paling banyak tahu) mengenai objek yang sedang diteliti tersebut. Untuk lebih jelasnya Informan pendukung dapat dijelaskan pada Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2

Informan Pendukung

No	Nama	Umur	Pekerjaan
1	Endy Heryadi	52tahun	Swasta
2	Hirham Luthfi	41tahun	Media Relations

Sumber: Peneliti 2014

3.2.4 Teknik Analisa Data

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, maka diperlukan teknik langkah-langkah untuk menganalisa data-data yang telah diperoleh. Teknik analisa data adalah suatu kegiatan yang mengacu pada penelaah atau pengujian yang sistematis mengenai suatu hal dalam rangka mengetahui bagian-bagian, hubungan diantara bagian, dan hubungan antara bagian dan keseluruhan.

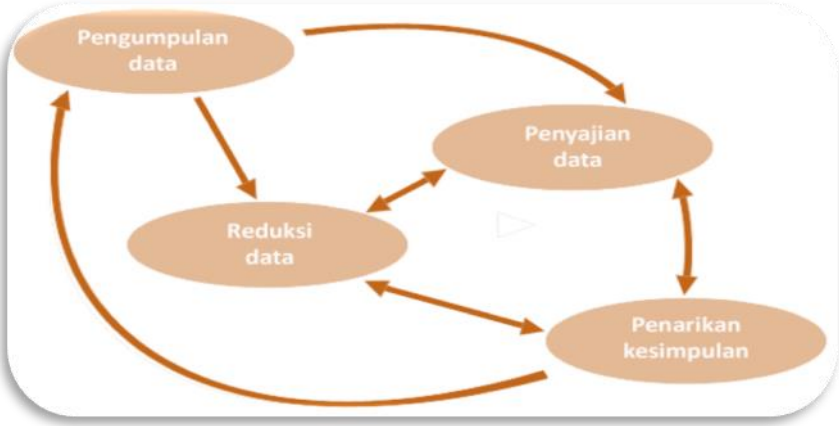
> "Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya menjadi datuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain". (Moleong, 2005:248).

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles and Huberman (1948) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Dibawah ini

merupakan siklus komponen-komponen analisis kualitatif menurut Miles and Huberman (1948) adalah sebagai berikut:

Gambar 3.5

Komponen-Komponen Analisis Data : Model Kualitatif



Sumber: Miles and Huberman dalam Sugiono (2010:247)

Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis data adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

   Langkah untuk mengumpulkan berbagai data yang diperlukan dalam penelitian langkah ini dilakukan sesuai dengan teknik pengumpulan data penelitian yang dilakukan. Teknik yang dilakukan adalah wawancara, pengamatan, studi kepustakaan dan penelurusan online. Kesemua teknik itu peneliti lakukan untuk menyelesaikan penelitian ini.

2. Reduksi data atau Klasifikasi Data

   Proses penelitian, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data kasar dari catatan tertulis lapangan penelitian, membuat ringkasan, penggolongan kategori jawaban dan kualifasi jawaban informan penelitian kembali catatan yang telah diperroleh setelah mengumpulkan data. Peneliti mereduksi data setelah melakukan pengumpulan data, hal in bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti selama dilapangan. Sehingga hal ini memudahkan peneliti untuk melanjutkan analisa data pada tahap berikutnya.

3. Penyajian Data atau Analisis Data

   Penyusunan penyajian kategori jawaban informan dalam tabel/ tabulasi serta gambar/ kecenderungan dari informan disertai analisis awal terhadap berbagai temuan data dilapangan sebagai proses awal dalam pengolahan data. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami.

4. Proses Akhir Penarikan Kesimpulan

   Dilakukannya pembahsan yang berdasarkna pada rujukan berbagai teori yang digunakan dimana di dalamnya ditentukan suatu kepastian mengenai aspek teori dan kesesuaian/ ketidaksesuaian dengan fakta hasil penelitian di lapangan dimana peneliti juga membuat suatu analisis serta membuat tafsiran atas tampilan data sesuai dengan permasalahan penelitian serta memberikan verifikasi teoritis temuan

penelitian mengenai Strategi Promosi EO Khawani-ka Indonesia Dalam Mempromosikan Acara "reinKLAnasi" Bandung *Reinviting Love*.

3.2.5 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan uji *credibility* (*validitas interval*) atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Menurut Sugiono (2005:270) cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi data, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus *negative*, dan *membercheck*. Tetapi memilih beberapa saja sesuai kebutuhan dalam penelitian yang dilakukan.

1. Perpanjangan Pengamatan

   Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun baru. Dengan perpanjangan ini berarti hubungan peneliti dengan narasumber akan semakin terbentuk rapport, semakin akrab (tidak ada jarak lagi), semakin terbuka, saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi. Bila telah terbentuk raport, maka telah terjadi kewajaran dalam penelitian. Dimana kehadiran peneliti tidak lagi mengganggu perilaku yang dipelajari. (Sugiono, 2010:270).

2. Meningkatkan Ketekunan (*Persistent Observation*)

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan temuan yang diteliti. Dengan membaca ini maka wawasan peneliti akan semakin luas dan tajam, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu benar/ dipercaya atau tidak. (Sugiyono, 2010:272).

3. Triangulasi

Diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi. Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. (Sugiono, 2010:273).

4. Diskusi Dengan Teman Sejawat

Peneliti dapat mendikusikan hasil temuan sementaranya dengan teman sejawat peneliti. Atau dapat dilakukan dalam suatu moment pertemuan sumber data lalu dilakukan diskusi untuk mendapatkan data yang bener-bener teruji. (Moleong, 2006:334) mengungkapkan bahwa diskusi dengan teman sejawat akan menghasilkan:

1) Pandangan kritis terhadap hasil penelitian
2) Temuan teori substantive
3) Membantu mengembangkan langkah berikutnya
4) Pandangan lain sebagai pembanding

5. *Membercheck*

Data itu harus diakui dan diterima kebenarannya oleh sumber informasi. Data ini juga harus dibenarkan oleh sumber atau informan lainnya. *Membercheck* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada informan, tujuannya adalah untuk mengetahui kesesuaian data yang diberikan oleh pemberi data. Apabila para pemberi data sudah menyepakati data yang diberikan berarti data tersebut valid, sehingga semakin kredibel. Akan tetapi menjadi sebaliknya yaitu tidak valid dan kredibel apabila para pemberi data justru meragukan data dan peneliti tidak melakukan diskusi lebih lanjut dengan informan. Dengan demikian, perlu dilakukan diskusi lebih lanjut apabila ditemukan ketidakcocokan antara data yang sudah

dielaborasi oleh peneliti dengan penjelasan lebih lanjut dari informannya.

Dalam kasus ini, peneliti harus menyesuaikan dengan pemberi data, sehingga data atau informasi yang diperoleh dapat digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud informan. *Membercheck* dilakukan setelah satu periode pengumpulan data selesai, atau setelah mendapatkan suatu temuan, atau kesimpulan. Hal tersebut dilakukan secara individu atau kelompok. Dalam diskusi peneliti menyampaikan temuan kepada pemberi data. Data yang disampaikan peneliti mungkin ada yang dikurangi, ditambah, disepakati, atau ditolak. Untuk kelengkapan bukti kepercayaan, peneliti perlu mendokumentasikan moment ini dan membuat *formal administrative* sebagai kelengkapan administrasi peneiltian. (Sugiono, 2010:276).

3.2.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor EO Khawani-ka Indonesia yang beralamat di Ruko Segitigamas E04 lantai 1-4 Jl. Jend. Ahmad Yani-Bandung, Jawa Barat. Penelitian yang tidak terfokus pada satu tempat, tetapi dilakukan berdasarkan kesepakatan antara peneliti dan informan.

3.2.6.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan selama 6 bulan. Terhitung dari awal bulan Februari 2014 sampai bulan juli 2014. Mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga ke penyelesaian dengan perincian waktu sebgai berikut:

Tabel 3.3

Waktu dan Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																											
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																												
2	Penulisan Bab 1																												
	Bimbingan																												
3	Penulisan Bab II																												
	Bimbingan																												
4	Pengumpulan Data Lapangan																												
5	Penulisan Bab III																												
	Bimbingan																												
6	Seminar UP																												
7	Penulisan BAB IV																												
	Bimbingan																												
8	Penulisan BAB V																												
	Bimbingan																												
9	Penyusunan Keseluruhan Draft																												
10	Sidang Skripsi																												

Sumber: Peneliti 2014

