BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor (1975:5) dikutip dari buku *Memahami Penelitian Kualitatif* mendefinisikan bahwa:

> "Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh)". (Bogdan & Taylor dalam Basrowi & Suwandi, 2008: 21)

Penelitian kualitatif memposisikan peneliti untuk tidak mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tertapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan. Adapun pengertian kualitatif lainnya, seperti yang diungkapkan oleh Denzin dan Lincoln (1987) dalam buku Lexy Moleong, menyatakan:

> "Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada". (Denzin & Lincoln dalam Moleong, 2013: 5)

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari persepktif partisipan.

> "Pemahaman tidak ditentukan terlebih dahulu tetapi di dapat setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian. Berdasarkan analisis tersebut kemudian ditarik kesimpulan berupa pemahaman umum yang sifatnya abstrak tentang kenyataan-kenyataan". (Hadjar dalam Basrowi & Suwandi, 2008: 23)

Menurut Moleong (2013: 5) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, peneliti dapat memanfaatkan beberapa metode untuk diterapkan di dalam penelitiannya. Seperti metode wawancara, pengamatan, maupun pemanfaatan dokumen.

Moleong (2013: 13) dalam bukunya menjabarkan bahwa ada 11 karakteristik metode penelitian kualitatif yaitu manusia sebagai instrumen utama, menggunakan latar alamiah, menggunakan pengamatan wawancara untuk menjaring data dan menganalisis data secara induktif, menyusun teori dari bawah ke atas (seperti *ground theory*), menganalisis data secara efektif.

Selain itu penelitian kualitatif lebih mementingkan proses daripada hasil, membatasi masalah penelitian, berdasarkan fokus, menggunakan kriteria tersendiri untuk memvaliditasi data, menggunakan desain sementara. Hasil penelitian dirundingkan dan disepakati bersama oleh manusia dan dijadikan sebagai sumber data.

Penelitian ini menggunakan studi deskriptif yang menurut Sugiyono (2014: 21) dinyatakan bahwa, "metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Penelitian dengan studi deskriptif dikutip dari buku *Metodologi Penelitian Kualitatif*, yaitu:

> "Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti". (Moleong, 2013:11)

Peneliti pada penelitian deskriptif kualitatif ini bertindak sebagai alat pengumpul dan penafsir data, hal tersebut dilakukan karena menurut Moleong bahwa:

> "Jika memanfaatkan alat yang bukan manusia dan mempersiapkan dirinya terlebih dahulu sebagai yang lazim digunakan dalam penelitian klasik, maka sangat tidak mungkin untuk mengadakan penyesuaian terhadap kenyataan-kenyataan dilapangan". (Moleong, 2013: 9)

Penelitian deskriptif memiliki karakteristik-karakteristik, seperti yang dikemukakan Furchan (2004), yaitu penelitian yang menggambarkan fenomena dengan menelaah secara teratur dan cermat dan mengutamakan objektivitas. Tidak adanya perlakukan yang diberikan sehingga tidak ada uji hipotesis di dalam penelitian deskriptif.

3.2 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut.

Informan merupakan "sumber data penelitian yang utama yang memberikan informasi dan gambaran mengenai pola perilaku dari kelompok masyarakat yang diteliti". (Kuswarno, 2008 : 162)

Sementara itu, Bagong Suyatna memiliki pernyataan tersendiri mengenai informan yakni, "peranan informan dalam mengambil data yang akan digali dari orang-orang tertentu yang dinilai menguasai persoalan yang hendak diteliti, mempunyai keahlian berwawasan cukup." (Suyatna, 2005:72)

Teknik penentuan informan menggunakan *snowball sampling*. Menurut Sugiyono dalam bukunya *Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif, Kualitatif (2014)* menyebutkan bahwa :

> "*Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlah nya kecil, kemudian sampel ini disuruh memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel. Ibarat bola salju yang menggelinding semakin lama semakin besar." (Sugiyono, 2014 : 219)

Penentuan informan penelitian ini terbagi atas informan kunci dan informan pendukung. Dalam menentukan informan kunci, peneliti memperoleh rekomendasi dari rekan yang sebelumnya pernah melakukan kerja sama dengan pihak Hotel yakni *Marketing Communication* Hotel Grand Mercure Bandung dan telah peneliti tetapkan bahwa *Marketing Communication* pun sebagai informan kunci.

Tabel 3.1

Informan Kunci

NO	NAMA	JABATAN
1.	Tesa Bimantoro Setiadi	*Manager Marketing Communication*
2.	Deyna Purnama Putri	*Executive Sales Wedding & Event*

Sumber: Peneliti, 2018

Adapun kriteria yang ditetapkan dalam pemilihan informan kunci Divisi Marketing Communication (Bapak Tesa), pada penelitian ini adalah:

1. *Marketing Communication* merupakan bagian yang menjadi fokus penelitian yaitu mengenai Strategi Komunikasi Hotel Grand Mercure Bandung, karena *Public Relations* di Hotel Grand Mercure Bandung

belum melembaga sehingga Divisi *Marketing Communication* adalah bagian yang tepat untuk dijadikan sebagai tempat memperoleh informasi mengenai penelitian ini.

2. Keterlibatan Divisi *Marketing Communication* dalam kegiatan *Client Gathering* sangat penting karena divisi tersebut yang bertanggung jawab dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan *Party Planner Gathering*.
3. Divisi *Marketing Communication* merupakan bagian yang tepat untuk memperoleh banyak informasi terkait kegiatan *Party Planner Gathering* di Hotel Grand Mercure Bandung.
4. *Executive Sales Wedding & Event* merupakan Komunikator yang memberikan informasi dan pesan kepada para peserta kegiatan *Party Planner Gathering*, sehingga sangat berperan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Penyusunan pesan yang disampaikan pun menjadi pertimbangan utama dalam kegiatan.

Tabel. 3.2

Informan Pendukung

NO	NAMA	KETERANGAN
1.	Milda Agniasari Irawan	*Owner & Founder* Zeppner Party Planner
2.	Sesilia Oktavina	*Owner* Designed by Delight

Sumber : Peneliti, 2018

Adapun kriteria yang ditetapkan dalam pemilihan informan pendukung yaitu tamu dalam kegiatan *Party Planner Gathering* yang sekaligus menjadi *client* dari Hotel Grand Mercure Bandung pada penelitian ini adalah:

1. Tamu dalam Kegiatan *Party Planner Gathering* adalah sebagai pihak yang mengikuti proses kegiatan *gathering* yang tentunya menjadi target dari perusahaan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data terkait dengan penelitian ini. Beberapa macam teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti diantaranya sebagai berikut:

3.3.1 Studi Pustaka

Studi kepustakaan adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi dapat diperoleh dari buku ilmiah, laporan penelitian, karangan ilmiah, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain.

Studi pustaka ini sebagai upaya penelitian agar tidak hanya berdasarkan pemikiran sendiri selaku peneliti, melainkan pemikiran dan pendapat dari para ahli atau penulis lainnya. Hal ini sebagai bahan referensi penelitian mengenai Strategi Komunikasi Divisi *Marketing Communication* Hotel Grand Mercure Bandung Melalui Kegiatan *Party Planner Gathering* Dalam Menarik Minat Clientnya.

Peneliti menggunakan studi pustaka dengan mencari berbagai data sebagai pendukung dari penelitian, diantaranya:

1. Referensi Buku

   Peneliti mencari beberapa buku yang dianggap menunjang dan berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu Strategi Komunikasi Divisi *Marketing Communication* Hotel Grand Mercure Bandung Melalui Kegiatan *Party Planner Gathering* Dalam Menarik Minat Clientnya.

2. Karya Ilmiah

   Peneliti menggunakan studi pustaka dengan melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu, yang mana pada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang mendukung penelitian.

   Karya ilmiah tersebut memiliki keterkaitan atau relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu mengenai Strategi Komunikasi Divisi *Marketing Communication* Hotel Grand Mercure Bandung Melalui Kegiatan *Party Planner Gathering* Dalam Menarik Minat Clientnya.

3. Internet *Searching*

   Internet *Searching* adalah pencarian data *online* melalui internet dengan alat atau *software* pencarian tertentu yang tersambung dengan internet dan tersebar di berbagai penjuru dunia.

   > "Tata cara melakukan penelusuran data melalui media *online* seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan

> fasilitas *online*, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data informasi *online* yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mugkin dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis". (Bungin, 2008:148)

Internet *Searching* digunakan oleh peneliti untuk mencari informasi terkait penelitian, yaitu mengenai Strategi Komunikasi Divisi *Marketing Communication* Hotel Grand Mercure Bandung Melalui Kegiatan *Party Planner Gathering* Dalam Menarik Minat Clientnya.

3.3.2 Studi Lapangan

1. Wawancara Mendalam

Penelitian ini sangat membutuhkan informasi yang akurat dan relevan, sehingga peneliti melakukan studi lapangan dengan teknik wawancara dari para narasumber. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang peneliti lakukan berdasarkan jadwal yang ditentukan oleh pihak *Marketing Communication.*

Menurut Kriyantono (2006) yang dimaksud dengan wawancara mendalam yaitu:

> "Wawancara mendalam adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi yang berulang-ulang secara intensif. Selanjutnya, dibedakan antara responden (orang yang akan diwawancarai hanya sekali) dengan informan (orang yang ingin peneliti ketahui/pahami dan yang akan diwawancarai beberapa kali). Informan bebas memberikan jawaban yang lengkap, mendalam, bila perlu tidak ada yang disembunyikan". (Kriyantono dalam Ardianto, 2011: 178)

Adapun beberapa perlengakapan penting yang harus dipersiapkan saat akan melakukan wawacara sebagai berikut :

a. *Recorder*

Recorder digunakan untuk merekam segala percakapan yang dilakukan antara peneliti dan informan terkait penelitian. Peneliti berhak merekam perbincangan selama wawancara setelah informan setuju perbincangannya direkam. Selama berlangsungnya wawancara peneliti melakukan *recording* dengan menggunakan *handphone.*

b. Buku catatan

Buku catatan berfungsi untuk mencatat semua hasil dari wawancara dengan informan.

c. Kamera

Kamera berfungsi untuk memotret ketika peneliti sedang melakukan pembicaraan dengan informan/sumber data. Hal tersebut telah mendapat persetujuan dari informan.

2. Observasi

Kegiatan observasi meliputi pencatatan secara sistematik kejadian-kejadian, perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

> "Tahap awal observasi dilakukan secara umum, peneliti mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin. Tahap selanjutnya peneliti harus melakukan observasi yang terfokus yaitu mulai menyempitkan data atau informasi yang diperlukan sehingga peneliti dapat menemukan pola-pola perilaku yang terus menerus terjadi". (Sarwono, 2006: 224)

Observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu peneliti melihat dan mengamati Strategi Komunikasi Divisi *Marketing Communication* Hotel Grand Mercure Bandung Melalui Kegiatan *Party Planner Gathering* Dalam Menarik Minat Clientnya. Peneliti ikut serta secara langsung dalam kegiatan tersebut yang dilaksanakan pada tanggal 25 April 2018 pukul 19.00 – 21.00 WIB berlokasi di Kepler Hotel Grand Mercure Bandung.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis baik berupa karangan, memo, pengumuman, instruksi, majalah, buletin, pernyataan, aturan suatu lembaga masyarakat, dan berita yang disiarkan kepada media massa. Dokumentasi dalam pengertian lain disebutkan juga bahwa :

> "Sebuah dokumentasi juga bisa diartikan sebagai tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan" (Moleong, 2013: 161)

Menurut Nasution (2003: 85) dokumen resmi biasanya dimiliki setiap kantor, namun ada yang mudah diperoleh dan terbuka dan ada pula yang sangat dirahasiakan demi keamanan perusahaan.

Dokumentasi yang peneliti lakukan telah mendapat persetujuan dari informan, sehingga peneliti dapat melakukan dokumentasi baik saat wawancara maupun saat kegiatan party planner gathering berlangsung hingga selesai.

3.4 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan uji *credibility* (validitas interbal) atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian.

Uji keabsahan data ini diperlukan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan atau data yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesungguhnya di lapangan. Peneliti memilih beberapa cara pengujian data yang sesuai dengan kebutuhan peneliti.

Adapun cara pengujian data yang akan dilakukan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Peningkatan ketekunan

   Menurut Sugiyono (2014: 208) peningkatan ketekunan adalah "cara pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan". Melalui cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.

   Peneliti melakukan pengecekan data yang telah terkumpul dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan kembali datang ke lokasi penelitian untuk mencari informasi yang lebih lengkap. Sehingga peneliti dapat mendeskripsikan data yang akurat dan sistematis mengenai Strategi Komunikasi Divisi *Marketing Communication* Hotel Grand Mercure Bandung Melalui Kegiatan *Party Planner Gathering* Dalam Menarik Minat Clientnya.

2. Diskusi dengan teman sejawat

   Teknik ini dilakukan dengan mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat.

   Menurut Moleong dalam buku *Metodologi Penelitian Kualitatif*, diskusi dengan teman sejawat yaitu:

   > "Pemeriksaan sejawat berarti pemeriksaan yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan rekan-rekan sebaya, yang memiliki pengetahuan umum yang sama tentang apa yang sedang diteliti, sehingga bersama mereka peneliti dapat me-*review* persepsi, pandangan dan analisis yang sedang dilakukan". (Moleong, 2013: 334)

3. *Membercheck*

   Menurut Sugiyono (2014: 275-276) *membercheck* adalah "proses untuk mengecek ulang sebuah data yang dilakukan peneliti dari pemberi data". Dalam hal ini, peneliti memberikan transkip wawancara sesuai dengan percakapan antara peneliti dengan informan kunci yaitu Staff Marketing Communication. Setelah melakukan pengecekan transkip wawancara, kemudian informan menandatangani lembar transkip tersebut. Hal ini bertujuan agar informasi yang ditulis oleh peneliti, sesuai dengan pandangan informan.

3.5 Teknik Analisa Data

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif maka diperlukan langkah-langkah untuk menganalisa data-data yang telah diperoleh. Suatu kegiatan yang mengacu pada penelaahan atau pengujian yang sistematik mengenai suatu hal dalam rangka mengetahui bagian-bagian, hubungan diantara bagian, dan hubungan bagian dengan keseluruhan.

Teknik analisa data menurut Bogdan & Biklen dikutip dari buku *Metodologi Penelitian Kualitatif* adalah:

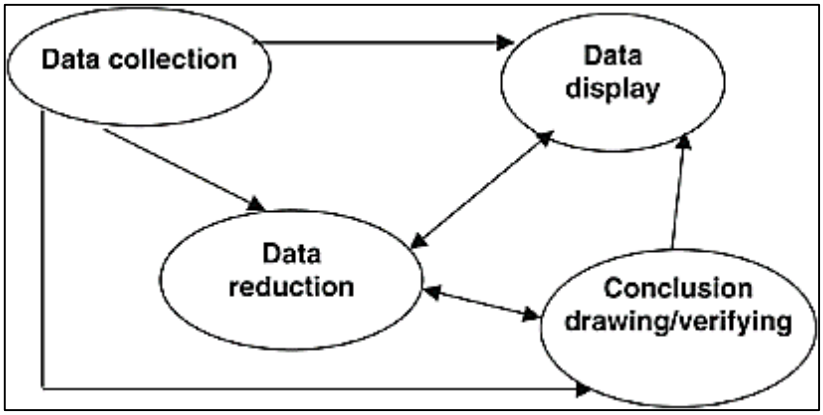
> "Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain". (Bogdan & Biklen dalam Moleong, 2013: 248)

Seperti dikemukakan Faisal, bahwa penelitian kualitatif menggunakan logika induktif abstraktif dari khusus ke umum. Karenanya, antara kegiatan pengumpulan data dan analisis data menjadi tak mungkin dipisahkan satu sama lain dengan proses yang berbentuk siklus. (Faisal dalam Bungin, 2003)

Miles dan Huberman melukiskan siklusnya seperti terlihat pada gambar berikut ini:

Gambar 3.1

Komponen-Komponen Analisa Data Model Komunikasi



Sumber: Miles & Huberman dalam Sugiyono, 2014: 247

Menurut Miles dan Huberman langkah-langkah dalam melakukan analisis data, diantaranya:

1. Pengumpulan data (*data collection*), adalah langkah untuk mengumpulkan berbagai data yang diperlukan dalam penelitian. Peneliti mengumpulkan data penelitian melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi serta dari beberapa referensi buku maupun penelusuran *online.*
2. Reduksi Data (*data reduction*), adalah 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 diperoleh setelah mengumpulkan data.

   Peneliti mereduksi data setelah melakukan pengumpulan data, hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan di lapangan. Peneliti memilah dan memilih data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, serta disesuaikan dengan kebutuhan dalam penelitian ini, mengenai Strategi Komunikasi Divisi *Marketing Communication* Hotel Grand Mercure Bandung Melalui Kegiatan *Party Planner Gathering* Dalam Menarik Minat Clientnya.
3. Penyajian Data (*data display*), yakni penyusunan penyajian kategori jawaban informan dalam tabel/ tabulasi serta gambar/ kecenderungan dari informan disertai analisis awal terhadap berbagai temuan data di lapangan sebagai proses awal dalam pengolahan data.

   Peneliti melakukan penyusunan data yang telah direduksi, selanjutnya dilakukan analisis hasil penelitian. Sehingga menghasilkan data yang dapat dijadikan pembahasan dan ditarik kesimpulan mengenai

Strategi Komunikasi Divisi *Marketing Communication* Hotel Grand Mercure Bandung Melalui Kegiatan *Party Planner Gathering* Dalam Menarik Minat Clientnya.

4. Penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*), yaitu dilakukannya pembahasan berdasarkan pada rujukan berbagai teori yang digunakan. Peneliti melihat kesesuaian data di lapangan dengan teori yang digunakan, yaitu Strategi Komunikasi dalam buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Midleton (1980), Cangara (2013) Peneliti juga membuat suatu analisis serta penjelasan tampilan data, sesuai dengan permasalahan penelitian mengenai Strategi Komunikasi Divisi *Marketing Communication* Hotel Grand Mercure Bandung Melalui Kegiatan *Party Planner Gathering* Dalam Menarik Minat Clientnya.

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian yaitu Hotel Grand Mercure Bandung, tepatnya di Jalan Dr Setiabudi No.269, Kelurahan Isola, Kecamatan Sukasari, Bandung, Jawa Barat 40154.

3.6.2 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan kurang lebih selama enam bulan terhitung dari bulan Februari 2018 sampai dengan bulan Juli 2018

Tabel 3.3

Waktu Penelitian

NO	Kegiatan	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
Persiapan Penelitian																													
1.	Pengajuan Judul Skripsi																												
2.	Persetujuan Judul Skripsi																												
3.	Penentuan Dosen Pembimbing																												
4.	Persetujuan Dosen Pembimbing																												
Pelaksanaan dan Bimbingan																													
5.	Penulisan BAB I																												
6.	Bimbingan BAB I																												
7.	Penulisan BAB II																												
8.	Bimbingan BAB II																												
9.	Penulisan BAB III																												
10.	Bimbingan BAB III																												
11.	Penyusunan BAB I, II, III																												
12.	Bimbingan BAB I, II, III																												
13.	Pendaftaran Seminar UP																												
14.	Pelaksanaan Seminar UP																												
15.	Revisi Seminar UP																												
16.	Penelitian di Lapangan																												
17.	Penulisan BAB IV																												
18.	Bimbingan BAB IV																												
19.	Penulisan BAB V																												
20.	Bimbingan BAB V																												
21.	Penyusunan BAB I, II, III, IV, V																												
Persiapan dan Pelaksanaan Sidang Skripsi																													
22.	Menyiapkan Persyaratan Sidang																												
23.	Pendaftaran Sidang																												
24.	Persiapan Sidang																												
25.	Sidang Skripsi																												

Sumber : Peneliti, 2018