

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini menggambarkan atau menguraikan strategi komunikasi pemasaran terpadu PT. Telkom Witel Solo dalam membentuk citra perusahaan. Menurut (Rahmat Kriyantono,2006), Metode Kualitatif yaitu jenis penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat di generalisasikan.

Adapun menurut (Sugiyono,2013) yang mengatakan bahwa, metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama dan dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang secara alamiah, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Studi kasus merupakan salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial. Menurut Robert K Yin (2015) studi kasus merupakan strategi yang tepat bila penelitian memiliki pokok pertanyaan pada suatu penelitian dengan *how* atau *why*, bila peneliti memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diteliti dan fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini). Penelitian studi kasus terdapat tiga tipe yaitu, studi kasus eksplanatoris, studi kasus eksploratoris dan studi kasus deskriptif.

Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam dalamnya melalui pengumpulan data sedalam dalamnya. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif karena bertujuan untuk menjelaskan strategi komunikasi pemasaran terpadu PT. Telkom Witel Solo dalam membentuk citra perusahaan.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat di kantor PT. Telkom Witel Solo yang berlokasi di Jalan Mayor Kusmanto No.1, Kecamatan Pasar Kliwon, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57133.

3.3 Data

Sumber Data adalah fakta empirik yang dikumpulkan oleh peneliti untuk kepentingan memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian. Data dapat berfungsi sebagai bukti dan petunjuk tentang adanya sesuatu. Adapun menurut (Arikunto, 2013), bahwa sumber data adalah subyek dari mana data-data dapat diperoleh. Maka sumber data sangat penting diketahui agar data yang diperlukan diperoleh secara tepat. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak pendapat dan lain-lain. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui hasil wawancara dan pengamatan langsung dalam kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Telkom Witel Solo.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis seperti tabel, catatan, notulen rapat, sms, foto-foto, film, rekaman video, benda-benda dan lain lain yang dapat memperkaya data primer. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data yang di peroleh dari dokumen-dokumen yang tersimpan di PT. Telkom Witel Solo dan hasil kuesioner citra kepada pengguna produk Indihome di kota Solo.

3.4 Teknik Pengambilan Sampling

Dalam penelitian ini teknik sampel menggunakan Teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, (Rahmat Kriyantono, 2006). Adapun pemilihan kriteria sampel untuk wawancara sebagai berikut :

1. *Manager Consumer Service PT. Telkom Witel Solo*
2. *Officer I Consumer Service Partnership & Agency PT. Telkom Witel Solo.*

Selanjutnya dalam penelitian ini menggunakan pemilihan responden penelitian terkait citra didasarkan pada kriteria sebagai berikut :

1. Pengguna produk Indihome lebih dari 2 bulan pemakaian
2. Bertempat tinggal di kota Solo

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah metode dimana periset melakukan kunjungan dan pengamatan secara langsung untuk membantu dan melihat fenomena sosial yang berkembang, ada jenis observasi, (Rahmat Kriyantono, 2006). Dalam penelitian peneliti melakukan pengamatan langsung dalam kegiatan komunikasi pemasaran di PT. Telkom Witel Solo

2. Wawancara

Wawancara secara mendalam yaitu suatu wawancara dengan cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam, (Rahmat Kriyantono, 2006). Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara mendalam, yaitu dengan mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian. Dengan demikian, sumber data dalam penelitian ini adalah dengan *manager consumer service* PT. Telkom Witel Solo Mohammad Aziz Yusuf Latif, S.T dan *officer I consumer service partnership & agency* Garizah Ganih.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu penulis mengambil data-data dari catatan, dokumentasi dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumentasi-dokumentasi atau arsip. Dalam penelitian ini peneliti mendokumentasikan dari semua data-data yang diperoleh baik itu catatan, laporan foto dan lain lain, (Rahmat Kriyantono, 2006). Dokumentasi yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumen bisa berbentuk dokumen publik atau dokumen privat. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen yang dimiliki oleh PT. Telkom Witel Solo berupa foto atau gambar yang menjadi alat penjas dan konfirmasi atas data data yang didapat dari hasil wawancara dan observasi.

4. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden, (Sugiyono,2013). Proses pengambilan kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan membuat pokok-pokok pertanyaan yang akan ditanyakan oleh responden dalam kuesioner. Adapun kuesioner secara tertulis dilakukan kepada responden yang

menggunakan produk Indihome diatas 2 bulan pemakaian dan bertempat tinggal di kota Solo.

3.6 Validitas Data

Untuk menguji validitas data yang terkumpul peneliti menggunakan penelitian triangulasi yang merupakan teknik pemeriksaan terhadap keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Dalam penelitian ini, Teknik validitas data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Teknik triangulasi sumber adalah untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara dan hasil dokumentasi dengan hasil kuesioner citra dari responden.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai (Sugiyono,2013). Miles dan Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis interaktif yang artinya data yang diperoleh dari penelitian disajikan apa adanya kemudian dianalisis untuk memperoleh gambaran mengenai fakta yang ada di lapangan. Adapun tahap tahap analisis tersebut dibagi menjadi tiga bagian antara lain:

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan saat mendapatkan kedua data hasil wawancara dengan *manager consumer service* dan *officer I consumer service partnership & agency* PT. Telkom Solo. Selanjutnya, peneliti menyusun data-data yang diperoleh kemudian membuang data-data yang tidak perlu dan

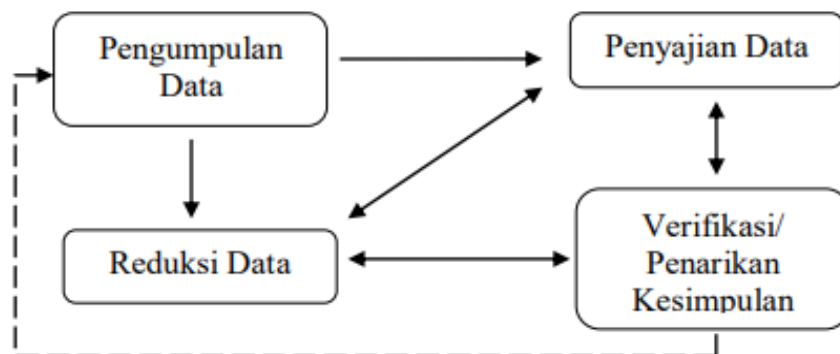
disusun sesuai rancangan konsep berdasarkan komponen-komponen komunikasi yang akan di analisis.

b. Penyajian Data

Miles & Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi berbagai jenis matrik, grafik, jaringan, bagan atau bagian menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah dipahami. Data-data yang terkait startegi komunikasi pemasaran terpadu PT. Telkom Witel Solo dalam membentuk citra perusahaan akan disajikan dalam penelitian ini.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan, penelitian awal dari pengumpulan data dan mencari dari arti data yang dikumpulkan, setelah data disajikan. Peneliti dapat memberikan makna, tafsiran, argument membandingkan data dan mencari hubungan antara satu komponen dengan komponen lainnya. Oleh karena itu, data-data yang disajikan dalam penelitian adalah data yang valid hasil proses reduksi dan penyajian data.



Gambar 3.1

Analisis Data Model Interaktif dari Miles dan Hubberman

Analisis dilakukan dengan 3 alur yang terjadi bersamaan yaitu: reduksi data, dengan menyederhanakan dan mengorganisasikan data secara terus menerus secara penelitian sehingga kesimpulan akhir dapat ditarik. Penyajian data, dilakukan untuk mendapatkan analisis kualitatif yang valid. Penarikan kesimpulan, dilakukan dengan cara

menggabungkan dan membandingkan data yang satu dengan data yang lain sehingga mudah ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari kondisi permasalahan yang ada.