

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Sifat dan Jenis Penelitian

Penelitian ini mengangkat permasalahan terkait strategi marketing komunikasi perbankan dalam menarik nasabah mandiri tabungan PT Bank M kanwil jawa1 dengan menggunakan pendekatan kualitatif, karena penelitian strategi marketing komunikasi perbankan dalam menarik nasabah mandiri tabungan oleh peneliti akan jauh lebih mendalam menggali informasinya dan lebih akurat.

Maksud dari penelitian ini akan terwujud apabila peneliti berhasil menemukan temuan metode dan strategi PT Bank M kanwil jawa1 dalam menarik nasabah tabungan mandiri PT Bank M kanwil jawa1 dengan syarat peneliti berinteraksi langsung bersama subjek dan subjek di sini.

Dalam meneliti strategi marketing komunikasi perbankan PT Bank M kanwil jawa1 dalam menarik nasabah mandiri tabungan, peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif studi mendalam mengenai strategi marketing komunikasi perbankan PT Bank M dalam menarik nasabah mandiri tabungan merupakan upaya yang cocok agar penelitian tertuju pada sasaran yang di maksud. Pendalaman penelitian ini tidak berarti meneliti secara meluas atau menjelaskan hal-hal yang diluar fokus permasalahan, namun konsisten pada pokok permasalahan tersebut.

Dalam kaitannya dengan subjek penelitian, terkait dengan penelitian strategi marketing komunikasi perbankan PT Bank M dalam menarik nasabah mandiri tabungan. Peneliti mengandalkan desain penelitian deskriptif kualitatif yang membantu peneliti memperoleh data sedalam-dalamnya dan bersifat terperinci.

Tujuan penting untuk diingat dalam penelitian kualitatif yakni menggali lebih dalam informasi yang diberikan oleh partisipan penelitian agar segala jawaban yang diperoleh dari partisipan dapat meyakinkan peneliti dalam memahami permasalahan yang dialami oleh subjek penelitian tersebut.

Seperti pemaparan diatas bahwa penelitian deskriptif kualitatif memprioritaskan fenomena utama dalam proses perolehan data dan mengabaikan segala sesuatu yang dianggap dapat memperlebar permasalahan serta menghindari segala macam yang tak ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

Bisa ditarik kesimpulan bahwa penelitian terkait strategi marketing komunikasi perbankan ini diperlukan pendekatan yang lebih akurat daripada pendekatan yang hanya sekedar memperhitungkan dan mengukur permasalahan. Untuk itu, digunakanlah pendekatan kualitatif agar penelitian ini sesuai dengan keadaan yang ada di lapangan.

Metode pengkajian yang di lakukan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan kualitatif. Dalam penelitian kualitatif populasi dan sampel tidaklah menjadi tolak ukur. Bahkan populasi dan samplingnya sangat terbatas sementara itu tipe penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif. Melalui tipe ini peneliti akan menggambarkan berbagai kondisi.

Dalam penelitian kualitatif dikenal beberapa teknik atau metode pengumpulan data. Menurut Kriyantono (2006, hlm 91), teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terdiri dari: wawancara mendalam (*depth interview*), observasi atau pengamatan lapangan (*field observation*), wawancara kelompok (*focus group discussion*), dan studi kasus (*case study*).

B. Tempat, Subyek dan Obyek Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini berlangsung di PT. Bank M kanwil jawa1 Batununggal Bandung. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai objek penelitian yaitu peranan marketing komunikasi PT. Bank M dalam menarik nasabah mandiri tabungan. Selanjutnya, yang dijadikan sebagai subjek penelitiannya yaitu pihak bank, lalu masyarakat yang menjadi nasabah mandiri tabungan.

Adapun alasan peneliti dalam pemilihan lokasi, karena menimbang berbagai konsekuensi tertentu, antara lain:

- a. Menurut pengamatan peneliti, karena PT. Bank M merupakan bank muda yang pencapaiannya selama 18 tahun terus meningkat dan pada akhirnya

menjadi bank yang mempunyai aset terbesar dan pangsa pasar terbesar di Indonesia

- b. Dari wawancara yang telah dilakukan selama pra penelitian, kondisi sebenarnya yang di ada di lapangan menunjukkan bahwa PT Bank M kanwil jawa1 menerapkan strategi komunikasi yang terpadu sehingga pesan yang disampaikan mudah di mengerti dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

2. Subyek dan Obyek penelitian

Subyek penelitian ini adalah pihak *marketing communication* bank M kantor wilayah Jawa1 dan pihak terkait di dalamnya. Subyek penelitian ditentukan berdasarkan key person. Yakni peneliti sudah memahami informasi awal tentang objek penelitian maupun informan penelitian, sehingga ia membutuhkan *key person* untuk melakukan wawancara dan observasi.

Tabel 3.1 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

No	Jenis	Sumber	Teknik
1	Tokoh Formal	Assisstant Vice President region jawa1, Marketing KCP Soeta	Wawancara, observasi
2	Tokoh Formal	Nasabah	Wawancara

Sumber : Hasil Penelitian 2016

Obyek penelitian ini adalah strategi divisi *strategical marketing communication* PT. Bank M kantor wilayah Jawa Barat.

C. Metode Pengumpulan Data

Penelitian merupakan suatu kegiatan yang dalam upaya pencarian data dengan cara pencarian data dan penyelidikan guna menemukan fakta-fakta, prinsip-prinsip baru dan pengertian baru serta pemecahan masalah mengenai masalah yang diteliti. Penelitian bertujuan guna mencari data-data yang valid guna dapat memecahkan suatu permasalahan yang terdapat dalam masyarakat. Dalam penelitian ini guna mencari strategi PT. Bank M kanwil jawa1 untuk mempromosikan dan menarik nasabah mandiri tabungan. Menurut Sugiyono (2009, hlm. 2) bahwa “metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dan tujuan dan kegunaan tertentu”. Cara ilmiah yang ditempuh berarti peneliti harus dapat melakukan penelitian yang dilandasi pada sifat keilmuan yaitu : rasional, empiris dan sistematis.

Mochammad Nurreza, 2016

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. BANK MANDIRI KANTOR WILAYAH JAWA 1 DALAM MENARIK NASABAH MANDIRI TABUNGAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Untuk mendapatkan data guna menjawab permasalahan seperti yang dikemukakan diatas, peneliti menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berupaya menggambarkan atau melukiskan suatu hal dengan berupa kata-kata yang dalam hal ini mengenai strategi komunikasi pemasaran PT. Bank M kanwil Jawa1 dalam menarik nasabah mandiri tabungan.

Dengan demikian, maka metode deskriptif adalah suatu metode yang mampu menggambarkan situasi atau kejadian yang ada pada masa sekarang. Dengan menggunakan metode ini maka akan dapat diperoleh informasi secara lengkap berkenaan dengan masalah yang hendak diteliti dengan menggunakan langkah-langkah yang tepat.

Peneliti sebenarnya berperan sebagai instrumen penelitian yang utama. Sebagai intrumen penelitian yang utama, tentunya peneliti harus mengasah kemampuan sosialnya agar dalam proses wawancara mendapatkan hasil atau data yang diinginkan secara mendalam. Peneliti yang berperan sebagai pewawancara memiliki tugas dan sebuah tanggung jawab dalam menjalankan rencana penelitiannya. Jika dalam penelitiannya pewawancara (peneliti) dilakukan sebuah teknik penyamaran maka ia harus perannya tersebut harus dijaga. Apabila dilakukan secara terbuka, pastikan kehadiran peneliti tidak mengganggu proses jalannya wawancara.

Peran peneliti sangat diuji pada saat ia terjun ke lapangan. Terlebih, pada penelitian kualitatif ini sangat perlu diperhatikan aspek keterampilan sosialnya. Selain itu, ketika peneliti berinteraksi langsung dengan partisipan, diharapkan ia memahami betul kode etik dalam berwawancara. Hal tersebut terkait dengan pernyataan Locke (dalam Creswell, 2010, hlm. 264) yang menyatakan bahwa “penelitian kualitatif merupakan penelitian interpretif, yang di dalamnya peneliti terlibat dalam pengalaman yang berkelanjutan dan terus-menerus dengan partisipan. Keterlibatan inilah yang nantinya memunculkan serangkaian isu-isu strategis, etis, dan personal dalam proses penelitian kualitatif.”

Kesimpulannya bahwa peneliti sebagai pemeran utama dalam penelitian sangat penting kedudukannya bagi terjaminnya instrumen penelitian tersebut dalam sebuah penelitian kualitatif. Dedikasi dan ketekunan peneliti merupakan

kunci utama dalam keberhasilan penelitian. Tapi, satu hal yang perlu diperhatikan pada saat proses memperoleh data, peneliti jangan sampai mengabaikan sisi etisnya. Karena pada dasarnya setiap masyarakat memegang teguh nilai-nilai yang dianutnya, sehingga peneliti tidak bisa serta merta mengabaikan keetisan atau tata krama yang dalam menggali informasi.

Metode pengumpulan data adalah teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mengumpulkan data diantaranya:

1. Wawancara mendalam

Wawancara mendalam (*depth interview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Selanjutnya, dibedakan antara responden dengan informan. Karena itu wawancara mendalam sering disebut juga wawancara intensif. Biasanya wawancara mendalam.

Proses berlangsungnya tanya jawab yang dilakukan oleh peneliti yang berperan mengajukan pertanyaan penelitian dan partisipan penelitian yang berperan memberi keterangan mengenai informasi terkait rutinitas maupun kondisi lingkungan sosial sekitarnya, proses tersebut dinamakan wawancara. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Creswell (2010, hlm. 267) menyatakan bahwa:

“Dalam wawancara kualitatif, peneliti dapat melakukan *face-to-face interview* (wawancara berhadap-hadapan) dengan partisipan, mewawancarainya melalui telepon, atau terlibat dalam *focus group interview* (wawancara dalam kelompok tertentu) yang terdiri dari enam sampai delapan partisipan per kelompok. Wawancara seperti ini tentu saja memerlukan pertanyaan-pertanyaan yang secara umum tidak terstruktur (*unstructured*) dan bersifat terbuka (*openended*) yang dirancang untuk memunculkan pandangan dan opini dari para partisipan.”

Wawancara dilakukan guna mendapat informasi langsung dari subjek penelitian dan dari individu atau kelompok penunjang penelitian. Dalam penelitian mengenai strategi marketing komunikasi PT. Bank M kanwil jawa 1 dalam menarik nasabah mandiri tabungan peneliti akan melakukan wawancara terhadap karyawan bank, nasabah (yang terdekat dengan peneliti). Kemudian wawancara ini akan dilakukan pada bulan maret tahun 2016, dimana peneliti akan

menanyakan seputar strategi, metode yang digunakan pihak Bank M dalam mempromosikan dan menarik nasabah mandiri tabungan.

Tabel 3.2 Informan

No	Informan	Jabatan
1	Diah Eka Purwanti (I1)	Assistan Vice President Kanwil Jawa1
2	Dian Melliani (I2)	Bussiness Development Officer
3	Puji Dwi (I3)	Customer Service Officer
4	Ridwan Ahmad (I4)	S1 (nasabah)
5	Adi Levy (I5)	S1 (nasabah)
6	Rizal (I6)	Auditor (nasabah)
7	Reni (I7)	S1 (nasabah)
8	Relita (I8)	S1 (nasabah)
9	Rizal ahmad (I9)	S1 (nasabah)

Sumber : Hasil penelitian 2016

Selain itu, dalam pertemuan dengan partisipan penelitian, peneliti melakukan wawancara secara terbuka, yakni menampakkan dan membuktikan diri sebagaimana adanya atau sesuai jati diri peneliti itu sendiri. Keberhasilan proses wawancara sangat bergantung pada kepekaan peneliti dalam membaca situasi ketika ia melakukan observasi terhadap lingkungan kegiatan yang dilakukan oleh Bank M.

2. Dokumentasi

Peneliti perlu berinisiatif mencari alternatif baru dalam merencanakan penelitian. Terutama dalam hal merekam kegiatan markom PT. Bank M kanwil jawa1 yang sedang diteliti, karena seperti yang diketahui bersama-sama bahwa kapasitas daya ingat manusia yang sangat terbatas. Metode dokumenter merupakan salah satu alternatif atas permasalahan-permasalahan yang mungkin dapat menghambat peneliti dalam menangkap dan mengolah data hasil penelitian.

Alat yang dapat mendukung metode dokumenter tersebut bisa dengan menggunakan alat bantu telepon genggam, *tape recorder*, *handycam*, kamera foto dan lain sebagainya. Hal tersebut sejalan dengan penjelasan Creswell (2010, hlm. 273) yang menyatakan bahwa :

“Peneliti merekam informasi dari partisipan dengan menggunakan catatan-tangan, dengan *audiotape*, atau dengan *videotape*. Akan tetapi, meskipun

Mochammad Nurreza, 2016

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. BANK MANDIRI KANTOR WILAYAH JAWA 1 DALAM MENARIK NASABAH MANDIRI TABUNGAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

wawancara ini direkam menggunakan *audiotape*, saya merekomendasikan agar peneliti tetap mencatatnya karena banyak kejadian hasil rekaman menjadi korup, rusak, atau gagal. Jika *videotape* yang digunakan, peneliti harus tetap mengatur rencana selanjutnya untuk mentranskrip hasil rekaman *videotape* ini.”

Walaupun perkembangan teknologi semakin maju dan dapat semakin juga memudahkan segala aktivitas yang dilakukan manusia, peneliti sebagai manusia yang memiliki akal sudah sewajarnya memikirkan kemungkinan-kemungkinan terburuk atas apa yang ia pilih.

Metode dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumen-dokumen yang dimaksud bisa berupa file-file berbentuk surat, agenda, catatan harian, profil lembaga dan lain sebagainya yang berkaitan dengan bidang marketing komunikasi PT Bank Mandiri kantow wilayah Bandung.

Jadi, dapat disimpulkan seperti halnya peneliti dalam merekam segala bentuk aktivitas kegiatan markom PT Bank M kanwil jawa1 dalam menarik nasabah mandiri tabungan, perlu adanya alat bantu yang mendukung panca indera peneliti yakni alat yang dapat merekam suara atau gambar maupun kedua-duanya. Tapi, perlu diingat bahwa fungsi dari hasil karya manusia pun terdapat keterbatasannya, karena yang membuat teknologi juga manusia yang hakikatnya tak bisa lepas begitu saja dari kelalaian dan akhirnya mempengaruhi kualitas karyanya. Selain itu, untuk meminimalisir keterbatasan fungsi teknologi, yakni kerusakan dalam bentuk data korup, baterai lemah, dan kerusakan lainnya yang lazim ditemukan pada alat bantu *videotape* atau *audiotape* ini perlu diantisipasi dengan buku catatan yang dapat menutupi hasil rekam kedua barang elektronik yang sudah disebutkan sebelumnya.

3. Observasi

Dalam melakukan observasi, peneliti melibatkan semua kerja panca inderanya. Panca inderanya tersebut yang ia gunakan dari mulai mata, mulut, telinga, hidung dan indera perasa lainnya. Hal tersebut perlu diingat oleh peneliti, karena dalam memahami dan menggambarkan kondisi lapangan tidak hanya mengandalkan mata atau mulut saja. “Suasana” lokasi merupakan sesuatu yang sulit untuk didefinisikan melalui tangkapan penglihatan saja. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bungin (2012, hlm. 120) yang menyatakan bahwa:

Mochammad Nurreza, 2016

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. BANK MANDIRI KANTOR WILAYAH JAWA 1 DALAM MENARIK NASABAH MANDIRI TABUNGAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

“Di dalam pembahasan ini kata observasi dan pengamatan digunakan secara bergantian. Seseorang yang sedang melakukan pengamatan tidak selamanya menggunakan panca indera mata saja, tetapi selalu mengaitkan apa yang dilihatnya dengan apa yang dihasilkan oleh panca indera lainnya; seperti apa yang ia dengar, apa yang ia cicipi, apa yang ia cium dari penciumannya, bahkan dari apa yang ia rasakan dari sentuhan-sentuhan kulitnya.”

Observasi merupakan kegiatan mengamati langsung mengenai sesuatu obyek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan tersebut. Disini pengamatan yang dilakukan peneliti adalah pengamatan tidak berstruktur, artinya peneliti mengumpulkan data dan informasi seputar marketing komunikasi PT Bank Mandiri kantor wilayah Bandung tanpa melibatkan diri pada kegiatan tersebut.

Peneliti berusaha melihat aktifitas para anggota markom dalam melakukan kegiatannya, lalu peneliti juga mengamati jalannya kegiatan divisi marketing komunikasi PT. Bank M dalam menarik nasabah mandiri tabungan.

Sebenarnya peneliti tidak bisa selalu ada dan mengikuti segala macam kegiatan yang dihadapi oleh para komunitas. Oservasi yang dilakukan oleh peneliti tidak terstruktur secara sistematis. Waktu kegiatan yang belum pasti dan tidak tetap menjadi sebuah kesulitan tersendiri bagi peneliti.

D. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara terus-menerus (*continue*) dimulai dari awal penelitian hingga akhir penelitian. Peneliti menggunakan analisis data kualitatif model Miles dan Huberman yaitu analisis data secara interaktif. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*.

Evaluasi terhadap apa saja data yang diperoleh dari penelitian perlu dilakukan secara terus-menerus, demi meyakinkan dan memastikan keterangan yang telah diberikan partisipan kepada peneliti. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Creswell (2010, hlm. 274) yang menyatakan bahwa:

“Analisis data merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan refleksi terus-menerus terhadap data, mengajukan pertanyaan analitis, dan menulis catatan singkat sepanjang penelitian. Maksud saya, analisis data kualitatif bisa saja melihat proses pengumpulan data, interpretasi, dan juga pelaporan hasil secara serentak dan bersama-sama. ketika wawancara berlangsung, misalnya, peneliti

sambil lalu melakukan analisis terhadap data-data yang baru saja diperoleh dari hasil wawancara ini.”

Kesalahan-kesalahan dalam menangkap informasi dalam partisipan, yang bisa saja dapat terjadi karena adanya kesalahpahaman pada saat mengajukan pertanyaan maupun dialek bahasa yang agak sulit dipahami, harus dapat diatasi oleh peneliti melalui analisis data.

Dalam menentukan tahap mana di dalam wawancara tersebut dapat dianalisis bisa dilihat dari pernyataan-pernyataan yang sekiranya penting untuk diperoleh seorang peneliti. Pada umumnya, hal-hal yang biasa dianalisis kembali oleh peneliti yakni terkait dengan alur penceritaan, latar/tempat, sampai pada klimaks dari pengalaman yang dituturkan oleh partisipan penelitian.

1. Reduksi data

Data yang diperoleh selama penelitian di lapangan jumlahnya cukup banyak, sehingga harus dicatat secara terperinci dan teliti. Reduksi data adalah proses analisis yang dilakukan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan hasil penelitian dengan menfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting oleh peneliti, dengan kata lain reduksi data bertujuan untuk memperoleh pemahaman-pemahaman terhadap data yang telah terkumpul dari hasil catatan lapangan dengan cara merangkum mengklasifikasikan sesuai masalah dan aspek-aspek permasalahan yang diteliti. Fokus penelitian ini tepatnya mengarah pada divisi *strategical marketing communication*, nasabah agar dapat memberikan penjelasan atas pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan penelitian “Strategi marketing komunikasi PT. Bank M kanwil Jawa 1 dalam menarik nasabah mandiri tabungan” Setelah dilakukannya data, misalnya, peneliti berharap bisa mendapatkan deskripsi yang akurat dari hasil pengolahan data penelitian.

2. Display

Display data merupakan langkah kedua yang dilakukan setelah melakukan reduksi data. Proses *display* data dapat memudahkan peneliti untuk melakukan analisis terhadap apa yang terjadi serta melakukan perencanaan terhadap apa yang selanjutnya akan dikerjakan. Penyajian data (*data display*) adalah sekumpulan informasi tersusun yang akan memberikan gambaran penelitian secara menyeluruh dengan kata lain menyajikan data secara terperinci dan menyeluruh

dengan mencari pola hubungannya. Dimulai dengan tahap awal pengumpulan data seperti wawancara kepada *Assisstant vice president* kanwil jawa1, marketing KCP PT. Bank M Soeta, dan nasabah penyajian data secara tidak langsung pun telah dilakukan. Setelah itu, data hasil wawancara disesuaikan dengan rumusan masalah. Diklasifikasikannya data secara jelas dan lugas, dapat memberikan deskripsi memuaskan dari bagian hingga bagian yang lain untuk siapa saja yang membacanya. Penyajian data disampaikan melalui uraian, tergantung pada hasil penelitian kualitatif terkait.

3. *Conclusion*

Penarikan kesimpulan atau verifikasi data merupakan langkah terakhir yang dilakukan dalam tahap penelitian. *Conclusion/verification* merupakan upaya untuk mencari arti, makna, penjelasan yang dilakukan terhadap data-data yang telah dianalisis dengan mencari hal-hal penting. Sugiyono (2014, hlm, 99) menjelaskan bahwa:

“Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.”

Dalam penelitian ini kesimpulan dilakukan harus sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dibuat sebelumnya yakni mencakup bentuk gagasan PT. Bank M kanwil jawa1, kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh PT. Bank M, faktor-faktor yang dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank M, metode apa saja yang dilakukan bank M pada saat mempromosikan mandiri tabungan. Alur pengolahan data diawali dengan pencacatan secara singkat di lokasi penelitian, setelah itu data dikumpulkan dan melakukan reduksi dan untuk selanjutnya dikembangkan pada tahap penyajian data untuk memperinci data.

Setelah melalui beberapa alur atau prosedur pengolahan data, peneliti berharap agar data yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan dan mencapai suatu hasil memuaskan yang sebelumnya diimbangi dari usaha untuk mencoba jujur mengerjakan penelitian ini.

E. **Validitas data**

Mochammad Nurreza, 2016

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. BANK MANDIRI KANTOR WILAYAH JAWA 1 DALAM MENARIK NASABAH MANDIRI TABUNGAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

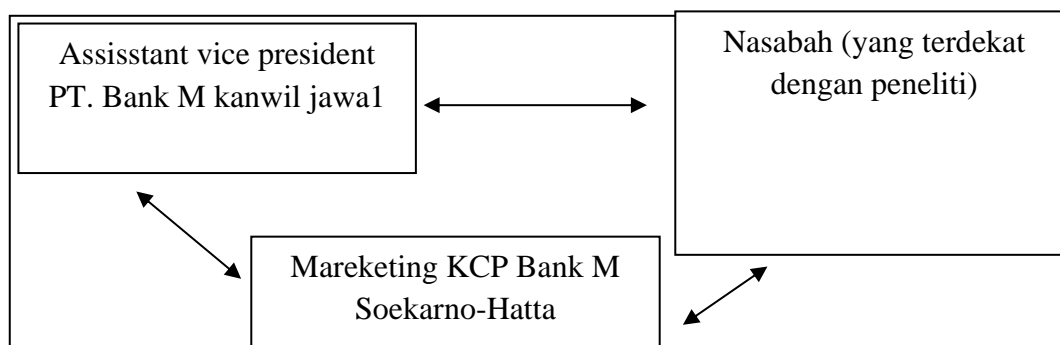
Untuk melakukan pembenaran terhadap data yang diperoleh peneliti di RW 13 Tamansari mengenai peranan komunitas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat akan kelestarian lingkungan, maka diperlukannya validitas data untuk dapat menguji data yang diperoleh untuk menguji valid tidaknya data yang diperoleh dari informan, adapun caranya yaitu sebagai berikut:

1. Pengamatan

Dengan pengamatan yang dilakukan secara terus menerus atau kontinu peneliti dapat memperhatikan sesuatu secara lebih cermat, terinci dan mendalam. Melalui pengamatan yang kontinu peneliti akan dapat memberikan deskripsi yang terinci mengenai apa yang sedang diamatinya. Pengamatan secara terus menerus dapat menemukan hal-hal yang dibutuhkan dari penelitian yang dilakukan ketika PT. Bank M sedang melakukan kegiatannya melalui event-event dengan cara membuka booth untuk pembukaan akun baru dan proses mempromosikannya. Hal ini bertujuan untuk memperoleh kelengkapan data yang valid sehingga dapat dipertanggungjawabkan oleh peneliti.

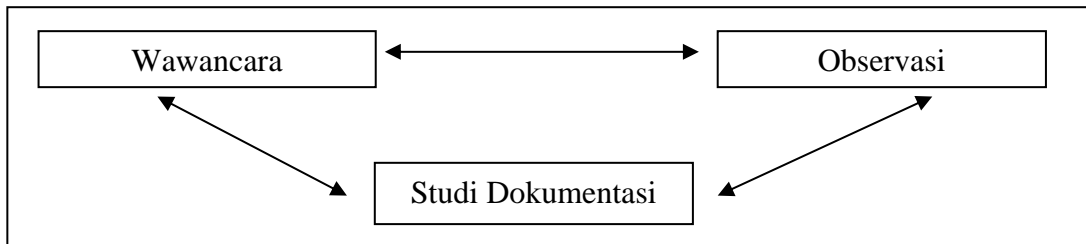
2. Triangulasi

Menurut Sugiyono (2009, hlm. 125) bahwa “triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Triangulasi dilakukan oleh peneliti guna menentukan data yang benar-benar dipercaya dan valid”. Triangulasi dapat dilakukan dengan tiga cara demi memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan oleh peneliti. Adapun cara tersebut dapat diuraikan pada gambar berikut :



Gambar 3.1 Triangulasi dengan Tiga Sumber Data
Sumber : Sugiyono (2009, hlm. 126)

Penggunaan triangulasi dengan tiga sumberdata dimaksudkan untuk menjaga keabsahan informasi seputar strategi marketing komunikasi PT. Bank M kanwil jawa1 yang diberikan oleh tiap-tiap informan, dimana tiap-tiap sumberdata memiliki keterkaitan dengan data yang diinginkan oleh peneliti. Sehingga setiap rumusan masalah yang nanti akan dijawab merupakan hasil pengumpulan data dari ketiga sumber dan tidak bersifat subjektif.



Gambar 3.2 Triangulasi dengan Tiga Teknik Pengumpulan Data

Sumber : *Sugiyono (2009, hlm. 126)*

Sama halnya dengan teknik triangulasi tiga sumberdata, penggunaan triangulasi dengan teknik pengumpulan data dimaksudkan agar validitas data yang akan disajikan dapat seobjektif mungkin, dimana data dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan diselaraskan dengan hasil obeservasi dan studi dokumentasi. Sehingga keabsahan data dalam penelitian kali dapat dipertanggungjawabkan.

3. Menggunakan Bahan Referensi

Sebagai bahan referensi untuk meningkatkan kepercayaan akan kebenaran data, peneliti menggunakan bahan dokumentasi yakni hasil rekaman wawancara dengan subjek penelitian atau bahan dokumentasi yang diambil dengan cara tidak mengganggu atau menarik perhatian informan, sehingga informasi yang didapatkan memiliki validitas yang tinggi.