

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif untuk mendapatkan data yang mendalam, mengandung makna, dan data pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang nampak (Sugiyono, 2014, hlm. 3). Hasil penelitian ini nantinya akan berupa uraian atau deskripsi hasil pengamatan dan hasil wawancara mengenai proses penetapan strategi *public relations* dari analisis situasi, mendefinisikan tujuan, mendefinisikan publik, pemilihan media, penetapan anggaran dan pelaksanaan serta pengawasan yang dilakukan oleh Museum Geologi dalam meningkatkan citra museum sebagai wahana wisata edukasi publik. Sebagaimana karakteristik hasil metode kualitatif berupa data-data deskriptif seperti kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Informan dalam penelitian ini adalah orang yang mengetahui informasi mengenai bagaimana strategi *public relations* Museum Geologi seperti misalnya Kepala Museum Geologi, Humas Museum Geologi dan pengunjung. Sedangkan, objek dalam penelitian ini yaitu strategi *public relations* yang diterapkan di Museum Geologi. Objek penelitian kualitatif adalah objek yang alamiah atau *natural setting* (Sugiyono, 2014, hlm, 2). Oleh karena itu, penelitian ini berdasarkan pada keadaan ilmiah sehingga mengandalkan manusia sebagai instrumen penelitian yang dapat dilakukan melalui pendekatan kualitatif (Ardianto, 2011, hlm. 58).

3.1.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif-kualitatif. Penelitian ini nantinya akan mendeskripsikan strategi *public relations* yang dilakukan oleh Museum Geologi untuk meningkatkan citra museum berdasarkan pada hasil pengamatan dan wawancara dengan informan utama dan informan pendukung. Sehingga penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif yang menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (*natural setting*) (Ardianto, 2011, hlm. 60).

Selain itu, penelitian deskriptif juga dapat menggambarkan tentang karakteristik (ciri-ciri) dari individu, situasi atau kelompok tertentu (Ruslan, 2013, hlm. 12). Penelitian ini akan membahas dan mendeskripsikan bagaimana langkah-langkah perencanaan strategi *public relations* yaitu proses analisis situasi, menetapkan tujuan, menetapkan publik, pemilihan media, menetapkan anggaran serta pelaksanaan dan evaluasi yang dilakukan di Museum Geologi. Sehingga, dapat diketahui dan dijelaskan bagaimana karakteristik strategi *public relations* yang diterapkan di Museum Geologi.

3.1.3 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian ini menggunakan strategi studi kasus karena hanya terfokus pada penelitian tentang strategi *public relations* yang dilakukan Museum Geologi. Studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang menelaah satu kasus secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif (Ardianto, 2011, hlm. 64). Sehingga dengan metode ini, strategi *public relations* Museum Geologi dalam meningkatkan citra museum sebagai wahana wisata edukasi publik dapat diteliti dan dijelaskan dalam pembahasan yang mendalam dan komprehensif.

Selain itu, menurut Bungin (2010, hlm. 68) format penelitian deskriptif kualitatif pada umumnya dilakukan pada penelitian studi kasus. Penelitian ini merupakan penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan strategi *public relations* di Museum Geologi sehingga merupakan riset strategi yang bertujuan untuk strategi pengembangan program, atau teknik komunikasi penyampaian pesan tertentu dan untuk memecahkan masalah tertentu (Ruslan, 2013, hlm. 26). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan strategi penelitian studi kasus yang hanya terkait pada salah satu unsur perusahaan dengan populasi tertentu (Ruslan, 2013, hlm. 33).

Strategi penelitian studi kasus ini dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai sumber data melalui analisis dan penjelasan komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, program dan organisasi. Penelitian studi kasus berfokus pada situasi, peristiwa, program khusus, atau fenomena-fenomena dari kejadian tertentu (partikularistik) dengan hasil akhir berupa deskripsi detail dari topik yang diteliti (deskriptif) (Ruslan, 2013, hlm. 230).

3.2. Informan Penelitian dan Tempat Penelitian

3.2.1 Informan Penelitian

Informan utama dalam penelitian ini adalah Kepala Museum Geologi, Humas Museum Geologi dan Pemandu Museum Geologi. Informan tersebut dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan ciri-ciri spesifik atau ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2014, hlm. 53-54). Informan-informan utama tersebut terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi *public relations* di Museum Geologi. Sehingga, memahami dan mampu

menjelaskan bagaimana strategi *public relations* yang diterapkan di Museum Geologi.

Kemudian, untuk melengkapi data penelitian, maka dibutuhkan informan pendukung. Informan pendukung dalam penelitian ini yaitu pengunjung yang terdiri dari seorang guru dan dua orang murid, keluarga, dan pengunjung *event*, serta wartawan media massa dan Kepala Seksi Kebudayaan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. Informan pendukung tersebut dipilih sebagai sampel publik yang berkaitan dengan Museum Geologi. Sampel yang dipilih berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum, bukan untuk digeneralisasikan (Sugiyono, 2014, hlm. 54). Informan-informan pendukung tersebut merupakan publik Museum Geologi dengan kategori dan karakteristik yang berbeda untuk membandingkan pendapat publik. Sehingga nantinya dapat diperoleh pendapat yang lebih beragam dari berbagai publik Museum Geologi mengenai strategi *public relations* yang telah dilaksanakan.

Tabel 3.1 Informan Utama

No	Nama	Jenis Kelamin	Jabatan	Coding
1.	Oman Abdurrahman	L	Kepala Museum Geologi	S1
2.	Danang P. Hadiputro	L	Humas Museum Geologi	S2
3.	Anita Kusumayati	P	Pemandu Museum Geologi	S3

(Sumber : diolah peneliti, 2017)

Tabel 3.2 Informan Pendukung

No	Nama	Jenis Kelamin	Keterangan	Coding
1.	Muhammad Muksin (MM)	L	Guru : Pengunjung Museum Geologi (Rombongan Sekolah)	I1

Nur Aeni, 2017

STRATEGI PUBLIC RELATIONS MUSEUM GEOLOGI DALAM MENINGKATKAN CITRA MUSEUM SEBAGAI WAHANA WISATA EDUKASI PUBLIK

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

No	Nama	Jenis Kelamin	Keterangan	Coding
2.	Diana Mega (DM)	P	Siswa : Pengunjung Museum Geologi (Rombongan Sekolah)	I2
3.	Erni Yulianti (EY)	P	Siswa : Pengunjung Museum Geologi untuk mengerjakan tugas sekolah	I3
4.	Sakti (suami), Widya (istri) (SW)	L P	Keluarga yang mengunjungi Museum Geologi	I4
5.	Uli Suryanto (US)	L	Pengunjung acara <i>Night at The Museum</i>	I5
6.	Fasko Dehotman (FD)	L	Wartawan yang meliput kegiatan Museum Geologi	I6
7.	Rina Latifah (RL)	P	Kepala Seksi Kebudayaan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	I7

3.2.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Museum Geologi Bandung yang terletak di jalan Diponegoro No. 57, Cihaurgeulis, Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40122. Museum Geologi dipilih menjadi lokasi penelitian berdasarkan pertimbangan beberapa hal. *Pertama*, Museum Geologi berada di urutan pertama dari 135 hal yang dapat dilakukan di kota Bandung (peringkat di situs TripAdvisor). Hal ini menunjukkan bahwa Museum Geologi merupakan wisata edukasi yang favorit masyarakat.

Museum Geologi Apakah ini properti Anda?
 570 ulasan No. 1 dari 135 hal yang dapat dilakukan di Bandung Sertifikat Keunggulan
 Museum Salins, Museum

Ikhtisar Ulasan (570) T&J (3) Lokasi

Sorotan Pengulas TripAdvisor

Penilaian pengunjung

Luar biasa	119
Sangat bagus	198
Rata-rata	61
Buruk	5
Sangat buruk	2

"Wisata edukasi di Bandung"
 Museum Geologi adalah tempat yang menarik untuk dikunjungi terutama untuk wisata keluarga dan edukasi. Lokasi strategis, dekat mangli, dan harga tiketnya sangat murah hanya Rp... selengkapnya

Alamat: Jl. Diponegoro 57, Bandung 75601, Indonesia
 Nomor Telepon: +62 22 7203822
 Situs Web

Gambar 3.1 Museum Geologi dalam ulasan TripAdvisor

(sumber : tripadvisor.co.id, 2017)

Kedua, Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, Museum Geologi memiliki jumlah pengunjung terbanyak dibanding museum lainnya di Provinsi Jawa Barat dan menjadi salah satu objek wisata edukasi yang banyak dikunjungi wisatawan, disamping persaingan dengan objek wisata dan museum lainnya.

Tabel 3.3 Data Kunjungan ke Museum di Provinsi Jawa Barat Tahun 2011

NO.	NAMA MU SEUM	LOKASI	JENIS MUSEUM	JUMLAH PENGUNJUNG		TOTAL PENGUNJUNG
				VMSNUS	VMSMAN	
1	2	3	4	5	6	7
1	Sri Baduga	Jl. BKR No. 158 Kota Bandung	Umum	156,314	170	156,484
2	Geologi	Jl. Diponegoro No. 57 Kota Bandung	Khusus	649,975	634	650,609
3	Virajati	Jl. Gatot Subroto Seko AD Kota Bandung	Khusus	-	-	-
4	Konferensi Asia Afrika	Jl. Asia Afrika No. 5 Kota Bandung	Khusus	107,088	2,883	109,971
5	Barli	Jl. Prof. Ir. Sutami No. 91 Kota Bandung	Khusus	4,621	354	4,975
6	Wira Yudha Batara	Jl. Setiabudhi No. 229 Kota Bandung	Khusus	-	-	-
7	Mandalawangsit	Jl. Lembong No. 38 Kota Bandung	Khusus	20,878	-	20,878
8	Pos Indonesia	Jl. Cilaki No. 73 Kota Bandung	Khusus	17,068	157	17,225
9	Margasatwa Tamansari	Jl. Taman Sari Kota Bandung	Khusus	90,952	0	90,952
10	Tanah Nasrek	Jl. Ir. H. Juanda No. 98 Kota Bogor	Khusus	8,494	9,092	17,586
11	Perjuangan	Jl. Merdeka No. 56 Kota Bogor	Khusus	11,315	89	11,404
12	Zoologi	Jl. Ir. H. Juanda No. 9 Kota Bogor	Khusus	63,850	5,526	69,376
13	Etno Botani	Jl. Ir. H. Juanda No. 22024 Kota Bogor	Khusus	3,502	753	4,255
14	Peta	Jl. Jend. Sudirman Kota Bogor	Khusus	21,506	1,956	23,462
15	Site Tambak Sari	Ds. Tambaksari Kec. Tambaksari Kab. Ciamis	Khusus	215	0	215
16	Sultan Sepuh Kasepuhan	Jl. Komp. Keraton Kasepuhan Kota Cirebon	Khusus	-	-	-
17	Pusaka Kanoman	Jl. Merdeka No. 28 Kota Cirebon	Khusus	-	-	-
18	Kacirebonan	Jl. Pulasaren No. 49 Kota Cirebon	Khusus	-	-	-
19	Linggarjati	Ds. Linggarjati Kab. Kuningan	Khusus	65,298	61	69,269
20	Talaga Manggung	Kab. Majalengka	Khusus	250	-	250
21	Amerita Dirgantara Mandala	Jl. Hanggar C Lanud Suryadarma Kab. Subang	Khusus	6,225	145	6,370
22	Museum Rumah Sejarah	Kabupaten Subang	Khusus	9,637	170	9,807
23	Prabu Geusan Ulun	Jl. Prabu Geusan Ulun No. 4 B Kab. Sumedang	Khusus	14,886	44	14,930
24	Keramik	Kab. Purwakarta	Khusus	-	-	-
25	Percandian Batujaya	Ds. Segaran Kec. Batujaya Kab. Karawang	Khusus	1,558	22	1,580
26	Site Cipari	Kab. Kuningan	Khusus	8,040	12	8,052
27	Palangan B. Kokosan	Jl. Siliwangi No. 75 Parung-Kuda Kab. Sukabumi	Khusus	172	43	215
28	Secapa Polri	Kota Sukabumi	Khusus	-	-	-
JUMLAH				-	-	-
				1,261,844	22,111	1,287,955

Nur Aeni, 2017

STRATEGI PUBLIC RELATIONS MUSEUM GEOLOGI DALAM MENINGKATKAN CITRA MUSEUM SEBAGAI WAHANA WISATA EDUKASI PUBLIK

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

(Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, 2011)

Museum Geologi memiliki jumlah pengunjung tertinggi dibandingkan museum lainnya di Provinsi Jawa Barat yaitu jumlahnya mencapai 650.609 orang pada tahun 2011. Museum Geologi merupakan jenis museum khusus yang memamerkan koleksi yang tentang bidang keilmuan geologi. Koleksi unggulan Museum Geologi adalah fosil dan batuan.

Tabel 3.4 Data Obyek dan Daya Tarik Wisata di Jawa Barat yang banyak dikunjungi wisatawan 2012

NO.	NAMA OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA	LOKASI	JENIS ODTW	JUMLAH KUNJUNGAN		JUMLAH KUNJUNGAN
				WISMAN	WISNUS	
1	2	3	4	5	6	7
1	Ciater	Kabupaten Subang	Alam	28,236	1,882,406	1,910,642
2	Tangkuban Parahu	Kabupaten Subang	Alam	28,221	1,856,623	1,884,844
3	Pondok Bali	Kabupaten Subang	Alam	3,710	1,125,564	1,129,274
4	Taman Safari Indonesia	Kabupaten Bogor	Alam	18,279	895,711	913,990
5	Kebun Binatang	Kota Bandung	Minat Khusus	634	649,975	650,609
6	Taman Wisata Matahari	Kabupaten Bogor	Alam	-	453,284	453,284
7	Taman Wisata Mekarsari	Kabupaten Bogor	Alam	-	450,053	450,053
8	Pamijahan	Kabupaten Tasikmalaya	Budaya	-	302,704	302,704
9	Gunung Tangkuban Parahu	Kabupaten Bandung Barat	Alam	16,232	232,635	248,867
10	Gramma Tirta Jatiluhur	Kabupaten Purwakarta	Alam	987	221,389	222,376
11	Museum Geologi	Kota Bandung	Minat Khusus	1,695	216,965	218,660
12	Situ Bagendit	Kabupaten Garut	Alam	143	203,352	203,495
13	Taman Lalu Lintas Ade Irma Suryani	Kota Bandung	Minat Khusus	-	186,787	186,787
14	Pantai Santolo	Kabupaten Garut	Alam	247	166,773	167,020
15	Museum Sribaduga	Kota Bandung	Umum	170	156,314	156,484
16	Wanawisata Galunggung	Kabupaten Tasikmalaya	Alam	158	148,002	148,160
17	Cibulan	Kabupaten Kuningan	Alam	-	145,220	145,220
18	Wisata Agro Gunung Mas	Kabupaten Bogor	Alam	202	144,160	144,362
19	Taman Budaya Sentul	Kabupaten Bogor	Minat Khusus	-	129,848	129,848
20	Kolam renang Karang Setra	Kota Bandung	Minat Khusus	-	118,174	118,174
				98,914	9,685,939	9,784,853

(Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, 2012)

Museum Geologi berada di posisi 11 dalam urutan objek dan daya tarik wisata di Jawa Barat yang banyak dikunjungi wisatawan. Akan tetapi, dalam daftar objek wisata tersebut hanya dua museum yang berhasil masuk

ke daftar, yaitu Museum Geologi dan Museum Sribaduga. Namun, jumlah pengunjung Museum Geologi lebih unggul.

Ketiga, Museum Geologi memiliki jumlah pengunjung yang tinggi dan meningkat setiap tahunnya, yaitu tahun 2013 sebanyak 512.885 orang, tahun 2014 sebanyak 541.702 orang, tahun 2015 sebanyak 569.475 orang dan tahun 2016 sebanyak 641.535, peningkatan tersebut dalam terlihat pada grafik berikut :



Gambar 3.2 Grafik Jumlah Pengunjung Museum Geologi

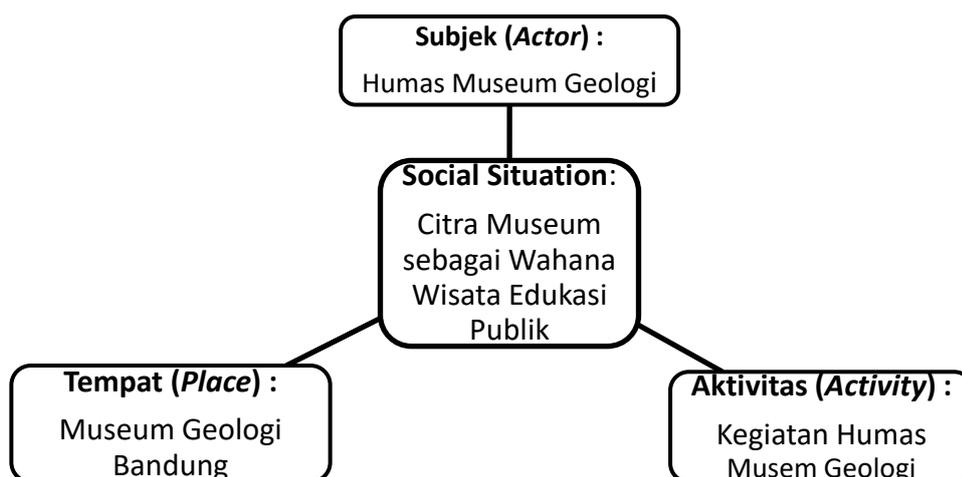
(Sumber : dokumen Museum Geologi, 2017)

Keempat, Museum Geologi memiliki program-program yang menarik, dua diantaranya adalah *Night at The Museum* dan Sarahsehan Geologi Populer. *Kelima*, Peneliti pernah melakukan Program Pengalaman Lapangan (PPL) di Badan Geologi sehingga memudahkan akses bagi peneliti untuk meneliti Strategi Public Relations di Museum Geologi.

3.3 Prosedur Penelitian

Langkah- langkah penelitian kualitatif menurut Burhan Bungin (dalam Ruslan, 2013, hlm. 231), yaitu orientasi melalui daftar bacaan dan wawancara di lapangan, eksplorasi dengan mengumpulkan data, fokus dan penelitian

yang jelas, pengecekan (*membercheck*) dengan memeriksa laporan sementara penelitian terhadap responden atau pembimbing dengan tujuan agar memperoleh informasi baru dan dapat menyetujui kebenaran hasil penelitian yang dapat dipercaya. Unsur-unsur pokok sebagai acuan dalam penelitian kualitatif menurut Spradley (dalam Ruslan, 2013, 236-237) yaitu tempat/lokasi (*place*) dimana individu atau sekelompok individu melakukan suatu kegiatan tertentu, pelaku/subjek (*actor*) yang bertindak sebagai profesional atau individu yang memiliki peran tertentu, dan aktivitas (*activity*) berupa kegiatan yang dilakukan oleh subjek. Kemudian diperluas meliputi objek, tindakan (*act*), *event*, waktu (*time*), tujuan (*goal*), perasaan (*feeling*) (Sugiyono, 2014, hlm. 68-69).



Gambar 3.3 Unsur-Unsur Pokok Penelitian menurut Spradley

(sumber: diolah peneliti, 2017)

3.4 Sumber Data

Data merupakan salah satu komponen utama dalam melaksanakan penelitian. Pengumpulan data (*input*) dilakukan melalui prosedur sistematis, logis dan proses pencarian data yang valid, baik diperoleh secara langsung

(*primer*) maupun tidak langsung (*sekunder*) untuk keperluan analisis dan pelaksanaan pembahasan (*process*) suatu riset secara benar untuk menemukan kesimpulan, memperoleh jawaban (*output*) dan sebagai upaya untuk memecahkan suatu persoalan yang dihadapi (Ruslan, 2013, hlm. 27).

Kegunaan data dalam suatu penelitian menurut Ruslan (2013, hlm. 28) adalah untuk mengetahui dan memperoleh gambaran tentang suatu keadaan atau permasalahan yang dihadapi; sebagai dasar untuk membuat keputusan atau pemecahan masalah; sebagai dasar utama untuk penyusunan suatu perencanaan kerja dalam memecahkan masalah; sebagai alat kontrol dalam pelaksanaan suatu perencanaan; dan sebagai dasar untuk evaluasi.

Sumber data dalam penelitian ini dapat digolongkan ke dalam dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

3.4.1 Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang bersumber langsung dari hasil pengamatan dan hasil wawancara dengan informan, yaitu Kepala Museum Geologi, Humas Museum Geologi dan informan pendukung lainnya. Data primer diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok atau organisasi (Ruslan, 2013, hlm. 29).

3.4.2 Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data organisasi, buku, jurnal, sumber internet yang berkenaan dengan penelitian ini. Data sekunder diperoleh dalam bentuk sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi tentang organisasi (Ruslan, 2013, hlm. 30).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, sumber dan cara (Sugiyono, 2014, hlm. 62-63). Penelitian ini mengumpulkan data yang bersumber dari *setting* alamiah (*natural setting*), menggunakan sumber data primer dan sekunder serta cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan (observasi), wawancara dan dokumentasi. Kemudian melakukan triangulasi dan *membercheck*.

3.5.1 Observasi

Observasi difokuskan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan apa saja kegiatan *public relations* di Museum Geologi. Sebagaimana diungkapkan oleh Ruslan (2013, hlm. 35) bahwa tujuan observasi adalah untuk memahami perilaku dan kejadian-kejadian. Observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengamati kegiatan-kegiatan museum yang merupakan bagian dari strategi *public relations* Museum Geologi dalam meningkatkan citra museum sebagai wahana wisata edukasi publik.

Observasi lapangan atau pengamatan lapangan merupakan salah satu kegiatan untuk memahami lingkungan (Ardianto, 2011, hlm. 179). Peneliti mulai melakukan observasi dari tanggal 25 April sampai 20 Mei 2017 di Museum Geologi, selama kurun waktu tersebut, sebanyak tiga kali dalam seminggu peneliti mengunjungi Museum Geologi. Peneliti melakukan tahapan observasi seperti yang diungkapkan oleh Spradley (dalam Sugiyono, 2014, hlm. 69-71) yang terdiri dari tiga tahap yaitu observasi deskriptif, observasi terfokus dan observasi terseleksi.

Pada tahap observasi deskriptif, peneliti melakukan observasi secara umum dan menyeluruh mengenai berbagai hal yang dapat dilihat,

didengar dan dirasakan. Peneliti berkeliling Museum Geologi untuk mengetahui dan mengamati berbagai kegiatan museum, seperti kegiatan Humas, pemandu dan pengunjung museum sehingga dapat mendeskripsikan kegiatan Museum Geologi. Setelah itu, Peneliti melakukan observasi terfokus pada kegiatan Humas Museum Geologi yang bertujuan untuk meningkatkan citra museum yaitu pada acara khusus (*special event*) yang diselenggarakan oleh Museum Geologi. Kemudian, pada observasi terseleksi, peneliti menguraikan data yang lebih rinci untuk menemukan karakteristik program kegiatan yang diselenggarakan di Museum Geologi.

3.5.2 Wawancara

Wawancara menghasilkan data yang tidak bisa ditemukan melalui observasi. Wawancara dilakukan kepada informan utama dan informan pendukung untuk mengumpulkan data dan informasi. Wawancara menurut Esterberg (dalam Sugiyono, 2014, hlm. 72) merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Peneliti melakukan satu kali wawancara kepada masing-masing informan yang telah ditentukan karakteristiknya.

Penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur untuk mendapatkan informasi tentang berbagai isu atau permasalahan yang terjadi (Sugiyono, 2014, hlm. 74). Selain itu, karena penelitian ini merupakan penelitian mengenai ‘proses’ perencanaan strategi *public relations*, maka pertanyaan yang diajukan harus terstruktur sesuai dengan panduan wawancara. Wawancara terstruktur memudahkan peneliti dalam mengajukan pertanyaan dan memudahkan informan dalam menjelaskan proses perencanaan strategi *public relations* yang diterapkan di Museum Geologi.

Akan tetapi, peneliti juga dapat menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang disukai partisipan untuk membangkitkan komentar selama wawancara (Creswell, 2013, hlm. 271). Hal tersebut terutama dilakukan pada saat melakukan wawancara dengan informan pendukung. Pertanyaan untuk informan pendukung lebih bersifat personal karena sebagian besar berkaitan dengan pendapat dan penilaian tentang strategi *public relations* Museum Geologi. Sehingga wawancara yang dilakukan tetap terstruktur namun ditambahkan atau disisipkan beberapa pertanyaan ringan yang menarik perhatian informan untuk berkomentar.

3.5.3 Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan untuk melengkapi dan mendukung data penelitian. Berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian ini akan didokumentasikan. Penelaahan dokumentasi (*dokumentary historical*) terdapat beberapa jenis dokumentasi yaitu data arsip, dokumen sejarah milik lembaga, dokumen privasi dan dokumentasi publik (Ruslan, 2013, hlm. 223-224). Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang dapat berbentuk tulisan atau gambar. Dokumentasi merupakan pelengkap data observasi dan wawancara sehingga lebih kredibel atau dapat dipercaya (Sugiyono, 2014, hlm. 82).

Tabel 3.5 Teknik Pengumpulan Data, Aspek Penelitian dan Sumber Data

Teknik Pengumpulan Data	Aspek Penelitian	Sumber Data
Observasi	Kegiatan Museum Geologi (<i>Place</i>)	Lembaga Museum Geologi (<i>primer</i>)
Wawancara	Proses Kegiatan Humas Museum Geologi	Informan utama dan Informan pendukung

	<i>(Actor/Subject)</i>	<i>(primer)</i>
Dokumentasi	Kegiatan Humas Museum Geologi yang telah dilakukan (<i>Activity</i>)	Arsip data hasil kegiatan Museum Geologi (<i>sekunder</i>)

(Sumber: diolah peneliti, 2017)

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian kualitatif adalah orang atau *human instrumen*, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna (Sugiyono, 2014, hlm, 2). Sebagaimana dinyatakan oleh Nasution (dalam Sugiyono, 2014, 61-62) peneliti menjadi instrumen penelitian karena memuhi kriteria yaitu peneliti mampu peka dan dapat berinteraksi dengan segala stimulus lingkungan, dapat menyesuaikan diri dengan keadaan, dapat mengumpulkan data, dapat menganalisis data yang diperoleh dan dapat mengambil kesimpulan.

Peneliti kualitatif sebagai *human instrument* berfungsi menerapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono, 2014, hlm. 60). Dalam penelitian kualitatif instrumen penelitian utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana untuk melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara (Sugiyono, 2014, hlm. 61).

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang terdiri dari observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Oleh karena itu, instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara, pedoman observasi atau pedoman pengamatan, dan format pustaka atau format dokumen.

3.6.1 Lembar Pedoman Observasi

Lembar pedoman observasi ini berisi hal apa saja yang perlu diamati oleh peneliti dalam melakukan penelitian mengenai strategi *public relations* Museum Geologi. Sehingga, dalam melakukan observasi peneliti dapat melakukan pengamatan secara sistematis dan runtun. Contoh Format Catatan Observasi yaitu terdiri dari tema observasi, lokasi, jenis objek, catatan (data dan hasil pengamatan) (Ruslan, 2013, hlm. 42).

3.6.2 Lembar Pedoman Wawancara

Lembar pedoman wawancara ini dibuat agar peneliti bisa memiliki panduan dalam melakukan wawancara dengan informan. Peneliti dapat membuat daftar pertanyaan atau daftar informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Sehingga peneliti dapat melakukan kegiatan wawancara secara efektif dan efisien dengan informan. Peneliti memiliki pedoman wawancara untuk setiap informan baik informan utama maupun informan pendukung.

Analisis citra terhadap khalayak sasaran akan memerlukan penilaian (tanggapan) pelanggan tentang citra perusahaan, citra produk dan pelayanan (Ruslan, 2013, hlm.80, dalam hal ini penilaian pengunjung tentang citra koleksi dan pelayanan museum. Pertanyaan untuk responden pendukung diajukan berdasarkan jenis-jenis pertanyaan menurut Patton (Molleong, 2002; dalam Sugiyono, 2014, hlm. 76-78) yaitu pertanyaan yang berkaitan dengan latar belakang atau demografi, pengalaman, pendapat, perasaan, pengetahuan, dan berkenaan dengan indera (seperti hal yang dilihat atau didengar).

3.6.3 Lembar Format Dokumen

Lembar format dokumen ini berfungsi sebagai paduan dalam membuat daftar apa saja yang perlu didokumentasikan dalam penelitian

Nur Aeni, 2017

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS MUSEUM GEOLOGI DALAM MENINGKATKAN CITRA MUSEUM
SEBAGAI WAHANA WISATA EDUKASI PUBLIK**

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

strategi *public relations* Museum Geologi. Sehingga, penelitian ini dapat memperoleh dokumentasi data yang utuh dan lengkap yang diperlukan untuk mendukung dan melengkapi data penelitian lainnya.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan konsep Miles dan Huberman (Miles & Huberman, 2014, hlm. 16-20) yang menyatakan bahwa pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban wawancara, karena analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga data yang didapat hasilnya jenuh. Aktivitas analisis data tersebut yaitu *data reduction*, *data display*, dan *data conclusion drawing/verification*.

Reduksi data merupakan proses pemilihan data dari lapangan (Miles & Huberman, 2014, hlm. 16), dengan cara merangkum, memilih hal-hal pokok dan penting, mencari tema dan pola. *Penyajian data* dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, matriks dan sejenisnya untuk memudahkan memahami data (Miles & Huberman, 2014, hlm. 18). *Penarikan kesimpulan* dalam merupakan temuan baru yang dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek.

Analisis data dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan (Sugiyono, 2014, hlm.89). Hal ini karena proses analisis data secara keseluruhan melibatkan usaha memaknai data yang berupa teks atau gambar, selain itu analisis data juga merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan refleksi terus-menerus terhadap data, mengajukan pertanyaan-pertanyaan analitis, dan menulis catatan singkat sepanjang penelitian (Creswell, 2013, hlm. 274).

3.8 Teknik Pengujian Keabsahan Data

3.8.1 *Membercheck*

Membercheck merupakan proses pengecekan data yang dilakukan oleh peneliti kepada informan untuk mengetahui kesesuaian antara informasi yang diperoleh dengan maksud yang ingin disampaikan oleh informan. Setelah wawancara dengan informan, beberapa hari kemudian peneliti melakukan *Membercheck* dengan cara menyimpulkan informasi yang telah diperoleh dalam bentuk format beberapa lembar teks narasi. Kemudian narasi tersebut ditunjukkan kepada informan untuk dicek. Setelah data disepakati bersama, maka informan diminta untuk menandatangani agar data lebih otentik sekaligus sebagai bukti bahwa peneliti telah melakukan *membercheck* (Sugiyono, 2014: 129-130). Dalam penelitian ini, Peneliti hanya melakukan *membercheck* kepada informan utama saja.

3.8.2 Triangulasi

Triangulasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan hasil penelitian melalui berbagai teknik pengumpulan data yaitu membandingkan hasil observasi, hasil wawancara dan hasil dokumentasi. Selain itu, Peneliti juga membandingkan hasil penelitian dari berbagai sumber data (informan) yaitu membandingkan hasil penelitian dari informan utama dan informan pendukung. Seperti misalnya, hasil wawancara dengan informan utama (Kepala Museum, Humas dan Pemandu) akan dibandingkan dengan hasil wawancara informan pendukung yaitu pengunjung sebagai publik yang merasakan hasil strategi PR Museum dan juga dibandingkan dengan hasil wawancara informan pendukung lainnya yaitu Wartawan dan Kepala Dinas sebagai pengamat dan penilai perkembangan museum.

Sebagaimana diungkapkan oleh Moleong (dalam Ruslan, 2013, hlm. 219-220) bahwa Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data untuk pembandingan, yaitu penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori, sebagai upaya

'*check and recheck*' temuan dengan cara membandingkan. Triangulasi dalam penelitian ini menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data.

3.9 Pertanyaan Penelitian

Tabel 3.6 Pertanyaan Penelitian

Kategorisasi	Kata Kunci	Pertanyaan
Analisis Situasi	Situasi Internal	Bagaimana analisis situasi internal yang Anda lakukan dalam menetapkan strategi PR Museum Geologi?
		Apa saja keunggulan yang dimiliki oleh Museum Geologi?
		Bagaimana cara Anda mengomunikasi keunggulan Museum Geologi kepada Publik?
		Apa saja kekurangan yang dimiliki oleh Museum Geologi?
		Bagaimana cara Anda mengatasi kekurangan yang dimiliki oleh Museum Geologi ?
	Situasi Eksternal	Bagaimana analisis situasi eksternal yang Anda lakukan untuk mengetahui citra Museum Geologi dimata publik?
		Apa saja peluang yang menjadi kesempatan bagi Museum Geologi untuk meningkatkan citra museum?
		Bagaimana cara Anda memanfaatkan peluang tersebut ?
		Apa saja hambatan yang dialami Museum Geologi dalam meningkatkan citra museum ?
		Bagaimana cara Anda mengatasi hambatan tersebut ?
Menetapkan		Bagaimana proses menetapkan tujuan yang

Nur Aeni, 2017

STRATEGI PUBLIC RELATIONS MUSEUM GEOLOGI DALAM MENINGKATKAN CITRA MUSEUM SEBAGAI WAHANA WISATA EDUKASI PUBLIK

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

Kategorisasi	Kata Kunci	Pertanyaan
Tujuan	<i>Strategic</i> (Strategis)	Anda lakukan dalam merancang strategi PR Museum Geologi?
		Tujuan apa saja yang ingin dicapai oleh Museum Geologi ?
	<i>Measurable</i> (Terukur)	Bagaimana cara Anda memperkirakan pencapaian dari tujuan yang telah ditetapkan?
		Bagaimana cara Anda menindaklanjuti tujuan yang telah ditetapkan?
	<i>Realistic</i> (Realistis)	Apa saja program yang dirancang untuk mewujudkan tujuan dari strategi PR Museum Geologi?
		Bagaimana cara Anda menetapkan waktu pelaksanaan tujuan dari strategi/program PR Museum Geologi?
Menetapkan Publik	<i>Stakeholder Relations</i>	Bagaimana cara Anda memetakan publik Museum Geologi atau mengelompokkan publiknya berdasarkan kriteria tertentu?
		Bagaimana cara Anda membangun hubungan dengan <i>stakeholder</i> ?
		Apakah Museum Geologi memiliki strategi atau program khusus untuk <i>stakeholder</i> tertentu?
		Siapa yang menjadi Publik Utama bagi Museum Geologi?
		Mengapa publik tersebut ditetapkan sebagai Publik Utama?
Pemilihan Media	<i>Media Relations</i>	Bagaimana aktivitas <i>Media Relations</i> yang telah dilakukan oleh Museum Geologi?
		Program <i>Media Relations</i> apa saja yang

Kategorisasi	Kata Kunci	Pertanyaan
		diselenggarakan oleh Museum Geologi ?
		Bagaimana respon media terkait program tersebut ?
		Adakah hambatan yang dialami Museum Geologi dalam menjalin hubungan dengan media ?
	Target Media	Bagaimana cara Anda memilih media yang tepat dan efektif sebagai publikasi?
		Media massa apa yang paling sering menjadi saluran publikasi Museum Geologi?
		Mengapa media massa tersebut terpilih menjadi media publikasi utama?
	Media Publikasi Internal	Media apa saja yang dimiliki oleh Museum Geologi untuk mempublikasikan program-programnya?
		Bagaimana perkembangan publikasi dari media internal Museum Geologi ?
Penetapan Anggaran	Penggunaan Anggaran	Bagaimana Museum Geologi mendistribusikan anggaran yang dimiliki ?
		Bagaimana Museum Geologi mengoptimalkan penggunaan anggaran yang dimiliki?
		Dari mana anggaran tersebut berasal?
		Apakah Museum Geologi pernah mengalami kekurangan anggaran ?
		Upaya apa yang dilakukan Museum Geologi apabila mengalami kekurangan anggaran?
Pelaksanaan dan	Program	Program PR apa saja yang diselenggarakan oleh Museum Geologi untuk meningkatkan

Kategorisasi	Kata Kunci	Pertanyaan
Pengawasan		citra museum sebagai wahana wisata edukasi publik?
		Apakah Museum Geologi memiliki program rutin ?
		Apakah Museum Geologi memiliki program dengan jangka waktu tertentu ?
	Pelaksana Program	Siapa saja yang ikut terlibat dalam pelaksanaan program PR Museum Geologi?
		Apakah Museum Geologi melakukan kerjasama dengan pihak luar dalam melaksanakan program PR?
	Pelaksanaan Program	Bagaimana pelaksanaan program strategi PR Museum Geologi?
		Bagaimana perkembangan program-program PR yang telah dilaksanakan oleh Museum Geologi?
		Apa saja hambatan yang dialami oleh Museum Geologi dalam melaksanakan program PR ?
	Evaluasi	Bagaimana proses evaluasi program PR di Museum Geologi?
		Kapan Museum Geologi melakukan evaluasi program PR?
		Adakah indikator keberhasilan program PR yang dilaksanakan oleh Museum Geologi?
		Apakah tujuan program PR yang telah ditetapkan tercapai ?
		Apakah program PR yang dilaksanakan menjangkau target publik sasaran ?
		Apakah hubungan media dan publikasi yang dilakukan dapat menyampaikan maksud dan

Nur Aeni, 2017

STRATEGI PUBLIC RELATIONS MUSEUM GEOLOGI DALAM MENINGKATKAN CITRA MUSEUM SEBAGAI WAHANA WISATA EDUKASI PUBLIK

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

Kategorisasi	Kata Kunci	Pertanyaan
		pesan yang ingin dikomunikasi Museum Geologi?
		Apakah anggaran yang dimiliki dapat memenuhi kebutuhan pelaksanaan program PR?
		Bagaimana strategi PR yang paling efektif diterapkan di Museum Geologi?