

## BAB III

### METODOLOGI, SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN

#### 3.1. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan dalam mendekati masalah, mengkaji, dan mencari jawaban dari topik penelitian (Mulyana, 2001: 145). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif artinya melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu. Metode deskriptif bertujuan untuk:

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Hasan, 2002: 22).

Metode deskriptif kualitatif mencari teori, bukan menguji teori; *hypotesis-generating*, bukan *hypotesis testing*; dan *heuristic*, bukan verifikasi. Ciri lain metode deskriptif kualitatif ialah mentitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (*natural setting*). Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai

pengamat. Ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi (instrumennya adalah pedoman observasi, Pen.). Ia tidak berusaha memanipulasi variabel (Ardianto, 2016: 60).

### 3.1.1 Desain/Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, abash, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat *normative*, menunjukkan pada praktisinya apa saja yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang (Mulyana, 2001: 9).

Menurut Creswell, metode deskriptif-kualitatif termasuk paradigma penelitian post-positivistik. Asumsi dasar yang menjadi inti paradigma penelitian post-positivisme adalah:

1. Pengetahuan bersifat konjekturan dan tidak berlandaskan apa pun. Kita tidak akan pernah mendapatkan kebenaran absolut. Untuk itu, bukti yang dibangun dalam penelitian seringkali lemah dan tidak sempurna. Karena itu, banyak peneliti berujar bahwa mereka tidak dapat membuktikan hipotesisnya, bahkan tidak jarang mereka gagal untuk menyangkal hipotesisnya.
2. Penelitian merupakan proses membuat klaim-klaim, kemudian menyaring sebagian klaim tersebut menjadi klaim-klaim lain yang kebenarannya jauh lebih kuat.

3. Pengetahuan dibentuk oleh data, bukti, dan pertimbangan logis. Dalam praktiknya, peneliti mengumpulkan informasi dengan menggunakan instrumen pengukuran tertentu yang diisi oleh partisipan atau dengan melakukan observasi mendalam di lokasi penelitian.
4. Penelitian harus mampu mengembangkan pernyataan yang relevan dan benar, pernyataan yang dapat menjelaskan situasi yang sebenarnya atau mendeskripsikan relasi kausalitas dari suatu persoalan. Dalam penelitian kuantitatif, membuat relasi antarvariabel dan mengemukakan dalam pertanyaan dan hipotesis.
5. Aspek terpenting dalam penelitian adalah sikap objektif. Para peneliti harus menguji kembali metode dan kesimpulan yang sekiranya mengandung bias. Untuk itulah penelitian kuantitatif dilakukan. Dalam penelitian kuantitatif, standar validitas dan reliabilitas menjadi dua aspek penting yang wajib dipertimbangkan oleh peneliti (Ardianto, 2016: 60-61).

### **3.1.2 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian kualitatif dikenal beberapa teknik atau metode pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa metode seperti berikut:

- 1) Studi Kepustakaan

Penulis mencari data-data penunjang melalui buku dan sumber yang dianggap relevan dan berkaitan dengan permasalahan objek

penelitian. Sesuai dengan pengertian studi kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan (Nazir, 1988: 111).

## 2) Studi Lapangan

Dalam studi lapangan ini, penulis terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data melalui:

- a) Observasi, yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Nawawi dan Martini, 1995: 75). Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi non-partisipan dimana seorang peneliti hanya berperan sebagai “penonton” saja tidak terjun sebagai “pemain”.
- b) Wawancara, yaitu teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Ardianto, 2016: 178). Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara mendalam.

### **3.1.3 Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan utaian dasar. Ia membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian (Ardianto, 2016: 217).

Menurut Miles dan Huberman, ada tiga jenis kegiatan dalam analisis data:

1) Reduksi

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan.

2) Model Data (*Data Display*)

Kita mendefinisikan model sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang paling sering dari model data kualitatif selama ini adalah teks naratif.

3) Penarikan/Verifikasi Kesimpulan

Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi-proposisi (Ardianto, 2016: 223).

### **3.2. Subjek Penelitian**

Subjek dari penelitian ini adalah Bapak Fasa Dienislami selaku *Marketing Communication Manager* Urban Radio Bandung yang melakukan kegiatan *marketing* di Urban Radio Bandung dan Bapak Akhmad Faizal selaku *admin* yang mengelola langsung *website* [www.urbanradiobandung.com](http://www.urbanradiobandung.com). Serta beberapa mahasiswi Universitas Pasundan yang mendengarkan Urban Radio Bandung dan

sering membuka *website* [www.urbanradiobandung.com](http://www.urbanradiobandung.com) yaitu Tesa Alya dan Putri Permatasari.

### 3.3. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah *website* Urban Radio Bandung, yaitu [www.urbanradiobandung.com](http://www.urbanradiobandung.com).

#### 3.3.1. Profil Perusahaan



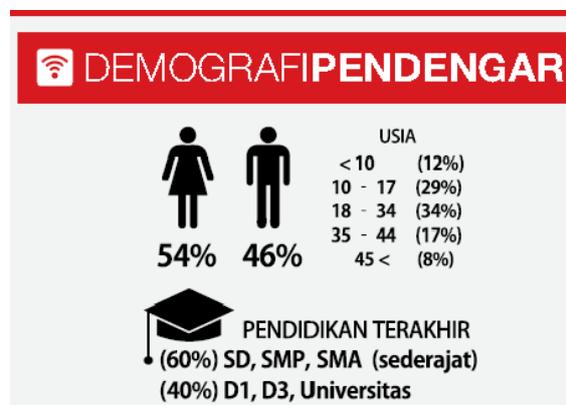
**Gambar 3.1 Logo Urban Radio Bandung**

Berawal dari semangat untuk memberikan lebih banyak pilihan bagi pecinta radio dan musik terutama di kota Bandung, terlahir dengan misi besar untuk meningkatkan kualitas industri radio di Indonesia, PT. Radha Media Syandana meluncurkan Urban Radio Bandung yang pertama pada tanggal 11 April 2011. Memulai siaran perdana pada tanggal tersebut dari Jalan Anyer no 52 Kebonwaru, Urban Radio Bandung memiliki harapan untuk dapat menjadi pilihan utama bagi penggemar radio dan musik di kota Bandung. *Fun* dan menghibur adalah konsep yang coba ditawarkan oleh Urban Radio Bandung melalui program dan konten siarannya. Meskipun baru berusia enam tahun, namun Urban Radio Bandung siap untuk bersaing dengan radio lain yang telah ada lebih dulu. Urban

Radio Bandung adalah radio pertama yang mengudara 24 jam dengan memutar lagu-lagu nomor satu karena *tagline* radio ini adalah “Musiknya Nomor Satu di Bandung”.

### 3.3.2. Demografi Pendengar

Urban Radio Bandung mempunyai demografi pendengar yang digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 3.2. Demografi Pendengar Urban Radio Bandung**

### 3.3.3 Target Pendengar

Urban Radio Bandung mempunyai target pendengar anak muda dewasa dengan usia 18 – 34 tahun, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.

### 3.3.4. Prestasi Perusahaan

Urban Radio Bandung memiliki beberapa prestasi yang telah diraih, seperti:

1. Berada di peringkat 2 untuk kategori radio anak muda (10+, all SES, W3 2013) .

2. Berkaitan dengan *station loyalty*, Urban Radio Bandung berada pada urutan ke 1. Sebanyak 41,6 % dari total radio di Bandung (ada 60 radio) Urban Radio mendapatkan *share* 41,6%.
3. Peringkat ke-1 Untuk *Time Spent Listening* (TSL).
4. Pendengar menghabiskan 39.5% waktu mereka untuk mendengarkan Urban Radio Bandung.

### **3.4. Lokasi dan Jadwal Penelitian**

#### **3.4.1. Lokasi Penelitian**

Lokasi dari penelitian ini akan dilaksanakan di Kantor 106.3FM Urban Radio Bandung yang bertempat di Jalan Anyer No. 52 Kebonwaru, Bandung – 40272.

#### **3.4.2. Jadwal Penelitian**

Jadwal dari penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 19 April 2017, pukul 11.30 WIB dengan informan Bapak Fasa Dienislami selaku *Marketing Communication Manager* Urban Radio Bandung dan Bapak Akhmad Faizal selaku *admin* dari *website* [www.urbanradiobandung.com](http://www.urbanradiobandung.com). Selain itu, wawancara juga dilaksanakan pada tanggal 20 April 2017, pukul 13.00 WIB dengan informan Tesa Alya dan Putri Permatasari.