

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan atau Paradigma Penelitian

3.1.1 Metode Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, metode penelitian kualitatif disebut juga metode penelitian naturalistic karena penelitian yang dilakukan dengan kondisi yang alamiah (*natural setting*). Metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti dengan obyek yang alamiah. Obyek yang alamiah adalah obyek yang apa adanya, tidak ada manipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat memasuki obyek, setelah berada di dalam obyek dan setelah keluar dari obyek relatif tidak berubah, analisis data bersifat induktif.

Menurut Kirk dan Miller mendefinisikan penelitian kualitatif bahwa tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristiwa (Moleong, 2004:3).

Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrument. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *human instrument*. Kriteria data dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti. Data yang pasti adalah data yang sebenarnya terjadi sebagaimana adanya dilapangan. Pengumpulan data pada penelitian kualitatif tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Adapun penjelasan mengenai metode kualitatif dalam buku “Metode-Metode

Riset Kualitatif dalam *Public Relations* dan *Marketing Communications*” karya

Christine Daymon dan Immy Holloway menjelaskan bahwa:

Metode Kualitatif cenderung dihubungkan dengan paradigma interpretatif. Metode ini memusatkan pada penyelidikan terhadap cara manusia memaknai kehidupan sosial mereka. Serta bagaimana manusia mengekspresikan pemahaman mereka melalui bahasa, suara, perumpamaan, gaya pribadi, maupun ritual sosial (Deacon dalam Daymon dan Holloway, 2008:5).

Metode Kualitatif itu sendiri memiliki tujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berfikir induktif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan literatur dan subjektivitas dari peneliti sebagai pengembangan pemikiran, sehingga tidak ada batasan yang jelas antara peneliti dengan objek yang diteliti. Setiap kejadian dalam metodologi kualitatif merupakan sesuatu yang unik dan berbeda antara satu dengan yang lain karena adanya perbedaan konteks.

3.1.2 Karakteristik Penelitian

Menurut Bogdan and Biklen (dalam Sugiyono, 2013:9) karakteristik penelitian kualitatif adalah:

1. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen), langsung ke sumber data dan penelitian adalah instrument kunci.
2. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka.
3. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk atau *outcome*. Hal ini disebabkan oleh hubungan-hubungan bagian yang sedang diteliti akan jauh lebih jelas apabila diamati dalam proses.
4. Penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif. digunakan karena beberapa alasan, yaitu (a) analisis induktif lebih dapat membuat hubungan antara peneliti dengan responden menjadi eksplisit, lebih dikenal, (b) analisis induktif lebih dapat menemukan pengaruh bersama yang mempertajam hubungan-hubungan, (c) analisis demikian dapat

memperhitungkan nilai-nilai secara eksplisit sebagai bagian dari struktur analitik.

5. Penelitian kualitatif lebih menekankan makna (data dibalik yang teramati).
6. Adanya “Batas” yang Ditentukan oleh “Fokus”. Penetapan focus di sini dapat lebih dekat dihubungkan oleh interaksi antara peneliti dan fokus penelitian. Fokus penelitian penting artinya dalam usaha menemukan batas penelitian, dengan hal itu dapatlah peneliti menemukan lokasi penelitian.
7. Adanya kriteria khusus untuk keabsahan data. Penelitian kualitatif mendefinisikan validitas, reliabilitas, dan objektivitas. dalam versi lain dibandingkan dengan lazim digunakan dalam penelitian klasik.
8. Desain yang Bersifat Sementara. Penelitian kualitatif menyusun desain yang secara terus-menerus disesuaikan dengan kenyataan di lapangan. Jadi, tidak menggunakan. Desain yang telah disusun secara ketat dan kaku sehingga tidak dapat diubah lagi.
9. Hasil penelitian dirundingkan dan disepakati bersama. Penelitian kualitatif menghendaki agar pengertian dan hasil interpretasi yang diperoleh dirundingkan dan disepakati oleh narasumber. Konfirmasi menjadi lebih baik verifikasinya apabila diketahui dan dikonfirmasi oleh orang-orang yang ada kaitannya dengan yang diteliti.

3.1.3 Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Studi Kasus

Berdasarkan metode-metode yang terdapat dalam penelitian, peneliti mengidentifikasi bahwa penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan diarahkan ke penelitian studi kasus. Karena pertanyaan-pertanyaan “bagaimana dan “mengapa” pada dasarnya lebih eksplanatoris dan lebih mengarah ke penggunaan studi kasus, historis, dan eksperimen (Yin, 2014:9).

Studi kasus merupakan salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial. Secara umum studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan how atau why, bila peneliti hanya sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2014:1).

Studi kasus merupakan tipe pendekatan penelitian yang menelaah satu kasus secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif. Ardianto (2010:64). Menurut Kriyantono dalam bukunya teknik praktis riset komunikasi (2009:66) bahwa studi kasus memiliki ciri-ciri, antara lain:

1. Partikularistik, artinya studi kasus terfokus pada situasi, peristiwa, program atau fenomena tertentu.
2. Deskriptif, Hasil akhir metode ini adalah deskripsi detail dari topik yang diteliti.
3. Heuristik. Metode studi kasus membantu khalayak memahami apa yang sedang diteliti. Interpretasi baru, perspektif baru, makna baru merupakan tujuan dari studi kasus.
4. Induktif. Studi kasus berangkat dari fakta-fakta di lapangan, kemudian menyimpulkan ke dalam tataran konsep atau teori.

Rujukan praktis yang disarankan untuk melakukan praktik penelitian Case Study dari Robert K. Yin (2014:46), memiliki empat tipe desain studi kasus yakni:

- a. Desain kasus tunggal holistik
- b. Desain kasus tunggal terjalin (*embedded*)
- c. Desain multi kasus holistik
- d. Desain multi kasus terjalin

Desain studi kasus yang diterapkan oleh peneliti pada penelitian ini adalah desain kasus tunggal holistik. Berdasarkan pemikiran dari Robert K. Yin (2014:47–49), kasus tunggal dari penelitian ini memiliki beberapa alasan:

1. Studi kasus analog eksperimen tunggal, dan banyak kondisi-kondisi yang sama yang membenarkan studi kasus tunggal. Majalah *Gadget+* menjadi salah satu majalah yang membahas tiga pembahasan *Gadget*, aplikasi mobile, dan produk *Mac (Apple)* yang ada di Indonesia.
2. Rasional kedua untuk kasus tunggal ialah kasus tersebut menyajikan kasus ekstrem atau unik. Dalam penelitian ini, mempunyai beberapa keunikan dari objek penelitian

- a. Majalah *Gadget+* menjadi majalah teknologi dan *lifestyle* yang mengulas informasi terlengkap dan terbaru mengenai kebutuhan *Gadget* (perangkat elektronik, hobi, *fashion*, dll) yang menunjang gaya hidup.
 - b. Majalah *Gadget+* memiliki beberapa *content* yang tidak ditemukan dari beberapa majalah yang mengupas mengenai *Gadget/lifestyle*.
 - c. Terakhir majalah *Gadget+* sebagai majalah *ter-update* di kalangan konsumen yang menyukai teknologi, *Gadget+* pun dipercaya dan digunakan oleh banyak pihak sebagai referensi dan panduan utama untuk setiap berita serta informasi terbaru yang berkaitan dengan perangkat elektronik dan teknologi termutakhir.
3. Rasional ketiga untuk kasus tunggal adalah kasus penyingkapan itu sendiri. Situasi ini muncul manakala peneliti mempunyai kesempatan untuk mengamati dan menganalisis suatu fenomena yang mengizinkan penelitian ilmiah. Pada beberapa program di media *online* yang dibuat oleh pihak majalah *Gadget+* dalam memberikan informasi.

3.2 Objek-Subjek, Wilayah Penelitian, dan Sumber Data

3.2.1 GADGET+

Megindo Tunggal Sejahtera tergabung di Bandung pada tahun 1996 sebagai tanggapan menuju peluang bisnis di sektor hiburan, yang pada saat itu bukan Fokus utama bagi sebagian besar penerbit. Dengan komitmen dan kesediaan untuk memberikan sesuatu yang baru dalam dunia media di Indonesia, Megindo

mengutamakan bahan bacaan yang tidak hanya berisi jumlah menghibur informasi, tetapi juga inspirasi dan edukatif. konsep tersebut membuat Megindo mengimplementasikan Konsep majalah yang berfokus pada pecinta hobi, yang melahirkan untuk MGI dan Game 13th (sebuah buku pedoman untuk gamer) majalah. Seakan tidak ingin melewatkan peluang bisnis, Megindo kemudian mengeluarkan tiga majalah terkemuka: Cinemags, GameStation dan Animonstar.

1. Produk Kami

Keberadaan majalah Cinemags adalah karena kebutuhan pecinta film informasi yang baik dan komprehensif mengenai dunia Films. Dengan sederhana konsep desain modern. Pembaca dapat memperoleh kepuasan dan kenyamanan dalam menikmati edisi terbaru kami setiap bulan. Penggunaan gaya bahasa yang mudah dimengerti untuk kedua remaja dan pembaca dewasa. membuat Cinemags mudah diterima oleh pasar dan telah ditempatkan sebagai majalah terlaris dengan tetap meningkat print run setiap tahun. Keterlibatan dalam kebangkitan industri film Indonesia dan merek inovasi baru dibantu oleh jaringan baik lokal dan dunia film Internasional mengubah Cinemags menjadi yang pertama Majalah hobi Indonesia yang berhasil menduduki pertama tempat di antara datang dan pergi majalah pesaing.

2. Visi Dan Misi

Gadget+ selalu terdepan dalam menghadirkan informasi terbaru mengenai dunia teknologi, aplikasi yang berhubungan dengan teknologi juga, mengenai *Mac* yang mempunyai Fans Fanatic tersendiri, dengan cara pemahaman yang atraktif dan mudah. Dengan motto *Gizmo Universe*, *Gadget+* bertekad untuk

memposisikan diri sebagai Majalah IT yang juga membahas mengenai gaya hidup.

Sebagai majalah 3 in 1, *Gadget+* menghadirkan informasi terbaru, dan informasi yang paling komprehensif mengenai dunia *Gadget*, aplikasi perangkat selular dan mengenai produk Mac berdasarkan trend terbaru dengan cara yang atraktif dan pemahaman yang mudah. Konsep majalah 3 in 1 didirikan sejak Januari 2012. Merupakan formula *Gadget+* yang mencoba merangkul jangkauan pasar terluas dan menawarkan berbagai informasi yang dapat diperoleh dari beberapa sumber dalam satu majalah. Adapun Visi dan Misi dari keseluruhan majalah ini adalah:

Visi:

Untuk menjadi terkemuka & Media inspirasi untuk informasi yang efektif dan iklan di Asia Tenggara.

Misi:

Untuk menyediakan media canggih untuk loyalitas klien & konsumen melalui kualitas kreasi dan inovasi. Diharapkan bahwa semua Megindo produk majalah dapat berfungsi sebagai sumber inspirasi bagi pembaca di mana-mana. Invasi majalah asing untuk pencetakan pasar media juga tidak membuat kita takut; sebaliknya, itu membentuk kedewasaan kita untuk terus hidup sebagai nasional Majalah dengan pelanggan setia dan masyarakat. Kami juga berencana untuk melakukan pasar luar negeri ekspansi melalui lisensi sistem kemitraan di *South East* Kawasan Asia segera. Dari majalah dengan desain terbaik dan kualitas cetak di *South East Asia*. Jaminan kualitas seperti Produk Megindo majalah sangat

berkontribusi terhadap peningkatan penjualan dan target iklan di masing-masing tahun.

3. *Top Content*

Gadget+ mempunyai beberapa artikel terkemuka yang selalu ditunggu para pembaca dan menjadi materi bacaan utama dalam pembukaan majalah *Gadget*. selain kolom “*showcase*” yang membahas produk yang akan segera dirilis (diluncurkan) di bulan tertentu, juga ada kolom *feature* yang menawarkan berbagai ulasan tentang perangkat menarik berdasarkan tema pada bulan tertentu, termasuk segmen *feature* untuk *Appstation* dan *MacWorld*. Mengenai produk komprehensif diulas secara mendalam dengan kelebihan dan kekurangannya berdasarkan pengalaman menggunakan produk tersebut, menjadi materi bacaan utama sebagai sebuah referensi untuk para pembaca, sebelum membeli sebuah produk. Hal ini digambarkan di kolom *review*. Ini adalah beberapa kolom/rubrik yang ada pada majalah *Gadget+*. dan biasanya rubrik ini diganti selama 2 tahun sekali. Rubrik ini yang selalu menemani para pembaca dalam penginformasian mengenai *lifestyle* itu sendiri. Rubrik ini banyak digandrungi dan sudah menjadi pencarian orang banyak karena ini dapat membantu dalam kehidupan sehari-hari manusia dalam informasi teknologi.

A. *FEATURE*



Gambar 3.1

Konten *Feature* dari Majalah *Gadget+*

Sumber: Dokumentasi *Company Profile* Majalah *Gadget+*

Setiap segmen, baik itu *Gadget*, *AppsStation* atau *MacWorld*, mempunyai fitur masing-masing. Fitur-fitur itu sendiri adalah ulasan utama dan menjadi pilihan utama untuk dijadikan *cover*. Di sini fitur mengulas bermacam-macam hal secara tematis dan *trend* saat ini dengan cara yang ringan namun informatif.

B. *MENS WORLD*



Gambar 3.2

Konten *Mens World* dari Majalah *Gadget+*

Sumber: Dokumentasi *Company Profile* Majalah *Gadget+*

Koleksi dari beberapa artikel ringan mengenai gaya hidup para pengguna *Gadget*, dimulai dengan sosok yang inspiratif, otomobil, serta diskusi fotografi. Sebagaimana judulnya, kolom ini memenuhi keinginan para pembaca laki-laki dengan aktifitasnya yang bermacam-macam.

C. *REVIEW*



Gambar 3.3

Konten Reaview dari Majalah Gadget+

Sumber: Dokumentasi *Company Profile* Majalah Gadget+

Sebagai sebuah majalah IT, merupakan suatu keharusan bagi kolom *review* untuk menjadi salah satu artikel andalan. Di setiap kolom, para staff editor menyuguhkan ulasan secara mendalam mengenai sebuah produk, baik mengenai kelebihan atau kekurangannya, diulas secara objektif dan dengan bahasa yang elegan. Ulasan objektif sangat dibutuhkan ketika setiap artikel menjadi sebuah panduan baik bagi para pembaca maupun bagi vendor yang kualitas produknya diulas.

D. *MACWORLD*



Gambar 3.4

Konten MacWorld dari Majalah Gadget+

Sumber: Dokumentasi *Company Profile* Majalah Gadget+

Menyuguhkan informasi yang komprehensif dan terperinci mengenai *Apple* dan semua produk termasuk iPad, iPod, iPhone dan juga Macbook. Tidak hanya mengulas teknologi komputer terbaru baik *software* maupun *hardware*nya. Tetapi juga menyuguhkan tips dan trik dari *Mac* dan ahli komputer secara umum mengenai excel, juga meliputi berita terbaru dan perkembangan informasi teknologi, terutama *Apple*.

E. **THEMATIC HIGHLIGHT**



Gambar 3.5
Konten *The Matic Highlight* dari Majalah *Gadget+*
Sumber: Dokumentasi *Company Profile* Majalah *Gadget+*

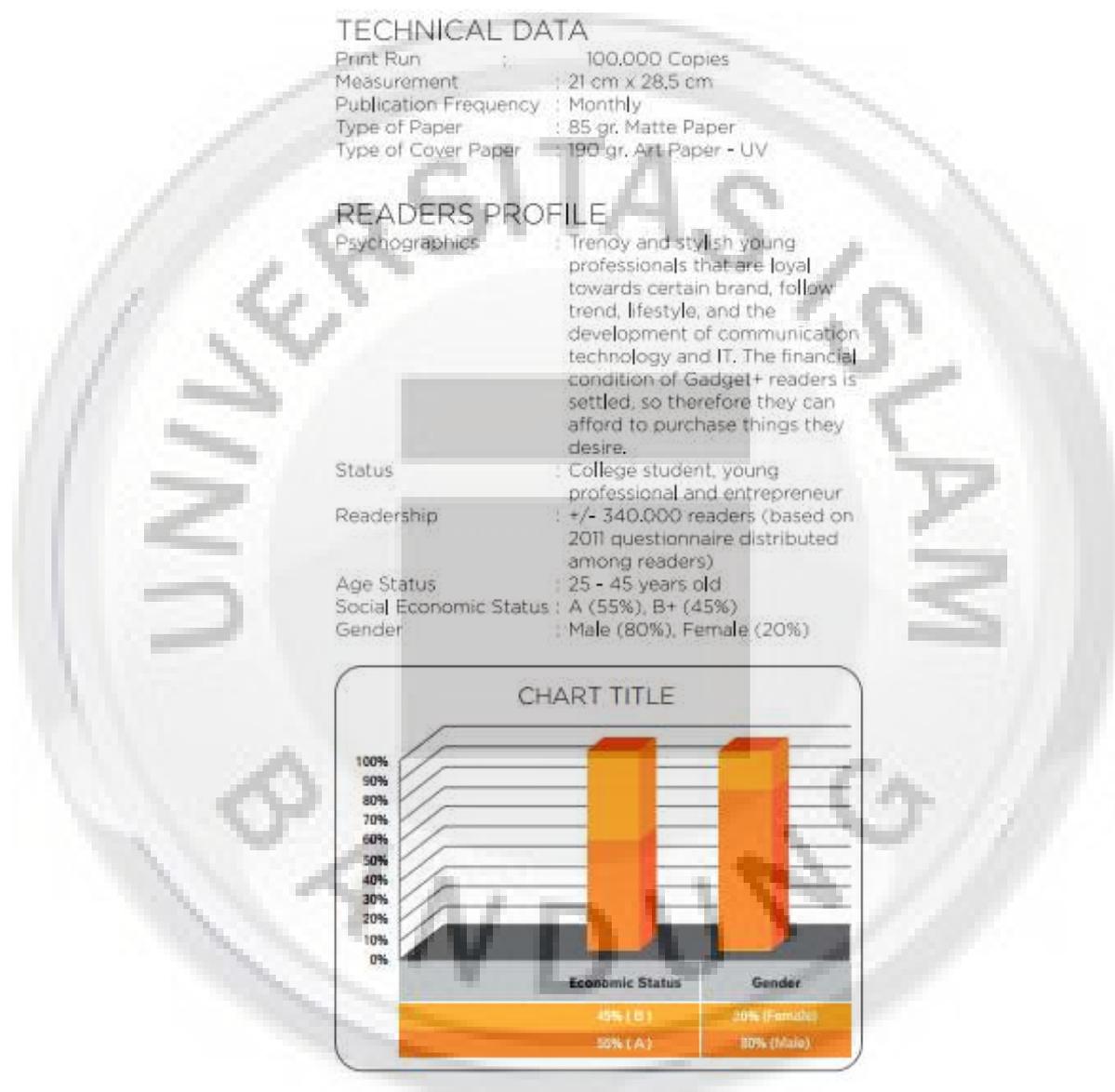
Merupakan bagian dari kolom *regular highlight* (mengulas produk terbaru), tetapi susai judul, produk yang di ulas disesuaikan dengan tema tertentu, misalnya EURO 2012, *external storage*, dll.

F. **APPS**



Gambar 3.6
Konten *Apps* dari Majalah *Gadget+*
Sumber: Dokumentasi *Company Profile* Majalah *Gadget+*

Rekomendasi mengenai aplikasi pilihan untuk blackberry, iPhone, iPad, Android, Windows 7.5/8 dan perangkat sejenis berdasarkan fungsi, signifikansi, harga, dan tema special pada setiap bulan.



Gambar 3.7

Profile Singkat dari Majalah Gadget+

Sumber: Dokumentasi *Company Profile* Majalah Gadget+

4. *Online dan Media Sosial*

Gadget+ Fan Page di jaringan sosial facebook. Saat ini telah mengumpulkan 13.000 *Likes* (anggota). Jumlah ini merupakan angka tertinggi untuk majalah di Indonesia. Walaupun hanya mendapatkan 13.000 *like* lebih. Sampai saat ini, total keseluruhan *posting* dalam seminggu di *Gadget+* dengan menggunakan jaringan Megindo Grup, mencapai lebih dari 38.000 orang. Sedangkan pengikut *Gadget+* di Jaringan Sosial Twitter saat ini mencapai 1985 orang dan masih bertambah lagi. Twitter menjadi salah satu cara *Gadget+* menyuguhkan informasi dan melakukan promosi di masyarakat.

3.2.2 Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *purposive sampling*, sehingga peneliti mendapatkan subjek penelitian sebanyak tiga orang. Dan orang-orang ini adalah yang mengetahui jalannya *rebranding* dari majalah *Gadget+* itu sendiri. Lalu ditambah dengan dua orang dari pelanggan majalah *Gadget+* yaitu pelanggan *online* dan pelanggan *non online* (cetak).

3.2.3 Wilayah Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Bandung yang beralamatkan Jalan Ranggamalela No. 3 Bandung 40116. Mengapa penelitian ini dilakukan di Bandung karena Pimpinan Redaksi dari majalah *Gadget+* berada di Bandung, dan Pimpinan redaksi ini juga sebagai kepala dari redaksi dan managerial. Kantor dan Key informan yang mengetahui seluk beluk dari *rebranding* majalah *Gadget+* pun bertempat di Bandung.

3.2.4 Sumber Data

Data-data yang disampaikan pada penelitian ini peneliti mewawancarai 5 orang informan yang didapatkan dari sumber yang berkaitan. Sumber data yang menjadi acuan untuk penelitian ini adalah:

1. Aditya Raflein bagian Pimpinan Redaksi dari Majalah *Gadget+*, karena Pimpinan Redaksi dari majalah *Gadget+* sangat berperan penting dalam *rebranding* yang dilakukan oleh pihak majalah. Bukan hanya dalam bagian redaksinya saja melainkan berhubungan pula dengan eksternal.
2. Prima bagian Redaktur dari Majalah *Gadget+*, karena pihak inilah salah satu yang berada pada situasi pada saat *rebranding* itu sendiri. seorang marketing di sini mengetahui perkembangan majalah *Gadget+* dalam penjualan dan yang menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal.
3. Rizky bagian editor dari Majalah *Gadget+*, pihak ini sebagai penambahan informasi dari sisi editorial majalah.
4. Try Rakhmatsyah sebagai pelanggan majalah *Gadget+* dalam bentuk cetakan, di sini pelanggan bertujuan untuk mengkonfirmasi *rebranding* dari majalah *Gadget+* ini apakah sampai kepada konsumen.
5. Ayub Anggadireja sebagai pelanggan majalah *Gadget+* dalam bentuk *Online* di sini pelanggan bertujuan untuk mengkonfirmasi

rebranding dari majalah *Gadget+* ini apakah sampai kepada konsumen.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif ini memiliki teknik pengumpulan data penelitian yaitu dengan wawancara mendalam, studi kepustakaan, observasi, dan menggunakan media *online* untuk teknik pengumpulan data.

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai salah satu teknik pengumpulan data dari penelitian ini. Teknik pengumpulan data ini pun mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau pada pengetahuan dan keyakinan pribadi.

Esteborg (2002) mendefinisikan wawancara/*interview* sebagai:

a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic. Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2013:72).

Wawancara memiliki dua bentuk, yaitu wawancara sistematis dan terarah. Wawancara sistematis adalah wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu pewawancara mempersiapkan pedoman tertulis tentang apa yang hendak ditanyakan kepada responden. Pada kondisi tertentu, pedoman wawancara terasa amat penting bagi pewawancara. Sementara itu, wawancara terarah, sedikit lebih formal dan sistematis bila dibandingkan dengan wawancara mendalam, tetapi masih jauh tidak formal dan tidak sistematis bila dibandingkan dengan wawancara sistematis. Wawancara terarah dilakukan secara bebas, tetapi tetap tidak terlepas

dari pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada responden dan telah dipersiapkan sebelumnya oleh pewawancara (Bungin, 2005: 127-128).

Beda halnya dengan penjelasan dari Esterberg (2002) dalam buku memahami penelitian kualitatif (Sugiyono, 2013:73) mengemukakan tiga macam wawancara yaitu:

1. Wawancara terstruktur (*Structured interview*), wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpulan data mencatatnya, dapat pula menggunakan beberapa pewawancara sebagai pengumpul data.
2. Wawancara semiterstruktur, jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas dibanding wawancara terstruktur. Dalam wawancara ini pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-ide, serta keadaannya lebih terbuka.
3. Wawancara tak berstruktur (*unstructured interview*), wawancara ini adalah wawancara bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis.

b. Observasi

Observasi ini merupakan kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya. Dengan demikian, observasi ini adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata dan dibantu oleh panca indra lainnya. Deacon, et.al (dalam Daymon, 2008:324) memperkenalkan observasi sederhana (*simple observation*) dan observasi berperan serta (*participant observation*). Observasi sederhana ini sebagai jenis yang paling banyak digunakan dalam teknik pengumpulan data. Mereka anggap, kira-kira sama dengan “terbang di dinding”, yaitu tidak memiliki hubungan dengan proses-proses mau pun orang-orang yang diamati, yang tidak peduli pada aktivitas anda. Lalu Observasi berperan serta, yaitu ini berarti peneliti turut ambil bagian dalam aktivitas orang-orang yang sedang diamati sampai pada

taraf tertentu. Di sini observasi yang digunakan oleh peneliti adalah observasi sederhana karena peneliti hanya melihat keadaan lingkungan objek penelitian yang sedang diteliti.

c. Studi Pustaka

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data tertulis yang dapat menunjang dalam pembahasan penelitian ini. Data yang diperoleh berupa data sekunder. Seperti kutipan, penggalan-penggalan dari catatan organisasi, *personal document*, dan artikel di internet. Penggunaan dokumen yang paling penting adalah mendukung yang menambah bukti dari sumber-sumber lain.

d. Media Online (Internet)

Perkembangan teknologi kini banyak membantu kegiatan penelitian. Perkembangan teknologi dijadikan sebagai alat untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian. Internet digunakan sebagai salah satu pilihan peneliti untuk sebagai salah satu teknik pengumpulan data. Internet menjelma menjadi ensiklopedia yang memuat berbagai informasi termasuk informasi mengenai penelitian dari berbagai daerah di berbagai penjuru didunia. Penulis menggunakan internet *searching* karena di dalam internet terdapat banyak bahasan dan sumber data yang beragam dan dinamis tentang perkembangan penelitian. Peneliti menggunakan internet sebagai media teknologi informasi yang mendunia untuk mendapatkan informasi terbaru dan informasi yang telah ada sebelumnya.

Dalam penggunaannya, peneliti mencari berbagai data yang berkenaan dengan penelitian seperti buku para ahli dari luar negeri dan lain-lain tanpa ada batasan ruang dan waktu. Teknik pengumpulan data internet searching ini sangat

efektif untuk mendapatkan berbagai informasi yang kemungkinan bentuk fisiknya belum terdapat di dalam masyarakat, sehingga memungkinkan mendapatkan informasi untuk mendapatkan informasi di berbagai tempat. Termasuk mengenai pembahasan penelitian ini yaitu mengenai *rebranding* majalah *Gadget+*.

3.4 Teknik Analisis Data

Data kualitatif yang banyak perlu diperkecil dan dikelompokkan dalam kategori-kategori yang ada, untuk mengelola data yang telah didapatkan perlu adanya analisis data yang tepat. Menurut Nasution (dalam Ardianto, 2010:216) analisis data dalam penelitian kualitatif harus dimulai sejak awal. Data yang diperoleh dalam lapangan harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan dianalisis. Salah satu cara yang dianjurkan yaitu dengan mengikuti langkah-langkah berikut:

a. Mereduksi Data

Data yang diperoleh dalam lapangan ditulis dalam bentuk uraian atau laporan yang perinci. Data yang direduksi akan memberi gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan, juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data bila diperlukan. proses reduksi data dimaksudkan untuk lebih menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang bagian data yang tidak diperlukan, serta mengorganisasi data, sehingga memudahkan untuk dilakukan penarikan kesimpulan.

b. Display Data

Langkah ini berguna agar dapat melihat gambaran keseluruhannya atau bagian tertentu dari penelitian, harus diusahakan membuat berbagai macam matriks, grafik, network, dan charts.

c. Mengambil Kesimpulan dan Verifikasi

Data yang diperoleh sejak awal harus masuk ke dalam tahap kesimpulan. Kesimpulan itu mula-mula masih tentatif, kabur, diragukan. Akan tetapi dengan bertambahnya data kesimpulan tersebut lebih *grounded*. Kesimpulan ini harus masuk ke dalam verifikasi. Verifikasi dapat singkat dengan mencari data baru dapat juga lebih mendalam.

d. Menganalisis Data

Dalam menganalisis data sewaktu pengumpulan data antara lain akan menghasilkan lembar rangkuman dan pembuatan kode pada tingkat rendah, menengah, dan tingkat tinggi (memo).

e. Membuat Lembar Rangkuman

Untuk memperoleh inti data, peneliti dapat bertanya, siapa, peristiwa atau situasi apa, tema atau masalah apa yang dihadapinya dalam lapangan. Dan berkelanjutan.

f. Menggunakan Matriks Dalam Analisis Data

Matriks dapat berguna untuk mengolah data dan menganalisis data yang banyak, yang terdiri dari membentuk matriks, memasukkan data, menganalisis data.

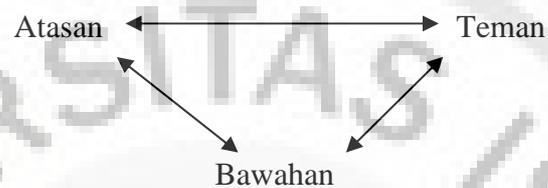
3.5 Uji Keabsahan Data

Keabsahan Data Penelitian kualitatif dengan paradigma alamiahnya yang berbeda dengan paradigma non kualitatif tidak dapat menggunakan kriteria validitas dan reliabilitas. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Lincoln dan Guba (dalam Moleong, 2004:188), bahwa dasar kepercayaan yang berbeda yang mengarah kepada tuntutan pengetahuan (*knowledge*) dan kriteria yang berbeda. Uji keabsahan data atau validitas data dalam pendekatan kualitatif didahului oleh upaya mengungkap *trustworthiness* (kredibilitas) dari para subjek penelitian. menguji kebenaran dan kejujuran subjek penelitian dalam mengungkap realitas. *Trustworthiness* ini diuji dengan pengujian:

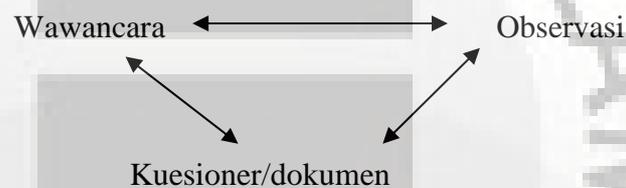
1. *Credibility subject*, yaitu dengan menguji jawaban-jawaban pertanyaan berkaitan dengan pengalaman dan pengetahuan mereka yang khas. Artinya subjek penelitian harus kredibel. Bagi yang tidak mempunyai pengalaman dan pengetahuan mengenai masalah penelitian, data dari subjek tersebut tentu menjadi tidak kredibel.
2. *Authenticity*, yaitu memperluas konstruksi personal yang diungkapkan. Peneliti akan memberi kesempatan dan memfasilitasi pengungkapan konstruksi personal yang lebih detail, sehingga memengaruhi mudahnya pemahaman yang lebih mendalam.

Setelah melakukan *trustworthiness*, peneliti akan melakukan pengujian keabsahan data dengan analisis triangulasi, yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Menurut Wiliam Wiersma (dalam Sugiyono, 2013: 125) Triangulasi

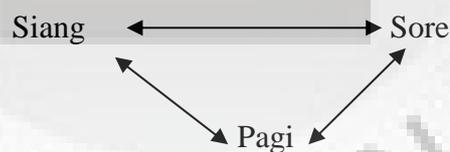
adalah *cross validation* kualitatif, itu menilai kecukupan dari data sesuai untuk konvergensi dari *multiple* sumber data atau *multiple* pendataan prosedur. Bukan hanya itu triangulasi data ini sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Beberapa macam triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.



Gambar 3.8
Triangulasi Sumber Data

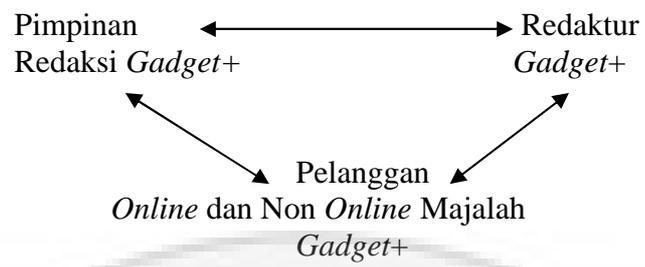


Gambar 3.9
Triangulasi Teknik Pengumpulan Data



Gambar 3.10
Triangulasi Waktu Pengumpulan Data
(Sugiyono, 2013: 127)

Namun, di sini peneliti hanya menggunakan satu triangulasi dalam melakukan penelitian, yaitu triangulasi sumber. Triangulasi sumber ditujukan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2013: 127).



Gambar 3.11
Triangulasi Sumber Data
(Peneliti, 2014)

