

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk hidup memiliki beragam kebutuhan yang harus dipenuhi demi mempertahankan keberlangsungan hidupnya. Kebutuhan-kebutuhan manusia tersebut terbagi menjadi tiga golongan berdasarkan intensitas kepentingannya. Yang paling utama adalah kebutuhan primer, kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang paling mendasar yang harus dipenuhi agar kehidupan seseorang dapat diakui secara layak. Kebutuhan primer ini terdiri dari sandang (pakaian), pangan (makanan) dan papan (tempat tinggal) apabila kebutuhan pokok ini tidak terpenuhi dapat mengganggu keberlangsungan hidup seseorang.

Kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan penunjang yang kepentingannya lebih rendah dari kebutuhan primer, namun apabila kebutuhan sekunder ini bisa terpenuhi maka dapat menambah kebahagiaan seseorang dalam menjalani hidup. Kemudian yang ketiga adalah kebutuhan tersier, biasanya kebutuhan tersier digunakan untuk meningkatkan gengsi atau harga diri seseorang karena biasanya seseorang yang melakukan kegiatan tersier berarti kebutuhan primer dan sekundernya telah terpenuhi dengan baik.

Namun saat ini, seiring dengan perkembangan jaman dan teknologi yang semakin pesat kebutuhan manusia juga turut berubah. Kebutuhan seseorang tidak dapat disamakan antara satu dan lainnya. Salah satu contohnya adalah kebutuhan untuk meningkatkan penampilan dengan melakukan perawatan di klinik kecantikan. Berdasarkan pemaparan diatas, maka tanpa disadari saat ini penampilan telah menjadi salah satu kebutuhan primer yang cukup diminati banyak orang. Pengguna jasa kecantikan saat ini rela mengeluarkan uang yang tidak sedikit untuk mempercantik penampilan, karena kebanyakan wanita telah mengalami ketergantungan dengan produk-produk kosmetik. Melihat peluang yang cukup menjanjikan tersebut tentu ada beberapa orang yang saling berkompetisi menciptakan perusahaan jasa dibidang perawatan kecantikan dan hal ini telah terbukti dengan banyaknya klinik kecantikan yang telah tersebar dikota Yogyakarta, salah satunya Reta Beauty Clinic.

Meskipun bisnis dibidang kecantikan ini cukup menjanjikan, akan tetapi dengan munculnya pemberitaan mengenai virus berbahaya atau yang lebih dikenal dengan sebutan Covid-19 sejak akhir tahun 2019 yang lalu sangat mempengaruhi kegiatan operasional di berbagai bidang tak terkecuali klinik kecantikan. Sebuah klinik kecantikan tentu identik dengan perawatan yang mengutamakan standar kebersihan dan kesehatan. Oleh sebab itu, dengan adanya krisis akibat pemberitaan terkait penularan virus yang berbahaya ini sangat berdampak dengan kepercayaan publik dan mempengaruhi pemasukan perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh para ahli, virus ini terdeteksi muncul pertama kali dari pasar hewan Huanan yang berada di Wuhan, China. Pasar ini terkenal dengan banyaknya pedagang yang menjual berbagai jenis daging hewan yang tidak lazim untuk dikonsumsi, diantaranya seperti hewan kelelawar, katak, ular dan tikus. Dengan kata lain virus ini berasal dari kelelawar dan hewan-hewan tidak lazim lainnya yang dikonsumsi oleh manusia sehingga terjadilah penularan. Penularan virus ini sangatlah cepat diantara manusia yang satu dan lainnya karena jenis gejalanya yang seperti flu pada umumnya dan menyerang saluran pernafasan. Cara penularannya pun sangat mudah terjadi, yakni dari adanya tetesan cairan yang keluar dari mulut dan hidung penderita yang sedang batuk atau bersin. Virus covid-19 hingga saat ini masih terus menyebar dan telah memakan banyak korban.

Seiring dengan pemberitaan penyebaran virus yang semakin mengkhawatirkan, beberapa negara di dunia sudah gencar menerapkan sistem lockdown atau pembatasan. Tujuan dari diterapkannya sistem semacam ini adalah sebagai salah satu upaya untuk melarang warga lain memasuki wilayahnya dikarenakan kondisi yang darurat. Namun sejak awal adanya penemuan kasus positif covid-19 bahkan hingga saat ini, pemerintah Indonesia tetap enggan menerapkan sistem lockdown tersebut. Alasan pemerintah Indonesia tidak mengambil keputusan lockdown seperti yang dilakukan oleh negara lain dikarenakan banyak hal yang harus di pertimbangkan. Salah satu kekhawatiran pemerintah dari dampak diberlakukannya lockdown, yakni mampu menimbulkan krisis baru yakni krisis ekonomi. Apabila perekonomian di Indonesia hancur, maka hal ini dapat semakin memperburuk keadaan.

Meskipun Indonesia tidak memberlakukan sistem lockdown namun saat ini perekonomian di Indonesia tetap mengalami penurunan yang cukup signifikan. Berdasarkan peraturan kementerian Kesehatan RI nomor 9 tahun 2020 tentang pedoman pembatasan social berskala besar dalam rangka percepatan penanganan *corona virus*

disease 2019 (covid-19), menjelaskan adanya pembatasan sejumlah kegiatan atau aktivitas masyarakat diluar rumah yang dianggap dapat memicu timbulnya kerumunan, diantaranya seperti menghentikan kegiatan sekolah dan bekerja namun pelaksanaan kegiatannya dilakukan dari rumah (*Work From Home*), selain itu penggunaan fasilitas umum, sektor pariwisata, moda transportasi, serta kegiatan lainnya juga dihentikan terkecuali untuk kegiatan aspek pelayanan Kesehatan, kedinasan, penyedia bahan pokok, pertahanan dan keamanan negara. Dengan adanya pemberlakuan tersebut, berbagai klinik kecantikan terpaksa menutup usahanya untuk memutus rantai penularan virus Covid-19 sesuai dengan anjuran pemerintah.

Seiring dengan perkembangan pandemi Covid-19 yang tak kunjung usai, pengguna jasa perawatan kecantikan juga semakin berkurang karena lebih sering berada dirumah. Dengan diterapkannya pembatasan di berbagai wilayah di Indonesia, membuat perusahaan dibidang kecantikan kesulitan untuk memperoleh bahan baku dan kemasan dalam proses pembuatan produk. Selain itu, penerapan aturan untuk berdiam diri dirumah tentu bukanlah hal yang dapat dilakukan secara terus menerus karena kebutuhan ekonomi yang harus dipenuhi. Alasan inilah yang membuat pelanggan klinik kecantikan mengesampingkan keperluan merawat kulitnya karena biaya yang biasa digunakan untuk perawatan lebih baik disimpan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dirumah.

Berdasarkan kejadian-kejadian yang terjadi, menunjukkan dampak negatif terhadap perusahaan maupun publik sebagai pengguna jasa klinik kecantikan. Jika peristiwa negatif tersebut semakin berkepanjangan dan tidak segera diatasi, dapat membuat perusahaan mengalami kehancuran. Oleh karena itu, pemerintah menciptakan penerapan aturan baru atau yang lebih dikenal dengan sebutan Era New Normal, yakni aktivitas normal namun beradaptasi dengan perubahan perilaku sesuai protokol Kesehatan untuk meminimalisir penularan virus. Protokol Kesehatan yang harus diterapkan dan dijadikan kebiasaan baru di Era New Normal diantaranya seperti menggunakan masker ketika berada diluar rumah, menjaga jarak (*physical distancing*) dengan orang lain minimal 1 meter, sering mencuci tangan, menjaga kesehatan dan imunitas tubuh. Kebiasaan baru ini harus terus diterapkan hingga ditemukannya vaksin yang mampu mengatasi penularan virus covid-19.

Secara umum krisis yang mempengaruhi kegiatan perusahaan-perusahaan di dunia ataupun di Indonesia adalah krisis-krisis yang bersangkutan dengan kepentingan

publik, baik ekonomi, sosial, ataupun yang berhubungan dengan lingkungan.¹ Pandemi covid-19 termasuk salah satu krisis yang mempengaruhi berbagai aspek dan telah berhasil menyita perhatian masyarakat di seluruh dunia karena menjadi salah satu bentuk krisis yang kehadirannya tidak dapat diprediksi dan dihindari sehingga termasuk kedalam jenis krisis yang disebabkan karena bencana. Krisis dalam Bahasa Cina disebut dengan kata *wei-ji* yang memiliki dua pengertian yakni “bahaya” dan “peluang”. Meskipun krisis lebih menggambarkan keadaan buruk atau pun negative akan tetapi terkadang dengan adanya krisis timbul pemberitaan-pemberitaan di beberapa media yang secara tidak langsung dapat menyita perhatian publik, sehingga perusahaan yang di beritakan juga dapat memperoleh eksistensi dengan sendirinya.

Tentunya banyak perusahaan yang tidak ingin mengalami kesulitan dengan adanya krisis, klinik kecantikan Reta Beauty Clinic yang berada di Yogyakarta termasuk salah satu perusahaan yang meraskan dampak dari adanya krisis yang diakibatkan dari virus covid-19. Dengan diberlakukannya PSBB di kota Yogyakarta, ditambah lagi dengan bentuk kegiatan yang mengharuskan karyawan untuk melakukan interaksi secara langsung dan bersentuhan dengan para pelanggannya membuat perusahaan menghentikan kegiatan treatment. Namun dengan adanya penerapan Era New Normal ini, timbul secercah harapan bagi klinik kecantikan Reta Beauty Clinic, akan tetapi perlu perencanaan yang matang agar kegiatan layanan perawatan, jual beli produk maupun konsultasi dokter dapat berjalan kembali dan aman baik bagi karyawan maupun pelanggan yang ingin melakukan perawatan. Reta Beauty Clinic Yogyakarta yang baru berdiri selama 3 tahun, namun dalam waktu yang terbilang singkat tersebut perusahaan telah mencuri perhatian masyarakat dan mampu bersanding dengan *competitor* lain yang telah lebih dulu menguasai pasar di kota Yogyakarta diantaranya seperti klinik LBC, Larissa, Navagreen dan Natasha. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini karena ingin mengetahui bagaimana cara perusahaan berupaya menangani krisis dan apakah Reta Beauty Clinic Yogyakarta dapat dengan mudah membentuk citra positifnya kembali dengan mudah kali ini.

Seperti yang kita ketahui komunikasi adalah hal yang sangat diperlukan bukan hanya dikehidupan sehari-hari akan tetapi juga di dalam sebuah perusahaan. Pada saat perusahaan mengalami krisis, komunikasi sangat diperlukan agar krisis yang terjadi

¹ Ambadar, Jackie. 2008. *Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

dapat segera teratasi dan tidak menimbulkan reputasi yang semakin memburuk dan menimbulkan kerugian yang semakin besar. Disinilah peran Public Relations (PR) untuk mengambil alih sebagai upaya penanganan dalam manajemen krisis. PR merupakan orang yang memiliki bagian paling besar dalam menghadapi krisis yang berkaitan dengan publik.² Disini PR akan bertindak sebagai komunikator dan mediator untuk membantu pihak manajemen perusahaan dalam upaya penyelesaian krisis yang sedang terjadi. Komunikasi yang dilakukan seorang PR tentu merupakan salah satu bentuk penanganan manajemen krisis dengan menjadi penghubung antara perusahaan dengan masyarakat, karena hampir semua perusahaan tentu pernah mengalami masa krisis sehingga diperlukan adanya kesiapan untuk mengatasi hal tersebut.³

Membentuk citra sebuah perusahaan tentu bukanlah hal yang mudah, public relations berperan untuk membentuk dan mempertahankan reputasi yang baik dari sebuah perusahaan yang dinaunginya. Apabila perusahaan mengalami krisis, maka divisi PR perlu berusaha keras dalam memulihkan kembali citra perusahaan yang sempat terganggu karena sebuah krisis, dengan menghadapi krisis yang terjadi, menentukan penutusan yang dianggap paling tepat untuk menanggapi krisis dan mengamati perkembangan krisis tersebut. Sebagai seorang PR pada saat dihadapkan dengan krisis harus bersikap tenang agar segala solusi yang diambil tepat dan penuh dengan pertimbangan yang matang sebagai hasil akhir yang akan di pilih. Hal ini bertujuan agar reputasi divisi PR juga aman karena mengambil keputusan yang benar.⁴ Karena bagaimanapun juga, krisis akan memberikan dampak pada reputasi sebuah perusahaan. Manajemen krisis yang baik tentu akan memberikan nilai tambah bagi nilai sebuah perusahaan.

Oleh sebab itu, pada penelitian kali ini sebagai penulis saya ingin mengetahui bagaimana cara divisi public relations klinik kecantikan Reta Beauty Clinic berusaha semaksimal mungkin untuk mempertahankan citra serta menstabilkan keadaan perusahaan di tengah krisis yang tidak terduga karena Covid-19 dan di tengah kehidupan dengan tatanan yang baru yakni di Era New Normal seperti saat ini.

² Newsom, Dough. 1996. *This is PR: the realities of public relations (6th editions)*. California: Wadsworth Publishing Company.

³ Jefkins, Frank. 2003. *Humas*. Jakarta: Erlangga

⁴ Ardianto, Elvinaro. 2016. *Handbook of Humas*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, timbul permasalahan yang menarik minat penulis untuk melakukan sebuah penelitian. Adapun rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

Bagaimana Pengelolaan Manajemen Krisis Divisi *Public Relations* di Klinik Kecantikan *Reta Beauty Clinic* Yogyakarta dalam Menghadapi *Era New Normal* dan Mempertahankan Citranya?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian kali ini secara garis besar bertujuan untuk menjelaskan, mengetahui dan menguraikan pengelolaan manajemen krisis yang dilakukan oleh divisi *public relations* di klinik kecantikan *Reta Beauty Clinic* Yogyakarta dalam menghadapi *era new normal* serta mempertahankan citra nya.

1.4 Manfaat Penelitian

Ada pun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a Manfaat Teoritis

- Diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan tentang manajemen krisis divisi public relation terhadap krisis di sebuah perusahaan.
- Dapat dimanfaatkan untuk memperkaya referensi bahan penelitian selanjutnya.
- Menjadi bahan bacaan yang bermanfaat dan dapat meningkatkan pengetahuan bagi para pembaca.

b Manfaat Praktis

- Dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran bagi mahasiswa ilmu komunikasi untuk mempelajari contoh kasus manajemen krisis.
- Sebagai gambaran public relations ketika dihadapkan dengan sebuah krisis.

- Dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan serta masukan yang membangun bagi PR klinik kecantikan Reta Beauty Clinic maupun perusahaan lain dalam menangani krisis

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Metode Penelitian

Jenis penelitian kali ini berbentuk deskriptif kualitatif yang bersifat studi kasus karena menurut Jhon W. Creswell studi kasus merupakan sebuah strategi penelitian yang dalam prosesnya diteliti secara cermat mengenai suatu peristiwa, aktivitas, program, proses atau sekelompok individu. Selain itu, alasan penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif dikarenakan ingin mengimplementasikan data-data yang diperoleh dengan lebih mendalam agar para pembaca dapat lebih mudah memahami permasalahan yang sedang terjadi.

Dari adanya penelitian ini, penulis dapat menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis dari obyek yang sedang diteliti, lisan yang disampaikan orang-orang melalui proses wawancara dan perilaku yang teramati.⁵ Jadi, peneliti melakukan studi mengenai suatu fenomena atau permasalahan yang telah benar-benar terjadi pada saat ini dan mendeskripsikan objek yang menjadi sumber dari penelitian ini dengan cara mengumpulkan informasi yang diperoleh, kemudian menganalisa dan menyusunnya kedalam bentuk laporan yang sistematis.

1.5.2 Rencana Pelaksanaan

a. Tempat

Tempat penelitian yang penulis teliti ini berlokasi di klinik kecantikan Reta Beauty Clinic Yogyakarta yang beralamat di Jalan Kaliurang km.7, Kayen, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55581. Alasan penulis memilih Reta Beauty Clinic sebagai tempat penelitian selain karena penulis tertarik dengan lokasi ini juga dikarenakan lokasi ini

⁵ Moleong, Lexy. (2002). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

sesuai dengan permasalahan yang ingin penulis angkat sebagai bahan penelitian.

1.5.3 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan cara pandang atau keyakinan peneliti terhadap fokus permasalahan yang sedang dikaji.⁶ Pada penelitian kali ini penulis akan menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis adalah sebuah upaya yang digunakan untuk memberikan pemahaman atau penjelasan tentang tindakan sosial yang bermakna.⁷

Dalam penelitian ini peneliti akan berhubungan secara langsung dengan narasumber yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti agar dapat mengetahui usaha yang dilakukan oleh divisi public relations di klinik kecantikan Reta Beauty Clinic Yogyakarta dalam menghadapi krisis yang di hadapi.

1.5.4 Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subyek atau narasumber yang memberikan informasi, diantaranya adalah Publik Relations (PR) di klinik kecantikan Reta Beauty Clinic Yogyakarta, karyawan (*beautician*) yang berhubungan secara langsung dengan pelanggan dan seorang wanita yang merupakan salah satu konsumen aktif di klinik kecantikan Reta Beauty Clinic yang juga menjadi masyarakat yang berdomisili asli di daerah Yogyakarta.

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian dalam penelitian adalah manajemen krisis divisi Public Relations di klinik kecantikan Reta Beauty Clinic Yogyakarta.

⁶ Kuhn, Thomas S. 2002. *Peran Paradigma Dalam Revolusi Sains*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

⁷ Neuman, W. Lawrence. 2015. *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta. PT Indeks. hal:115

1.5.5 Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang penulis gunakan adalah data yang didapatkan dengan teknik wawancara mendalam (*in depth interview*) ke beberapa responden yang sangat kompeten dalam memberikan informasi terkait tema penelitian kali ini. Melalui pendekatan kualitatif dengan dilengkapi metode pengumpulan data yang mendalam (*in depth interview*) untuk memberikan penjelasan terkait suatu fenomena yang terjadi, penulis akan terjun secara langsung ke lokasi agar dapat memperoleh data yang valid sesuai dengan apa yang sedang terjadi. Peneliti akan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data melalui proses tanya jawab dengan maksud tertentu, dimana dalam proses kegiatannya dilakukan antara dua pihak yakni antara pewawancara (interviewer) seseorang yang mengajukan pertanyaan dengan responden (narasumber) yang memberikan jawaban berupa informasi yang diperlukan atas pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara.⁸ Proses wawancara ini dilakukan secara mendalam dan sistematis bersama narasumber yang kompeten dengan topik permasalahan yang penulis angkat. Proses wawancara ini dilakukan secara langsung (*face to face*) bersama para narasumber agar penulis mampu menjalin hubungan yang baik serta mampu memperoleh satu pemahaman yang sama.

b. Observasi

Metode observasi merupakan proses pengamatan secara mendalam terkait pelaksanaan kegiatan manajemen krisis sebagai upaya untuk mengembalikan citra perusahaan. Observasi ini penulis lakukan secara langsung dengan mendatangi objek tempat berlangsungnya kegiatan yakni di klinik kecantikan Reta Beauty Clinic. Melalui observasi secara langsung ini mampu mempermudah penulis dalam proses memperoleh data karena dapat melihat secara langsung keadaan objek yang sedang diteliti.

⁸ Lexy. J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 135.

c. Dokumentasi

Selain metode yang telah penulis paparkan diatas, penulis akan menganalisa informasi yang telah diperoleh dengan membandingkan dengan dokumen terdahulu dan menuliskannya kedalam sebuah bentuk laporan yang sistematis. Selain itu penulis juga akan melengkapi proses pengamatan ini dengan melakukan metode dokumentasi. Metode dokumentasi ini akan penulis lampirkan sebagai bukti nyata bahwa penulis telah melaksanakan kegiatan penelitian. Diantaranya foto-foto dalam kegiatan wawancara bersama narasumber, objek penelitian dan dokumen-dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini.

d. Studi Pustaka

Merupakan informasi tambahan yang berhasil penulis dapatkan sebagai salah satu sumber referensi dalam proses penyusunan laporan ini yang sesuai dengan topik permasalahan yang sedang dikaji. Melalui sumber-sumber tertulis yang telah penulis baca dan pelajari diantaranya buku, jurnal, studi kepustakaan, literatur, dokumen dan penelitian terdahulu yang membahas tentang fenomena yang sesuai dengan permasalahan yang sedang penulis angkat saat ini dan berkaitan dengan manajemen krisis yang dilakukan oleh klinik kecantikan Reta Beauty Clinic untuk memperbaiki citra perusahaannya serta memperoleh kepercayaan publik kembali.

1.5.6 Teknik Analisis Data

Pada penelitian kali ini penulis menggunakan teknik analisis data dengan mengolah data-data dan informasi yang telah di peroleh dalam proses pengumpulan data yang telah dipaparkan diatas. Dengan mengorganisasikan data serta melakukan seleksi antara yang paling penting dan yang dapat dipelajari kemudian menciptakan kesimpulan yang dapat dengan mudah dipahami.⁹ Hal ini dilakukan agar dapat menjawab permasalahan yang sedang

⁹ Sugiyono (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

diteliti sehingga menghasilkan pemaparan yang menyeluruh terkait manajemen krisis. Selain itu, sebagai salah satu langkah melakukan uji teori yang telah ada selama ini.¹⁰

Teknik analisis data yang penulis gunakan ini dengan cara mengelola data kualitatif yang ada menggunakan metode induktif, yang kemudian penulis kembangkan agar terbentuk suatu pola yang saling berkaitan atau menjadi sebuah hipotesis. Secara prakteknya cara ini dilakukan untuk menggabungkan beberapa pendapat agar terbentuk sebuah kesimpulan. Teknik ini merupakan kutipan dari buku *Qualitative Data Analisis* karya dari Miles & Huberman yang terbagi menjadi tiga tahapan kegiatan sebagai berikut ini:¹¹

a. Reduksi data

Pada tahapan ini merupakan tahap penyederhanaan, dimana penulis akan menyeleksi data-data yang penting dan memfokuskannya agar sesuai dengan penelitian ini. Proses ini dilakukan agar dapat mengetahui pola yang terbentuk kemudian dapat memudahkan penulis dalam melakukan penarikan kesimpulan.

b. Penyajian data

Dalam tahapan kedua ini biasanya berbentuk naratif sebagai hasil dari tahapan sebelumnya yang telah dianalisa, yang kemudian disusun menjadi sebuah laporan yang sistematis agar lebih mudah dipahami.

c. Penarikan kesimpulan

Dalam proses analisis data, penarikan kesimpulan adalah tahap terakhir yang perlu dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan data-data yang telah diperoleh akan dilakukan penarikan kesimpulan yang sesuai dengan fokus penelitian sebagai jawaban dari rumusan masalah yang terjadi

1.5.7 Validitas Data

Tahap validitas data ini merupakan salah satu upaya yang penulis lakukan untuk membuktikan valid atau tidaknya penelitian yang sedang dilakukan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang di kemukakan oleh

¹⁰ Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

¹¹ Sugiyono (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. hal.204

Bungin (2008:256) dimana uji keabsahan sebuah penelitian merupakan hal yang penting untuk dilakukan, dan salah satu cara untuk menguji keaslian tersebut dengan menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk memeriksa keabsahan data dengan memanfaatkan hal lain yang berasal dari luar data yang sedang diteliti, hal ini nantinya akan dipergunakan sebagai perbandingan atau keperluan pengecekan.

Menurut Dwidjowinoto (2001:9) teknik triangulasi dapat terbagi menjadi beberapa macam, diantaranya:

a. Triangulasi Sumber (Data)

Dengan melakukan perbandingan atau mengecek kembali derajat kepercayaan terhadap suatu informasi yang berasal dari sumber yang berbeda.

b. Triangulasi Waktu

Berhubungan dengan adanya perubahan terhadap perilaku seseorang atau perubahan suatu proses tertentu, karena dengan berjalannya waktu manusia juga dapat mengalami perubahan.

c. Triangulasi Teori

Menggunakan dua teori atau lebih yang telah ada sebelumnya, kemudian dimanfaatkan untuk memadupadankan teori tersebut atau sebaliknya dijadikan sebagai pembeda. Dalam hal ini memerlukan adanya rancangan riset, pengumpulan data serta analisis data agar akhir yang dihasilkan komperhensif.

d. Triangulasi Periset

Diperlukan lebih dari satu periset ketika mengadakan proses wawancara atau observasi. Hal ini dikarenakan masing-masing periset tentu memiliki gaya, sikap serta persepsi yang tidak sama antara satu sama lainnya dalam mengamati sebuah fenomena.

Pada penelitian kali ini, penulis memilih untuk menggunakan teknik triangulasi sumber (data) dalam proses validitas data. Dengan membandingkan data yang telah penulis peroleh melalui sumber lain diantaranya melalui media massa serta dokumen yang diperoleh melalui observasi dan hasil wawancara dengan sumber yang berasal dari manajemen perusahaan klinik kecantikan Reta

Beauty Clinic. Data yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya karena bukan hanya berasal dari satu sumber saja, melainkan melalui proses pengolahan data yang berasal dari berbagai sumber yang berbeda.