

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana penelitiannya dilakukan pada kondisi dan objek yang alamiah (*natural setting*) dimana peneliti berperan sebagai instrumen kunci. Obyek yang alamiah adalah obyek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada obyek tersebut. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna (Sugiyono, 2013, hlm. 8-9).

Penelitian ini menggunakan strategi studi kasus (*case study*). Menurut Bungin (2007, hlm.132) mendefinisikan studi kasus sebagai studi yang mendalam pada satu kelompok orang atau peristiwa. Teknik ini berupa sebuah deskripsi terhadap individu. Ada tiga langkah dasar dalam menggunakan studi kasus yaitu : pengumpulan data, analisis dan menulis. Creswell dalam Gunawan (2013, hlm.114) menyebutkan studi kasus adalah penelitian yang dilakukan terhadap suatu objek, yang disebut sebagai kasus, yang dilakukan secara seutuhnya, menyeluruh dan mendalam dengan menggunakan berbagai macam sumber data.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus karena ingin mengetahui secara mendetail, memberikan gambaran secara lengkap dan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana strategi hubungan media dalam meningkatkan reputasi perusahaan, khususnya di humas PT. KAI. Proses penelitian ini melibatkan upaya-upaya penting seperti pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan informan, studi dokumentasi dan observasi partisipan.

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

3.2.1 Partisipan Penelitian

Agar penelitian terarah dan dilakukan secara mendalam, maka diperlukan partisipan penelitian. Partisipan atau subjek penelitian ini sebagai pemberi informasi mengenai data yang diperlukan. Sugiyono (2013, hlm. 390) mengemukakan bahwa subjek penelitian adalah sumber yang dapat memberikan informasi bertalian dengan tujuan yang ingin dicapai. Sugiyono (2013, hlm. 393) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat subjektif karena peneliti dapat menentukan atau memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan. Partisipan yang berperan sebagai informan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan *purposive sample* (sampel berdasarkan tujuan).

Purposive sample adalah penarikan sampel berdasarkan kriteria dan tujuan penelitian (Daymon & Holloway, 2011, hlm. 219). Metode purposif tidak mementingkan ukuran jumlah informan yang representatif (populasi) untuk diwawancarai karena penelitian kualitatif tidak bisa digeneralisasikan. Pemilihan informan dengan metode purposif berarti mencari informan yang dapat memberikan informasi sebanyak banyaknya pada hal yang berkaitan dengan permasalahan penelitian dan tujuan penelitian.

Berdasarkan kriteria di atas, maka informan yang mungkin dalam penelitian ini adalah jurnalis sebagai subjek penelitian atau informan utama, serta informan pendukung yang terdiri dari Divisi Humas PT KAI dan Divisi Operasioanal PT. KAI. Informan untuk penelitian ini ditentukan berdasarkan kekayaan pengetahuan dan informasi yang dimiliki mengenai topik yang diteliti. Informan yang ditentukan dapat memberikan informasi berupa data yang dapat menjawab rumusan

masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Berikut tabel matriks informan penelitian.

Tabel 3.1. Matriks Informan Penelitian

No.	Informan	Tujuan
1	Jurnalis Media	Pikiran Rakyat dan Tribun Jawa Barat
2	Pimpinan Humas	<i>Vice President Public Relations</i>
3	Manajer hubungan media	<i>Manager Eksternal</i>
4	Staf hubungan media	<i>Assistant Manager Eksternal</i>
5	Pimpinan Operasional	<i>Junior Manager Operation Control</i>

3.2.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah PT. KAI sebagai BUMN yang memiliki fokus bisnis di bidang pelayanan jasa transportasi perkeretaapian dengan andalannya yaitu bisnis kereta api penumpang dan kereta api barang. Pemilihan PT. KAI dilatarbelakangi karena dalam lima tahun kebelakang humas PT. KAI sukses dalam transformasi bisnisnya dalam upaya memperbaiki citra perusahaan di mata publik. Hal ini tergambar pada pemberitaan di media pada semester pertama tahun 2015 PT. KAI mendapatkan 71% pemberitaan positif, 28% pemberitaan netral dan hanya 1% pemberitaan negatif. Selain itu selama semester pertama di tahun 2016 PT. KAI telah mendapatkan empat penghargaan yang berasal dari organisasi media, berdasarkan alasan tersebut menarik untuk mengkaji bagaimana strategi hubungan media pada humas PT. KAI.

3.3 Pengumpulan Data

3.3.1 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri sehingga peneliti harus divalidasi. Validasi terhadap peneliti meliputi; pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki objek penelitian, baik secara akademik maupun logiknya (Sugiyono, 2013, hlm. 305).

Peneliti kualitatif sebagai *human instrument* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono, 2013, hlm. 306).

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

3.3.2.1 Data Primer

1. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Wawancara mendalam adalah teknik mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang) secara intensif (Ardianto, 2011, hlm. 178). Penelitian ini melakukan wawancara kepada jurnalis media sebagai informan utama. Pimpinan humas, manajer hubungan media, staf hubungan media dan direksi operasional sebagai informan pendukung.

2. Observasi Partisipatif

Observasi merupakan kegiatan lapangan yang setiap saat dilakukan, dengan kelengkapan panca indra yang dimiliki dalam rangka untuk memahami lingkungan. Observasi partisipasi adalah teknik pengumpulan data, dimana peneliti lebih memungkinkan mengamati kondisi objek dalam situasi riil tanpa dikontrol atau diatur secara sistematis (Ardianto, 2011, hlm. 180). Penelitian ini melakukan observasi partisipatif selama tiga bulan melalui program magang.

3. Studi Dokumentasi

Henry Gunawan, 2016

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENINGKATKAN REPUTASI PERUSAHAAN

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

Studi dokumentasi merupakan data yang terdiri dari kata-kata dan gambar secara tertulis, dicetak, visual, multi-media dan bentuk digital (Daymon dan Hollowey, 2011, hlm. 277). Dokumen yang dimaksud merupakan dokumen komunikasi sosial yang diciptakan oleh individu atau organisasi untuk konsumsi pribadi atau umum seperti *press release*, laporan kegiatan yang pernah dilakukan objek penelitian, kliping media, dan lainnya. Sebagai sumber data, mereka juga menggambarkan proses bagaimana individu dan organisasi mempublikasikan dan membenarkan diri yang dianggap penting.

3.3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah studi literatur berupa jurnal, buku, dan laporan penelitian sebelumnya yang menjadi informasi yang mendukung data primer. Data dari studi literatur adalah data awal yang diperoleh dalam penelitian yang dapat menuntun peneliti saat penelitian di lapangan mengumpulkan data primer melalui wawancara mendalam.

3.3.3 Uji Keabsahan Data

Penelitian ini diperlukan adanya pengukuran dan pengamatan terhadap objek dari berbagai perspektif. Pengukuran ini digunakan agar diperoleh hasil yang benar dan tepat. Hal ini dikenal dengan istilah triangulasi (Neuman, 2014:166). Penelitian sosial dibangun berdasarkan prinsip bahwa dengan mengamati lebih dari berbagai perspektif lebih baik dari belajar dengan melihat dari hanya satu perspektif.

Salah satu teknik menguji keabsahan data dan menguji kredibilitas adalah model triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.

(Sugiyono, 2013, hlm.273-274). Penelitian ini menggunakan triangulasi data dan triangulasi teknik, dimana terdapat beberapa sumber data yang digunakan untuk meneliti masalah penelitian. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber untuk selanjutnya dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama dan yang berbeda, mana yang spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data tersebut. Dalam penelitian ini, penulis melakukan triangulasi sumber yakni kepada jurnalis media sebagai informan utama. Pimpinan humas, manajer hubungan media, staf hubungan media dan pihak operasional sebagai informan pendukung.

Triangulasi teknik menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Bila dengan tiga teknik tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara, sumber literatur dari buku atau jurnal, hasil observasi dan studi dokumentasi. Wawancara memberikan informasi langsung mengenai topik yang diteliti dari informan. Sumber literatur dari buku dan jurnal memberikan gambaran serta informasi mengenai konsep yang akan digunakan di dalam penelitian. Hasil studi dokumentasi adalah data-data berupa kliping media, *press release*, produk humas yang dikeluarkan PT. KAI dan laporan mengenai kegiatan yang dilakukan oleh humas PT. KAI.

3.3.4 Membercheck

Membercheck adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan *membercheck* adalah untuk

Henry Gunawan, 2016

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENINGKATKAN REPUTASI PERUSAHAAN

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

mengetahui sejauh mana data atau informasi yang diperoleh dapat sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh informan. Apabila data yang ditemukan disepakati, maka data tersebut sudah valid, tetapi apabila data yang ditemukan peneliti dengan berbagai penafsirannya tidak disepakati, maka peneliti perlu melakukan diskusi dengan pemberi data, dan apabila perbedaannya tajam, maka peneliti harus merubah temuannya, dan harus menyesuaikan dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.

Membercheck dapat dilakukan setelah satu periode pengumpulan data selesai, atau setelah mendapat kesimpulan. Caranya dapat dilakukan secara individual, dengan cara peneliti datang ke pemberi data, atau melalui forum diskusi kelompok. Setelah data disepakati bersama, maka pemberi data diminta untuk menandatangani agar data lebih otentik sekaligus sebagai bukti bahwa peneliti telah melakukan *membercheck* (Sugiyono, 2013, hlm.276).

3.4 Analisis Data

3.4.1 Tahapan Analisis Data

Tahapan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menurut Daymon & Holloway (2011, hlm. 305-318), adalah sebagai berikut.

1. Reduksi Data

Tahapan ini merupakan kegiatan mendengarkan rekaman audio hasil wawancara mendalam dari informan penelitian. Data kemudian dituangkan dalam transkrip penelitian setiap hasil wawancara dan catatan lapangan. Tuangkan setiap perkataan informan persis seperti yang diucapkan daripada memparafrase atau meringkas, karena sering kali istilah yang digunakan lebih dimengerti informan.

2. Pengorganisasian Data

Pengorganisasian data penting dilakukan untuk memeriksa bahwa data penelitian telah tercatat dan diberi label secara sistematis. Hal ini dapat membantu peneliti untuk menyimpan data agar tetap utuh, lengkap, dan terorganisir.

3. Coding dan Kategorisasi

Coding adalah proses sentral dan penting dalam analisis kualitatif, dimana peneliti dapat membuat pilihan tentang kata-kata apa yang akan digunakan untuk label atau tema yang dilihat berulang kali dalam data penelitian.

4. Interpretasi Data

Menafsirkan adalah proses analitis yang mendeskripsikan arti data, menjelaskan kepada orang lain, apa data penelitian memiliki arti untuk membantu memahami temuan di lapangan.

5. Evaluasi Interpretasi Data

Analisis kualitatif harus memberikan makna, berguna dan kredibel. Jika kesimpulan berhubungan langsung dengan pertanyaan, analisis akan bermakna. Jika interpretasi data yang dimengerti oleh pembaca dan disampaikan dengan jelas, analisis data tersebut berguna.

3.4.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *illustrative method* (metode ilustrasi). Metode ilustrasi adalah sebuah metode analisis data kualitatif yang mengambil konsep teori dan diimplementasikan ke dalam situasi empiris untuk menyusun data berdasarkan teori (Neuman, 2014, hlm. 489).

Terdapat istilah dalam metode ilustratif yang dikenal dengan *empty-box* atau kotak kosong yang diisi dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Isi dari kotak kosong tersebut bisa saja merupakan sesuatu yang menerima atau menolak konsep teori yang digunakan. Peneliti akan menggunakan metode ilustratif untuk menunjukkan konsep teori menjelaskan suatu kasus spesifik atau situasi tunggal. Melalui

penelitian ini, kotak kosong tersebut akan diisi dengan hasil yang dapat memberikan gambaran bagaimana strategi hubungan media dalam meningkatkan reputasi perusahaan, khususnya di PT. KAI.

3.5 Panduan Instrumen Pertanyaan Penelitian

Tabel 3.2. Matriks Instrumen Pertanyaan Penelitian

Kategorisasi	Kata Kunci	Pertanyaan	Hasil Yang Diharapkan
Isu di Media Massa	Identifikasi Isu Media Massa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja isu tentang PT KAI yang dianggap penting oleh media? 2. Mengapa isu tersebut dianggap penting? 3. Siapa yang target isu tersebut? 4. Bagaimana humas memetakan isu di media? 	Menjelaskan isu apa saja yang terkait PT. KAI, bagaimana isu tersebut muncul dan keterlibatan humas dalam menanggapi isu
Manajemen Krisis	Penanganan Krisis di Media	<ol style="list-style-type: none"> 5. Apakah humas pernah mengalami pemberitaan terkait krisis di media? 6. Mengapa krisis tersebut bisa terjadi? 7. Bagaimana humas menyelesaikan krisis tersebut? 8. Siapa saja yang terlibat dalam manajemen krisis? 	Menjelaskan krisis yang pernah dialami oleh PT. KAI, mengapa krisis tersebut bisa terjadi dan bagaimana keterlibatan humas dalam menyelesaikan krisis tersebut.
Program Hubungan Media	Program atau Kegiatan atau Teknik Hubungan Media	<ol style="list-style-type: none"> 9. Apa saja program hubungan media yang dilakukan humas? 10. Siapa yang bertanggungjawab atas program hubungan media? 11. Mengapa program tersebut penting untuk dilakukan? 12. Bagaimana humas menjalankan program? 	Menjelaskan apa saja program hubungan media yang dilakukan oleh humas PT. KAI, seberapa seringkah program tersebut dilaksanakan dan bagaimana kualitas program tersebut.
Klasifikasi Media Massa	Kategorisasi atau Segmentasi	<ol style="list-style-type: none"> 13. Apa saja media massa yang dianggap penting oleh humas? 14. Mengapa media massa tersebut dianggap penting? 15. Bagaimana humas 	Menjelaskan bagaimana PT. KAI melakukan pemetaan media baik nasional ataupun media regional.

Henry Gunawan, 2016

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENINGKATKAN REPUTASI PERUSAHAAN

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

		mengklasifikasi media massa tersebut?	
Kebijakan Perusahaan	Kebijakan Persusahaan dalam Hubungan Media	<p>16. Apa saja kebijakan perusahaan dalam menjalankan hubungan media?</p> <p>17. Mengapa kebijakan tersebut dianggap penting untuk dilakukan?</p> <p>18. Siapa yang terlibat atau bertanggungjawab dalam pengambilan keputusan tersebut?</p> <p>19. Bagaimana keterlibatan humas dalam pengambilan kebijakan tersebut?</p>	Menjelaskan apa saja kebijakan PT. KAI terkait hubungannya dengan media massa
Kualitas Hubungan Media	Visibilitas Media	<p>20. Siapa diantara direksi yang mempunyai visibilitas tinggi di media?</p> <p>21. Mengapa direksi tersebut mempunyai visibilitas yang tinggi?</p> <p>22. Siapa diantara anak perusahaan yang mempunyai visibilitas tinggi di media?</p> <p>23. Mengapa anak perusahaan tersebut mempunyai visibilitas yang tinggi?</p> <p>24. Bagaimana visibilitas perusahaan dalam media?</p>	Menjelaskan bagaimana dan sejauh mana kualitas hubungan media antara humas dan jurnalis
	Konten Berita	<p>25. Apa saja konten pemberitaan PT. KAI di media?</p> <p>26. Mengapa konten tersebut dianggap penting?</p> <p>27. Siapa yang bertanggungjawab atas pemilihan konten?</p>	
	Kutipan Narasumber	<p>28. Siapa yang biasa menjadi narasumber dalam pemberitaan PT. KAI?</p> <p>29. Mengapa narasumber tersebut dianggap penting sebagai sumber informasi?</p>	

		30. Bagaimana keterlibatan humas dalam pemilihan narasumber tersebut?	
	Citra Perusahaan	31. Bagaimana sikap humas terhadap media? 32. Bagaimana kualitas hubungan antara humas dengan media? 33. Bagaimana direksi terhadap media? 34. Bagaimana kualitas hubungan antara humas 35. Bagaimana kualitas program hubungan media PT. KAI?	