

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana *Corporate Social Responsibility* berperan dalam strategi *public affairs* dengan melibatkan masyarakat lokal dalam konteks hubungan dengan pemerintah setempat (*government relations*). Dengan mengkaji secara mendalam kasus yang terjadi di masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Menurut Mulyana (2013, hlm. 201) studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial.

Studi kasus menurut Ardiantio (2012, hlm. 64) merupakan pendekatan dalam penelitian yang menelaah kasus secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif. Penelitian pada suatu kasus bisa menghasilkan pernyataan-pernyataan yang bersifat eksplanasi atau penjelasan secara terperinci. Akan tetapi eksplanasi tersebut tidak dapat diangkat menjadi generalisasi. Sebuah penelitian studi kasus (*case study*) memberikan deskripsi tentang individu. Individu yang dimaksud biasanya orang tetapi bisa juga sebuah perusahaan atau lembaga lainnya. Sebuah studi observasi terhadap lingkungan sekitar juga bisa disebut dengan studi kasus. Suatu lembaga atau sejumlah lembaga dianalisis secara mendalam melalui metode studi kasus. Metode penelitian studi kasus dipilih dalam penelitian ini karena sangat cocok untuk mendeskripsikan strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam berhubungan dengan lingkungan publiknya.

3.1.2 Pendekatan Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif di mana untuk mengetahui dan mengamati suatu hal, oleh karena itu peneliti memutuskan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif guna mengetahui dan mengamati secara lebih dalam mengenai permasalahan yang ingin diteliti. Menurut David (dalam Moleong, 2007, hlm. 5) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah.

Pengamatan secara mendalam terhadap permasalahan yang diteliti, tentu akan lebih efektif dalam membedah suatu permasalahan dengan berinteraksi langsung dengan subjek yang akan diteliti dan informasi yang didapatkan akan lebih akurat dengan keterangan yang mendalam. Sebagaimana diungkapkan oleh Ardianto (2012, hlm. 58) dalam penelitian dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti itu sendiri yang menjadi instrumen kuncinya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipasi, di mana peneliti tersebut terjun secara langsung berinteraksi dengan subjek penelitian dan sumber informasi penelitian.

Penelitian kualitatif berangkat dari ilmu-ilmu perilaku dan ilmu-ilmu sosial. Esensi dari penelitian kualitatif adalah sebagai sebuah metode pemahaman atas keunikan, dinamika, dan hakikat holistik dari kehadiran manusia dan interaksinya dengan lingkungan. Oleh, karena itu pendekatan penelitian kualitatif sangatlah cocok digunakan dalam penelitian ini guna membedah secara mendalam permasalahan yang akan diteliti.

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

3.2.1 Partisipan Penelitian

Partisipan dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian, yaitu subjek penelitian dan juga informan penelitian. Penentuan subjek penelitian berdasarkan permasalahan yang telah diungkapkan oleh peneliti, yaitu program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diberikan oleh PT Timah (Persero) Tbk, dalam proses untuk membantu dalam berhubungan

dengan pemerintah dan masyarakat lokal. Masyarakat lokal yang dimaksudkan oleh peneliti adalah masyarakat yang menerima bantuan CSR perusahaan.

Informan dalam penelitian adalah orang yang dapat memberikan data terkait dengan penelitian. Penentuan informan berdasarkan profesi dan posisinya di perusahaan, karena yang akan menjadi informan dari penelitian adalah Bidang Hubungan Masyarakat PT Timah (Persero) Tbk dan Bidang *Corporate Social Responsibility*. Serta beberapa *stakeholder* perusahaan yang akan menjadi informan pendukung dalam penelitian ini.

Berdasarkan kriteria di atas, maka informan yang mungkin dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Informan Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Keterangan
1	Anggi Budiman Siahann	L	40 thn	Kepala Bidang Humas PT Timah (Persero) Tbk
2	Ali Samsuri	L	46 thn	Kepala Bidang CSR dan PKBL PT Timah (Persero) Tbk
3	Ridwan	L	43 thn	Ketua Himpunan Nelayan Seluruh Indonesia Bangka
4	Boy Yandra	L	52 thn	Kepala Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Bangka
5	Drs. Saidi KM	L	55 thn	Anggota Komisi III DPRD Provinsi Bangka Belitung
6	Riansyah	L	48 thn	Kepala Bidang Pertambangan Logam Dinas Pertambangan dan Energi Provinsi Bangka Belitung
7	Nurhayati	P	44 thn	Wartawan Media Bangka Pos
8	Muhammad Arif	L	57 thn	Masyarakat Penerima

				Bantuan CSR
--	--	--	--	-------------

3.2.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pusat PT Timah (Persero) Tbk, Pangkalpinang, serta daerah dekat operasional perusahaan. Peneliti mengambil lokasi tersebut dengan pertimbangan lokasi tersebut adalah lokasi di mana terdapat banyak sekali kegiatan perusahaan ekstraktif timah di sekitarnya sehingga berhubungan langsung dengan kegiatan keseharian masyarakat lokal. Waktu penelitian akan dilakukan pada bulan Juni hingga Juli selama satu bulan.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah bagaimana program CSR PT Timah (Persero) Tbk, dalam hal membangun hubungan dengan pemerintah daerah melalui strategi *public affairs* perusahaan.

3.4 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2013, hlm. 222) yang menjadi instrumen penelitian adalah peneliti itu sendiri. Peneliti sebagai human instrumen berfungsi untuk menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai narasumber, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya. Adapun instrumen pembantu lainnya, adalah sebagai berikut:

1) Lembar Wawancara

Lembar wawancara dibuat untuk membantu peneliti pada saat proses tanya jawab berlangsung, agar pertanyaan menjadi terarah dan juga menjadi batasan agar tidak muncul pertanyaan yang keluar dari fokus penelitian.

2) Lembar Observasi

Lembar observasi digunakan untuk mencatat poin-poin penting yang disampaikan oleh narasumber.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi. Metode tersebut masing-masing dapat dijelaskan demikian:

1) Observasi

Beberapa yang dapat diperoleh dari observasi adalah tempat, pelaku, kegiatan, kejadian atau peristiwa, waktu dan perasaan. Dilakukannya observasi ialah berguna untuk menyajikan gambaran yang realistis perilaku atau kejadian untuk menjawab pertanyaan, dan membantu mengerti perilaku informan. Dan juga untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu dan melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.

2) Wawancara

Wawancara yang digunakan dalam metode penelitian studi kasus menggunakan wawancara semi berstruktur yang berusaha seminimal mungkin mempengaruhi dan mengarahkan informan ini dalam menjawab. Dengan menggunakan wawancara yang seperti ini diharapkan peneliti mampu menangkap pengalaman dan pengetahuan informan secara lebih utuh dibandingkan dengan menggunakan wawancara yang sifatnya lebih formal atau kaku. Dengan begitu informan juga akan lebih bebas dalam mengekspresikan pengalamannya atau pengetahuannya.

3) Dokumentasi

Dokumentasi disini merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mencatat kejadian yang ada dilapangan dengan memanfaatkan data sekunder yang ada. Data atau dokumentasi tersebut sebagai tambahan atau pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumen tersebut bisa berbentuk catatan harian, dokumen berbentuk gambar.

3.6 Teknik Penganalisisan Data

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, maka diperlukan teknik langkah-langkah untuk menganalisa data-data yang telah diperoleh. Teknik analisa data adalah suatu kegiatan yang

mengacu pada penelaahan atau pengujian yang sistematis mengenai suatu hal dalam rangka mengetahui bagian-bagian, hubungan di antara bagian, dan hubungan antara bagian dan keseluruhan.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2013, hlm. 91) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis data adalah sebagai berikut :

1) Pengumpulan data

Pengumpulan data adalah langkah untuk mengumpulkan berbagai data yang diperlukan dalam penelitian langkah ini dilakukan sesuai dengan teknik pengumpulan data penelitian yang dilakukan. Teknik yang dilakukan adalah wawancara, pengamatan, studi kepustakaan dan penelusuran *online*. Semua teknik itu peneliti lakukan untuk menyelesaikan penelitian ini.

2) Reduksi Data atau Klasifikasi Data

Reduksi data atau klasifikasi data adalah proses penelitian, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data kasar dari catatan tertulis lapangan penelitian, membuat ringkasan, penggolongan kategori jawaban dan kualifikasi jawaban informan penelitian kembali catatan yang telah diperoleh setelah mengumpulkan data. Peneliti mereduksi data setelah melakukan pengumpulan data, hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti selama di lapangan. Sehingga hal ini memudahkan peneliti untuk melanjutkan analisa data pada tahap berikutnya.

3) Penyajian Data atau Analisis Data

Penyajian data atau analisis data yakni penyusunan penyajian kategori jawaban informan dalam tabel/ tabulasi serta gambar/ kecenderungan

dari informan disertai analisis awal terhadap berbagai temuan data di lapangan sebagai proses awal dalam pengolahan data. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami.

4) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan yaitu dilakukannya pembahasan yang berdasarkan pada rujukan berbagai teori yang digunakan di mana di dalamnya ditentukan suatu kepastian mengenai aspek teori dan kesesuaian/ketidaksesuaian dengan fakta hasil penelitian di lapangan di mana peneliti juga membuat suatu analisis serta membuat tafsiran atas tampilan data sesuai dengan permasalahan penelitian serta memberikan verifikasi teoritis temuan penelitian.

3.7 Teknik Pengujian Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan uji kredibilitas atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2013, hlm. 377) cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi data, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *membercheck*. Tetapi memilih beberapa saja sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian yang dilakukan.

1) Meningkatkan Ketekunan (*Persistent observation*)

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan temuan yang diteliti. Dengan membaca ini maka wawasan peneliti akan semakin luas dan tajam, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu benar/dipercaya atau tidak.

2) Triangulasi

Diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi. Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Peneliti melakukan pengecekan data secara terus - menerus selama penelitian dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan hasil pengamatan, apakah terdapat perbedaan yang berarti diantara keduanya sehingga peneliti dapat menemukan hasil yang tepat untuk dijabarkan.

3) *Membercheck*

Membercheck adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan *membercheck* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data atau informasi yang diperoleh sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh pemberi data atau informan. *Membercheck* yang dilakukan peneliti adalah menanyakan kembali kepada narasumber data yang telah diperoleh untuk mengecek kredibilitas data. (Sugiyono, 2013, hlm. 276)

3.8 Pertanyaan Penelitian

Berikut ini adalah pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan oleh peneliti kepada narasumber pada saat wawancara, pertanyaan dapat berkembang lebih lanjut sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh narasumber :

Tabel 3.2 Pertanyaan Penelitian

Kategorisasi	Kata Kunci	Pertanyaan	Hasil yang Diharapkan
Strategi Kelompok	Pendekatan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Siapa saja kelompok kepentingan yang dianggap 	Mengetahui bagaimana strategi

Kepentingan		<p>penting bagi perusahaan?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengapa kelompok kepentingan tersebut dianggap penting? ▪ Bagaimana pendekatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tekanan dari kelompok kepentingan tersebut? ▪ Kapan biasanya program CSR tersebut dilakukan? ▪ Dimana biasanya pendekatan dengan kelompok kepentingan itu dilakukan? ▪ Apakah hambatan yang sering dihadapi perusahaan dalam pendekatan terhadap kelompok kepentingan? 	perusahaan dalam membangun hubungan terhadap kelompok kepentingan terkait dengan program CSR.
	Pembentukan <i>Opinion Leader</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bagaimana perusahaan membentuk <i>opinion leader</i> dalam kelompok kepentingan? ▪ Apakah isu yang sering dijadikan <i>opinion leader</i> dalam kelompok kepentingan? ▪ Mengapa isu tersebut dianggap penting untuk membangun <i>opinion leader</i> dalam kelompok kepentingan? ▪ Siapa saja kelompok kepentingan yang sering dijadikan <i>opinion leader</i>? ▪ Kapan pembentukan <i>opinion leader</i> dalam kelompok kepentingan itu dilakukan? ▪ Dimana daerah yang menjadi 	

		fokus perusahaan dalam membangun <i>opinion leader</i> ?	
	Penyelesaian Konflik	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kapan konflik dengan kelompok kepentingan biasanya terjadi? ▪ Mengapa konflik tersebut dapat terjadi? ▪ Bagaimana usaha yang dilakukan perusahaan terkait penyelesaian konflik dengan kelompok kepentingan? ▪ Siapa saja yang biasanya dilibatkan dalam usaha penyelesaian konflik dengan kelompok kepentingan? ▪ Dimana penyelesaian konflik dengan kelompok kepentingan itu dilakukan? ▪ Apa hambatan yang sering dihadapi perusahaan dalam penyelesaian konflik dengan kelompok kepentingan? 	
Strategi Pemerintah	Lobi Langsung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bagaimana hubungan yang dijalin oleh perusahaan dan pemerintah sejauh ini, terutama terkait CSR? ▪ Siapa saja dinas atau bagian pemerintahan yang dianggap penting bagi perusahaan? ▪ Mengapa dinas atau instansi tersebut dianggap penting? ▪ Apakah pemerintah merasa terbantu dengan CSR perusahaan? ▪ Apakah bantuan CSR 	Mengetahui bagaimana strategi perusahaan dalam membangun hubungan terhadap pemerintah selaku regulator terkait dengan program CSR.

		membantu menjaga hubungan dengan pemerintah terkait dengan lobi regulasi?	
	Lobi Akar Rumput	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apakah masyarakat berperan penting dalam berhubungan dengan pemerintah, terutama terkait dengan CSR? ▪ Bagaimana pendekatan CSR yang dilakukan terhadap masyarakat? ▪ Kapan biasanya bantuan tersebut diberikan kepada masyarakat? ▪ Siapa saja bagian dari masyarakat yang dilibatkan dalam program CSR tersebut? ▪ Apakah dukungan yang didapat dari masyarakat membantu untuk menjalin hubungan yang baik dengan pemerintah? 	
	Aktivitas Politik (<i>Electoral Activity</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apakah perusahaan turut berperan dalam kegiatan politik? ▪ Bagaimana partisipasi perusahaan dalam mendukung kegiatan di dunia politik? ▪ Siapa saja yang menjadi perhatian khusus bagi perusahaan dalam politik? ▪ Apakah ada bentuk kegiatan CSR perusahaan terkait dengan politik? 	
	Komunikasi Litigasi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apa yang dilakukan perusahaan terkait komunikasi 	

		<p>litigasi/hukum?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bagaimana strategi perusahaan dalam hal komunikasi litigasi/hukum? ▪ Siapa saja yang menjadi perhatian khusus dalam komunikasi litigasi/hukum bagi perusahaan? ▪ Apakah ada bentuk CSR perusahaan terkait dengan litigasi/hukum tersebut? 	
Strategi Media Massa	Proaktif Media	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apakah perusahaan selalu menghubungi media terkait isu-isu yang dikhawatirkan oleh perusahaan? ▪ Mengapa isu tersebut dianggap penting bagi perusahaan? ▪ Media apa yang biasanya dihubungi terkait dengan isu-isu tersebut? ▪ Bagaimana hubungan yang dijalin oleh perusahaan dengan media? 	Mengetahui bagaimana strategi perusahaan dalam membangun hubungan terhadap media, serta peran media terkait dengan penyaluran program CSR.
	Semi Kontrol Media	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media apa saja yang diprioritaskan dan kurang diprioritaskan oleh perusahaan dalam hal pemberitaan? ▪ Mengapa media tersebut menjadi prioritas dan tidak menjadi prioritas perusahaan? ▪ Siapa biasanya yang menjadi juru bicara perusahaan dalam hal pemberitaan atau wawancara khusus, terutama terkait CSR? 	

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Di media apa biasanya wawancara khusus dengan pihak perusahaan dilakukan? 	
	Kontrol Penuh Media	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apakah media turut berperan dalam penyaluran CSR? ▪ Apakah perusahaan pernah memasang iklan advokasi terkait dengan CSR di media? ▪ Kapan biasanya perusahaan memasang iklan advokasi di media? ▪ Apa yang diharapkan oleh perusahaan melalui pemberitaan di media tersebut? ▪ Bagaimana respon yang diberikan oleh masyarakat terkait dengan pemberitaan tersebut? 	
	Memegang Media	<ul style="list-style-type: none"> • Apakah ada media yang bekerja sama dengan perusahaan? • Adakah kendala yang dihadapi oleh perusahaan dalam hal berhubungan dengan media? • Apakah perusahaan melakukan monitoring terhadap pemberitaan di media? • Bagaimana program CSR perusahaan terkait dengan hubungan media? 	
	Komunikasi Langsung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bagaimana cara perusahaan berkomunikasi langsung dengan publik melalui media? ▪ Apa saja media yang 	

		<p>digunakan dalam hal berkomunikasi langsung dengan publik?</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Mengapa menggunakan media tersebut untuk berkomunikasi langsung dengan publik?▪ Apakah media tersebut efektif untuk berhubungan dengan publik?▪ Kapan informasi di media tersebut diperbaharui?	
--	--	--	--