

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1975 hlm. 5) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati secara *holistic* (utuh). Sedangkan menurut Kirk dan Miller (1986 hlm. 9) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut. Menurut (Ambert. et al. 1995, hlm. 880) ada beberapa fokus dan tujuan yang perlu dipahami mengenai penelitian kualitatif, yaitu:

1. Penelitian kualitatif lebih mengacu pada penelitian yang mendalam dibandingkan luasnya. Peneliti lebih mencari informasi yang lebih mendalam dan intim dari sekelompok kecil orang.
2. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk mempelajari bagaimana dan mengapa orang bertindak, berpikir, melakukan hal sedemikian rupa daripada memfokuskan pada apa yang orang lakukan atau percayai dalam skala besar.
3. Tujuan dari pencarian penelitian kualitatif terletak di beberapa tingkatan. Penelitian ini cocok untuk mempelajari tentang studi proses keluarga dalam beberapa tingkatan analisis.
4. Sebagai tambahan untuk fungsi kritis, penelitian kualitatif sering terlibat dalam penemuan konteks daripada pembuktian (verifikasi). Informasi baru akan merefleksikan praktik-praktik atau tindakan dan sosial

struktur baru, juga cara berpikir baru atau bahkan menginterpretasikan proses dari sosialisasi.

Ciri-ciri dari penelitian kualitatif, sebagaimana dijelaskan Bogdan dan Biklen (1982 hlm. 27-29), yaitu:

1. Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah situasi yang wajar atau “*natural setting*” dan peneliti merupakan instrumen kuncinya
2. Riset kualitatif bersifat deskriptif
3. Riset kualitatif lebih memerhatikan proses ketimbang hasil semata
4. Periset kualitatif cenderung menganalisis data secara induktif
5. Makna merupakan soal esensial bagi pendekatan kualitatif.

Riset Kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistic atau cara kuantifikasi lainnya. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks yang dikaji dari sudut pandang yang utuh dan komprehensif (Bogdan and Taylor, 1992 hlm. 22).

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif agar data yang diperoleh lebih mendalam, sehingga dapat lebih memahami permasalahan yang ada, terlebih untuk mengkaji suatu fenomena yang terjadi berdasarkan deskripsi yang dilakukan oleh individu-individu yang menjadi sasaran penelitian sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian. Sedangkan alasan menggunakan tipe penelitian deskriptif yaitu agar dapat membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.

Bogdan dan Biklen (1982 hlm. 31) mengatakan bahwa pendekatan kualitatif berusaha untuk memahami dan menafsirkan makna tentang suatu

peristiwa dan interaksi perilaku manusia dalam situasi tertentu. Hal-hal yang dijabarkan diatas adalah alasan yang menjadi landasan peneliti untuk menggunakan metodologi kualitatif dalam penelitian ini.

3.1.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi kasus yang merupakan sebuah eksplorasi dari suatu sistem melalui pengumpulan data yang mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi yang “kaya” dalam suatu konteks. Penelitian studi kasus mengkaji secara seksama mengenai kasus-kasus tertentu, mempelajari aspek individu, kelompok dan suatu peristiwa khusus untuk menganalisa secara mendalam tentang subjek yang diteliti (Creswell, 2009 hlm. 90). Menurut Daymon dan Hollowey (2001 hlm. 119) studi kasus adalah sebuah desain yang memberikan kesempatan untuk melakukan eksplorasi yang mendalam dari fenomena tertentu. Melalui penelitian studi kasus, penelitian ini akan memberikan gambaran lengkap dan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana strategi hubungan media dalam menangani krisis korporasi yang dijalankan humas PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

3.2.1 Partisipan Penelitian

Partisipan yang berperan sebagai informan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan *purposive sample* (sampel berdasarkan tujuan penelitian). Menurut Tongco (2007 hlm. 147) teknik ini adalah pengambilan sampel berdasarkan kapasitas dan kapabilitas yang benar-benar paham di bidangnya sesuai dengan tujuan penelitian. Metode purposif berarti peneliti mencari informan yang dapat memberikan informasi sebanyak-banyaknya pada hal yang berkaitan dengan permasalahan penelitian dan tujuan penelitian. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian kualitatif yaitu memperoleh kekayaan informasi dari objek yang diteliti (Patton, 1990 hlm. 67).

Berdasarkan kriteria tersebut, informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah karyawan humas PT. Telekomunikasi Indonesia meliputi Wakil

Presiden Komunikasi Perusahaan Telkom, Asisten Wakil Presiden Komunikasi Eksternal, Karyawan Senior Hubungan Media dan Karyawan Manajemen Komunikasi Eksternal. Selain itu, peneliti juga mewawancarai dua jurnalis dari media online Indotelko.com dan Industry.co.id

Tabel 3.1 Informan Penelitian

| No. | Nama | Jenis Kelamin | Jabatan |
|-----|-----------------------|---------------|---|
| 1. | Arif Prabowo | L | Wakil Presiden Komunikasi Perusahaan |
| 2. | Pujo Pramono | L | Asisten Wakil Presiden Komunikasi Eksternal |
| 3. | Kencana Wulan | P | Karyawan Senior Hubungan Media |
| 4. | Taufik Hendra Lukmana | L | Karyawan Manajemen Komunikasi Eksternal |
| 5. | Doni Ismanto | L | Jurnalis Indotelko.com |
| 6. | Wiyanto | L | Jurnalis Industry.co.id |

(Sumber: Olahan Data Peneliti)

3.2.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, kantor pusat, Divisi Komunikasi Perusahaan. Alasan penelitian dilakukan ditempat tersebut karena Telkom menjadi BUMN percontohan dalam manajemen krisis perusahaan.

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Adapun alasannya sesuai yang dikemukakan oleh Lincoln dan Guba (1985 hlm. 39) bahwa semua instrumen dapat berinteraksi dengan responden dan objek penelitian tetap hanya instrumen manusia yang mampu menangkap dan mengevaluasi arti dari interaksi diferensial.

Selanjutnya dalam hal ini manusia sebagai instrumen penelitian memiliki kelebihan menurut Moleong (1994 hlm. 121) yang di paparkan sebagai berikut:

1. Ia akan bersikap responsif terhadap lingkungan dan pribadi-pribadi yang menciptakan lingkungan.
2. Dapat menyesuaikan diri dengan keadaan dan situasi lapangan penelitian terutama jika ada kenyataan ganda.
3. Mampu melihat persoalan dalam suatu keutuhan dalam konteks suasana, keadaan, dan perasaan
4. Mampu memproses data secepatnya setelah diperolehnya, menyusunnya kembali, mengubah arah inkuiri, merubah hipotesis sewaktu berada di lapangan, dan mengetes hipotesis tersebut pada responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian tentu tujuan utamanya adalah untuk dapat menghasilkan data. Karena tidak dapat dikatakan sebagai penelitian jika tidak terdapat data yang dibutuhkan, untuk itu kami mengumpulkan data dengan cara sebagai berikut:

1. Wawancara Mendalam

Kita mengetahui formatnya, apa yang harus dilakukan dan bagaimana cara melakukannya. Masyarakat modern menyebutnya sebagai 'wawancara', atau bahkan 'pengakuan dosa' masyarakat, atau ada pula yang menyebutkan suatu jenis wawancara tertentu di mana hal intim dapat terungkap (Silverman, 1997, hlm. 304). Kebanyakan dari kita mungkin lebih akrab dengan pribadi

orang yang diwawancara, tapi kebanyakan dari kita akan mengambil alih wawancara sendiri, dan sebagian besar akan melakukan wawancara kualitatif dalam arti yang luas, satu orang meminta orang lain menjawab pertanyaan tentang topik tertentu atau isu, dan narasumber atau informan yang diwawancara tersebut akan merespons dengan menjawab pertanyaan yang diajukan.

Pada wawancara kualitatif, peneliti dapat melakukan wawancara tatap muka dengan partisipan, mewawancarai mereka dengan telepon, atau atau terlibat dalam diskusi kelompok yang terdiri dari enam sampai delapan partisipan perkelompok (Creswell, 2009, hlm. 267). Dalam penelitian ini, penelitian melakukan wawancara tatap muka dan wawancara melalui telepon dengan informan penelitian untuk memahami strategi hubungan media yang dilakukan humas PT. Telkom.

2. Observasi Partisipatif

Peneliti melihat dan mengamati sendiri semua kegiatan yang berlangsung sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan memungkinkan adanya situasi rumit yang akan dihadapi peneliti dalam melakukan observasi. Dengan observasi dapat memungkinkan bagi peneliti untuk melihat dan mengamati, kemudian mencatat perilaku dan kejadian yang sebenarnya yang tidak terungkap dalam wawancara. Mengapa observasi, karena peneliti ingin lebih dekat dengan objek penelitian, agar tidak adanya salah paham antara peneliti dan objek penelitian.

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan di tempat penelitian yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia Jakarta, tujuannya untuk mengamati bagaimana keseharian yang dilakukan oleh humas PT. Telekomunikasi Indonesia Jakarta. Selain itu observasi juga dilakukan ketika ada acara peluncuran produk Wifi Station yang diadakan di Gedung Empirica, Jakarta Selatan. Tujuannya agar peneliti bisa merasakan bagaimana humas mengelola hubungan media.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah pembahasan yang didapatkan dari buku-buku referensi sebagai penguat pembahasan peneliti. Tak hanya buku, studi pustaka ini bisa didapatkan melalui penelitian yang berupa skripsi, thesis, ataupun disertasi, internet, penelitian, maupun artikel. Dengan tahapan ini, diharapkan bahwa peneliti dapat terbantu dengan adanya studi pustaka ini dalam penyusunan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Berikut adalah data yang dibutuhkan peneliti untuk mendukung pencarian data dan fakta beserta sumber data yang diambil dari perusahaan terkait dan cara yang dilakukan untuk mendapatkan data dan fakta tersebut

Tabel 3.2 Pengambilan Data

| Rumusan Masalah | Data | Sumber Data | Cara |
|---|---|--|---|
| Strategi hubungan media fase pra krisis | <ul style="list-style-type: none"> - Sejarah krisis - Deteksi Krisis - Persiapan Krisis | <ul style="list-style-type: none"> - Wakil Presiden Komunikasi Perusahaan - Asisten Wakil Presiden Komunikasi Eksternal - Karyawan Senior Hubungan Media - Karyawan Manajemen Komunikasi Eksternal - Jurnalis Indotelko.com | <ul style="list-style-type: none"> - Wawancara mendalam - Observasi partisipatif - Studi pustaka |
| Strategi hubungan media fase pra krisis | <ul style="list-style-type: none"> - Strategi Taktis - Strategi Komunikasi Krisis - Strategi Respon Krisis | <ul style="list-style-type: none"> - Karyawan Senior Hubungan Media - Karyawan Manajemen Komunikasi Eksternal - Jurnalis Indotelko.com | <ul style="list-style-type: none"> - Studi pustaka |
| Strategi hubungan media fase pra krisis | <ul style="list-style-type: none"> - Penyelidikan - Informasi tindak lanjut - Audit | <ul style="list-style-type: none"> - Jurnalis Indotelko.com | |

| | | | |
|--|----------------|------------------------------|--|
| | - Pembelajaran | - Jurnalis Industry.co.id | |
|--|----------------|------------------------------|--|

(Sumber: Olahan Data Peneliti)

3.6 Penyusunan Alat Pengumpulan Data

a. Penyusunan Kisi-kisi Penelitian

Peneliti menentukan kisi-kisi penelitian mengenai penjabaran dari tujuan penelitian yang diuraikan dalam pertanyaan penelitian

b. Penyusunan Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam kepada pihak yang dapat memberikan informasi dan data penelitian

c. Penyusunan Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara digunakan peneliti untuk melakukan pada informan. Pedoman wawancara disusun agar proses wawancara berjalan terarah dan fokus, karena di dalamnya terdapat indikator dari rumusan masalah yang berfungsi memberikan batasan mengenai pertanyaan yang ditanyakan.

3.7 Pertanyaan Penelitian

Tabel 3.3 Pertanyaan Penelitian

| Kategori | Kata Kunci | Aspek | Pertanyaan | Hasil yang diharapkan |
|------------|--|--|---|---|
| Pra-Krisis | <i>Signal Detection</i> (deteksi sinyal) | <i>Collecting information related crisis</i> (Mengumpulkan informasi terkait krisis) | 1. Dari mana organisasi memperoleh informasi terkait krisis satelit Telkom 1? | Dapat menjelaskan bagaimana strategi <i>Media Relations</i> |

Chairun Nisa Dwi Putri, 2018

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENANGANI KRISIS KORPORASI: Studi Kasus Anomali Satelit Telkom 1 pada PT. Telekomunikasi Indonesia

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

| | | | | |
|--|-----------------------------------|--|---|----------------------|
| | | | <p>2. Apakah organisasi melakukan <i>media monitoring</i> sebelum terjadinya krisis satelit Telkom 1?</p> <p>3. Jika iya, bagaimana cara <i>media monitoring</i> tersebut?</p> <p>4. Jika tidak, mengapa tidak melakukan <i>media monitoring</i>?</p> <p>5. Bagaimana organisasi menanggapi ancaman krisis satelit Telkom 1 di media?</p> | pada fase Pra-Krisis |
| | <i>Prevention</i> (pencegahan) | <i>Decrease the threats of crisis</i> (Mengurangi ancaman krisis) | <p>6. Apakah organisasi memiliki hubungan baik dengan media?</p> <p>7. Jika iya, bagaimana cara mengelola hubungan baik tersebut?</p> <p>8. Jika tidak, langkah apa yang dilakukan untuk membangun hubungan baik tersebut?</p> <p>9. Apakah organisasi mempunyai kontak <i>key person</i> untuk dihubungi media saat terjadi krisis satelit Telkom 1?</p> <p>10. Jika punya, siapa saja <i>key person</i> tersebut?</p> | |

Chairun Nisa Dwi Putri, 2018

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENANGANI KRISIS KORPORASI: Studi Kasus Anomali Satelit Telkom 1 pada PT. Telekomunikasi Indonesia

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

| | | | |
|--|--|---|---|
| | | | 11. Jika tidak, mengapa tidak menyiapkannya? |
| | | <i>Brainstorming</i> (Bertukar pikiran) | <p>12. Apakah organisasi sudah pernah melaksanakan <i>brainstorming</i> terkait krisis?</p> <p>13. Jika belum, mengapa organisasi tidak melaksanakan <i>brainstorming</i> tersebut?</p> <p>14. Jika sudah, kapan organisasi melaksanakan <i>brainstorming</i> tersebut?</p> <p>15. Siapa yang terlibat dalam <i>brainstorming</i> tersebut?</p> <p>16. Apakah kerusakan satelit sudah pernah dibahas dalam <i>brainstorming</i>?</p> <p>17. Jika sudah, seperti apa hasil dari <i>brainstorming</i> tersebut?</p> <p>18. Berdasarkan hasil <i>brainstorming</i>, tipe krisis seperti apa yang mungkin menimpa organisasi?</p> <p>19. Siapa yang akan menjadi audiens dari krisis tersebut?</p> <p>20. Pesan seperti apa yang akan disampaikan organisasi terkait krisis tersebut?</p> |

Chairun Nisa Dwi Putri, 2018

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENANGANI KRISIS KORPORASI: Studi Kasus Anomali Satelit Telkom 1 pada PT. Telekomunikasi Indonesia

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

| | | | |
|--|-----------------------------------|---|---|
| | | | 21. Bagaimana kemungkinan tanggapan audiens terkait krisis tersebut? |
| | <i>Preparation</i> (Persiapan) | <i>Planning</i> (Menyiapkan rencana) | 22. Apakah organisasi sudah memiliki CMP (<i>crisis management plan</i>) untuk menghadapi media saat krisis satelit Telkom1? 23. Jika belum, mengapa tidak membuatnya? 24. Jika sudah, seperti apa bentuknya? 25. Siapa yang membuat CMP tersebut? |
| | | <i>Prepare crisis team</i> (Menyiapkan tim manajemen krisis) | 26. Apakah perusahaan memiliki tim manajemen krisis untuk menghadapi media terkait krisis satelit Telkom 1? 27. Jika iya, siapa saja anggota tim tersebut? 28. Apa tugas dan kewenangan tim tersebut? 29. Jika tidak, mengapa organisasi tidak membuat tim tersebut? |
| | | <i>Prepare spokesperson</i> (Menyiapkan juru bicara) | 30. Apakah organisasi sudah menentukan juru bicara untuk menghadapi media? |

Chairun Nisa Dwi Putri, 2018

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENANGANI KRISIS KORPORASI: Studi Kasus Anomali Satelit Telkom 1 pada PT. Telekomunikasi Indonesia

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

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| | | | <p>31. Jika belum, mengapa organisasi tidak menentukan juru bicara tersebut?</p> <p>32. Jika sudah, siapa yang menjadi juru bicara tersebut?</p> <p>33. Apa ketentuan untuk memilih seorang juru bicara?</p> <p>34. Apakah juru bicara atau pimpinan perusahaan sudah siap menghadapi media ketika terjadi krisis satelit Telkom 1?</p> <p>35. Bagaimana cara mempersiapkan juru bicara dan pemimpin organisasi tersebut?</p> | |
| | | <p><i>Media Training</i> Mengadakan pelatihan media</p> | <p>36. Apakah organisasi sudah pernah melaksanakan pelatihan media terkait krisis?</p> <p>37. Jika belum, mengapa organisasi tidak melaksanakan pelatihan tersebut?</p> <p>38. Jika sudah, siapa yang menyelenggarakan pelatihan tersebut?</p> <p>39. Siapa peserta yang mengikuti pelatihan tersebut?</p> | |

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | <p>40. Siapa yang menjadi pemateri dari pelatihan media tersebut?</p> <p>41. Apa saja materi yang disampaikan pada pelatihan tersebut?</p> <p>42. Bagaimana penyelenggaraan pelatihan tersebut?</p> <p>43. Kapan terakhir kali melaksanakan pelatihan tersebut?</p> | |
| | | <i>Simulation</i> (Mengadakan simulasi) | <p>44. Apakah organisasi sudah pernah melaksanakan simulasi untuk menghadapi media ketika krisis?</p> <p>45. Jika belum, kenapa organisasi tidak melakukan simulasi tersebut?</p> <p>46. Jika sudah, siapa yang melaksanakan simulasi tersebut?</p> <p>47. Siapa saja peserta simulasi tersebut?</p> <p>48. Siapa yang menjadi pemateri dari simulasi tersebut?</p> <p>49. Apa saja materi yang disampaikan pada simulasi tersebut?</p> <p>50. Kapan organisasi melaksanakan simulasi tersebut?</p> <p>51. Bagaimana bentuk</p> | |

Chairun Nisa Dwi Putri, 2018

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENANGANI KRISIS KORPORASI: Studi Kasus Anomali Satelit Telkom 1 pada PT. Telekomunikasi Indonesia

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

| | | | | |
|--------|--|--|--|--|
| | | | pelaksanaan simulasi tersebut? | |
| Krisis | <i>Experience</i> (Pengalaman) | <i>Crisis History</i> (Pengalaman krisis) | 52. Apakah krisis terkait satelit sudah pernah terjadi sebelumnya? 53. Jika sudah, bagaimana strategi <i>media relations</i> yang dilakukan perusahaan untuk menghadapi krisis tersebut? | Dapat menjelaskan bagaimana strategi <i>Media Relations</i> pada fase Krisis |
| | | <i>Prior Reputation</i> (Reputasi sebelumnya) | 54. Bagaimana reputasi perusahaan sebelum terjadinya krisis tersebut? | |
| | <i>Tactical Advice</i> (Saran taktis) | <i>Fast</i> (Cepat) | 55. Apakah organisasi langsung merespon media dengan cepat (kurang dari 60 menit) ketika terjadi krisis satelit Telkom 1? 56. Siapa yang menyampaikan informasi terkait krisis satelit Telkom 1 kepada media? | |
| | | | <i>Avoid "no comment"</i> (Memberikan komentar) | |

Chairun Nisa Dwi Putri, 2018

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENANGANI KRISIS KORPORASI: Studi Kasus Anomali Satelit Telkom 1 pada PT. Telekomunikasi Indonesia

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

| | | | | |
|--|--|----------------------------------|--|--|
| | | | 59. Mengapa organisasi menolak untuk memberikan komentar? | |
| | | <i>Accurate</i> (Akurat) | 60. Apakah sumber informasi mengenai krisis satelit Telkom 1 didapatkan media dari organisasi itu sendiri? 61. Apakah ada sumber lain yang menyampaikan informasi terkait krisis satelit Telkom 1 kepada media? 62. Apakah sempat terjadi <i>miscommunication</i> antara organisasi dengan media saat satelit Telkom 1? 63. Apakah pesan yang disampaikan organisasi kepada media terkait kerusakan satelit Telkom 1 diterima sasaran publik dengan sempurna? 64. Jika tidak, apa penyebabnya? | |
| | | <i>Consistent</i> (Konsisten) | 65. Bagaimana cara organisasi menyampaikan informasi terkait krisis satelit Telkom 1 kepada media? 66. Apakah informasi terkait krisis kerusakan satelit Telkom 1 yang | |

Chairun Nisa Dwi Putri, 2018

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENANGANI KRISIS KORPORASI: Studi Kasus Anomali Satelit Telkom 1 pada PT. Telekomunikasi Indonesia

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

| | | | |
|--|---|---|--|
| | | | disampaikan kepada media oleh juru bicara, pemimpin organisasi maupun orang yang terlibat dengan krisis sudah konsisten atau sering berubah-ubah? |
| | <i>Strategic Advice</i> (Saran strategis) | <i>Instructing Information</i> (Menginstruksikan informasi) | <p>67. Apakah organisasi menginstruksikan mengenai apa yang harus dilakukan untuk menghindari atau menghadapi krisis?</p> <p>68. Jika iya, seperti apa instruksi tersebut?</p> <p>69. Jika tidak, apa alasannya?</p> <p>70. Siapa yang berwenang untuk menginstruksikan informasi terkait krisis kepada media?</p> |
| | | <i>Adjusting Information</i> (Menyesuaikan informasi) | <p>71. Bagaimana langkah penyesuaian informasi yang dilakukan organisasi kepada publik, pemangku kepentingan dan media terkait krisis?</p> <p>72. Bagaimana organisasi mengelola informasi terkait krisis satelit Telkom 1 yang boleh dan tidak</p> |

Chairun Nisa Dwi Putri, 2018

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENANGANI KRISIS KORPORASI: Studi Kasus Anomali Satelit Telkom 1 pada PT. Telekomunikasi Indonesia

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

| | | | |
|--|---|--|--|
| | | | boleh disampaikan kepada media? |
| | | <i>Reputation Repair</i> (Perbaikan reputasi) | 73. Bagaimana media memberitakan perusahaan saat krisis satelit Telkom 1 (positif/negatif)? 74. Bagaimana reputasi perusahaan di media saat krisis tersebut? 75. Apa strategi <i>media relations</i> yang digunakan untuk memulihkan reputasi organisasi dari krisis tersebut? 76. Mengapa memilih strategi tersebut? |
| | | <i>Affect</i> (Dampak) | 77. Apa tanggapan para pemangku kepentingan mengenai strategi tersebut? |
| | <i>Strategic Respond</i> (Strategi respon) | <i>Crisis Cluster</i> (Penggolongan krisis) | 78. Bagaimana organisasi menjelaskan penyebab krisis satelit Telkom 1 kepada media? (<i>Victim Cluster, Accidental Cluster, Prevebttable Cluster</i>) 79. Kenapa organisasi menggolongkan krisis satelit Telkom 1 seperti itu? |
| | | <i>Crisis Strategy</i> | 80. Bagaimana organisasi merespon media |

Chairun Nisa Dwi Putri, 2018

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENANGANI KRISIS KORPORASI: Studi Kasus Anomali Satelit Telkom 1 pada PT. Telekomunikasi Indonesia

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

| | | | | |
|--------------|------------------------------|--|--|--|
| | | (Strategi krisis) | <p>terkait krisis satelit Telkom 1? (menyangkal, beralasan, meminta maaf, memuji pihak lain, mengingatkan kebaikan organisasi di masa lalu?</p> <p>81. Kenapa organisasi menggunakan strategi tersebut?</p> <p>82. Bagaimana tanggapan media terkait respon yang diberikan organisasi?</p> | |
| Pasca-Krisis | <i>Evaluation</i> (Evaluasi) | <i>Need to Follow Up</i> (Kebutuhan untuk tindak lanjut) | <p>83. Apakah organisasi menginformasikan media pasca-krisis satelit Telkom 1?</p> <p>84. Jika iya, informasi seperti apa yang diberikan kepada media tersebut?</p> <p>85. Jika tidak, apa alasan organisasi tidak memberikan informasi pasca-krisis tersebut?</p> | Dapat menjelaskan bagaimana strategi <i>Media Relations</i> pada fase Pasca-krisis |
| | | <i>Investigation</i> (Investigasi) | <p>86. Siapa yang menyelidiki krisis satelit Telkom 1?</p> <p>87. Bagaimana tindakan penyelidikan dilakukan?</p> <p>88. Siapa saja pihak yang dilibatkan dalam proses penyelidikan?</p> <p>89. Apakah tindakan penyelidikan ini</p> | |

| | | | | |
|--|--|-----------------------|---|--|
| | | | <p>melibatkan media?</p> <p>90. Apakah organisasi memberikan informasi mengenai penyelidikan ini kepada media?</p> <p>91. Jika iya, seperti apa bentuk informasi tersebut?</p> <p>92. Jika tidak, apa alasannya?</p> <p>93. Apakah organisasi membuat rilis tentang laporan penyelidikan krisis?</p> | |
| | | <i>Audits (Audit)</i> | <p>94. Apakah karyawan sudah mengetahui prosedur untuk menghadapi krisis?</p> <p>95. Apakah krisis terkait kerusakan satelit sudah pernah di audit oleh organisasi?</p> <p>96. Jika sudah, seperti apa bentuk audit tersebut?</p> <p>97. Apakah organisasi sudah memiliki kontak karyawan yang sudah diperbaharui?</p> <p>98. Siapa yang melakukan audit terkait krisis satelit Telkom 1?</p> <p>99. Apa hasil dari audit tersebut?</p> | |
| | | - <i>Learning</i> | 100. Apa yang bisa dipelajari dari | |

Chairun Nisa Dwi Putri, 2018

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENANGANI KRISIS KORPORASI: Studi Kasus Anomali Satelit Telkom 1 pada PT. Telekomunikasi Indonesia

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

| | | | | |
|--|--|----------------|---|--|
| | | (Pembelajaran) | <p>krisis satelit Telkom 1 ini terkait <i>media relations</i>?</p> <p>101. Strategi <i>media relations</i> apa yang berhasil dalam krisis ini?</p> <p>102. Bagaimana strategi tersebut bisa berhasil?</p> <p>103. Strategi <i>media relations</i> apa yang perlu diperbaiki?</p> <p>104. Bagaimana bentuk perbaikan tersebut?</p> <p>105. Apakah organisasi membuat tindakan pembaharuan terkait <i>media relations</i> untuk menghadapi krisis?</p> <p>106. Jika iya, bagaimana bentuk tindakan pembaharuan tersebut?</p> <p>107. Jika tidak, mengapa tidak membuat pembaharuan?</p> <p>108. Apakah organisasi sudah menyiapkan strategi <i>media relations</i> untuk mencegah terulangnya krisis serupa?</p> <p>109. Jika iya, bagaimana bentuk strategi <i>media relations</i> tersebut?</p> | |
|--|--|----------------|---|--|

Chairun Nisa Dwi Putri, 2018

STRATEGI HUBUNGAN MEDIA DALAM MENANGANI KRISIS KORPORASI: Studi Kasus Anomali Satelit Telkom 1 pada PT. Telekomunikasi Indonesia

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

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | 110. Jika tidak, mengapa organisasi tidak membuat strategi tersebut? | |
|--|--|--|--|--|

(Sumber: Olahan Data Peneliti)

3.8 Kriteria dan Keabsahan Data

Keabsahan data penelitian merupakan validitas serta reliabilitas dalam penelitian kualitatif. Proses keabsahan data menurut Guba dan Lincoln dalam Streubert dan Carpenter (1999, hlm. 47) yaitu dilakukan oleh peneliti dengan kembali ke partisipan masing-masing untuk menanyakan apakah deskripsi yang mendalam telah menjelaskan pengalaman partisipan. Ada empat kriteria dalam memperoleh keabsahan data yaitu derajat kepercayaan (*Credibility*), keteralihan (*Transferability*), ketergantungan (*Dependability*), dan kepastian (*Confirmability*).

1. Kepercayaan (*Credibility*)

Kepercayaan dilakukan peneliti dengan mengembalikan transkrip wawancara pada setiap partisipan untuk mengecek keakuratan transkrip dengan cara memberikan tanda ceklis (V). Selanjutnya peneliti menanyakan kepada partisipan, apakah mereka akan mengubah, menambah atau mengurangi pesan dari partisipan (Streubert dan Carpenter, 1999, hlm. 47).

Dalam penelitian ini, peneliti menguji keabsahan data dengan membuat *membercheck* yaitu berisi kesimpulan dari hasil wawancara dengan informan dan memberikan kembali hasil transkrip wawancara kepada informan untuk di periksa. Jika informan sudah membaca dan hasilnya sudah sesuai dengan yang terjadi sebenarnya, maka informan akan memberikan tanda tangan.

2. Keteralihan (*Transferability*)

Streubert dan Carpenter (1999, hlm. 47) menjelaskan bahwa salah satu cara yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk menjamin keteralihan adalah dengan cara menggambarkan tema-tema hasil penelitian kepada partisipan lain

yang tidak terlibat dalam penelitian, kemudian mengidentifikasi apakah partisipan tersebut menyetujui tema-tema yang dihasilkan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan keteralihan dengan cara melakukan wawancara kepada informan pendukung yaitu, Jurnalis media Indotelko.com dan jurnalis Industry.co.id. Agar temuan dalam wawancara informan utama dapat diuji kebenarannya dengan menanyakan kembali kepada pihak yang bersangkutan.

3. Ketergantungan (*Confirmability*)

Ketergantungan mengandung pengertian bahwa sesuatu objektif jika mendapatkan persetujuan dari pihak-pihak lain terhadap pandangan, pendapat dan penemuan seseorang (Streubert & Carpenter, 1999, hlm. 47). Ketergantungan dalam penelitian ini dilakukan dengan meminta konfirmasi kepada partisipan terkait transkrip wawancara atau kisi-kisi hasil analisis tema yang telah disusun.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan konfirmasi ulang mengenai hasil analisa peneliti kepada informan. Hasil temuan dan pembahasan dalam penelitian ini peneliti berikan kepada informan utama untuk dilihat apakah analisa peneliti sudah sesuai dengan yang terjadi sebenarnya atau justru bertentangan.

4. Kepastian (*Dependability*)

Kepastian adalah kestabilan data pada setiap waktu dan kondisi. Hal ini dilakukan dengan mengacu pada tingkat konsistensi peneliti dalam mengumpulkan data, membentuk dan menggunakan konsep-konsep ketika membuat interpretasi untuk menarik suatu kesimpulan (Streubert dan Carpenter, 1999, hlm. 47).

Dalam penelitian ini, peneliti menguji kestabilan data dengan cara melakukan wawancara kepada beberapa orang yaitu humas tiga karyawan humas PT. Telekomunikasi Indonesia yang berperan aktif ketika melakukan strategi hubungan media sehingga data yang didapatkan tidak hanya dari pemimpin saja, namun dari beberapa orang yang dapat ditarik kesimpulannya.

