



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif, di mana Peneliti akan terjun langsung untuk mengamati sebuah fenomena tanpa melakukan manipulasi situasi. Menurut Elvinaro Ardianto (2011, h. 60), metode deskriptif-kualitatif bertujuan untuk menemukan teori, bukan untuk menguji kebenaran teori yang ada.

Dalam melakukan penelitian ini, Peneliti merupakan instrumen kunci. Menurut Jalaluddin Rakhmat (2002 dikutip dalam Elvinaro Ardianto, 2011, h. 60), Peneliti memiliki kebebasan dalam mengamati objeknya dan menemukan fakta-fakta baru disepanjang penelitiannya. Hipotesis baru akan muncul setelah penelitian berjalan, bukan sebelumnya.

Menurut Bogdan dan Taylor (1975 dikutip dalam Moleong, 2010 , h. 4), penelitian kualitatif merupakan serangkaian penelitian yang akan menghasilkan data berbentuk tulisan atau lisan dari perilaku manusia yang diamati. Deskriptif artinya penelitian ini ditujukan untuk memberikan pemaparan yang jelas terkait sebuah fenomena.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif dilakukan dengan mengamati objek penelitiannya tanpa manipulasi di mana Peneliti akan menemukan fakta-fakta baru dalam penelitiannya. Fakta-fakta

tersebut kemudian disusun sebagai karya ilmiah yang memberikan sumbangan pengetahuan sesuai dengan topik yang diangkat.

### 3.2. Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan paradigma post-positivisme. Paradigma post-positivisme merupakan paradigma yang membalikkan positivisme dan berpandangan bahwa dibalik sebuah data atau fakta memiliki latar belakang kontekstual yang erat kaitannya dengan lingkungan tempat fakta itu ditemukan. Mengumpulkan pengetahuan langsung dari sumbernya merupakan ciri dari paradigma post-positivisme.

Post-positivisme menganggap bahwa penelitian tidak seharusnya dibebani oleh keberadaan teori. Teori dipandang sebagai sesuatu yang dapat membatasi Peneliti dalam mengeksplor penelitiannya lebih dalam lagi.

### 3.3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus (*case studies*). Menurut Ardianto (2011, h. 64), studi kasus merupakan tipe pendekatan dengan mengamati suatu kasus secara mendalam dan komprehensif. Studi kasus digunakan untuk mendeskripsikan individu, baik manusia maupun instansi atau organisasi seperti perusahaan (Cozby, 2009, h. 188).

Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian studi kasus merupakan penelitian yang dilakukan untuk menjelaskan suatu peristiwa secara

mendalam. Dengan kata lain, penelitian studi kasus menjawab pertanyaan penelitian ‘bagaimana’ dan ‘mengapa’. Kasus yang digunakan guna menjawab pertanyaan dalam penelitian ini adalah krisis PT Kalbe Farma.

### 3.4. Objek dan Subjek Penelitian

#### 3.4.1. Objek penelitian

Dalam penelitian ini, Peneliti menempatkan PT Kalbe Farma sebagai objek yang akan diteliti.

#### 3.4.2. Subjek penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan pada bagian pendahuluan, yaitu mengetahui dan mempelajari strategi komunikasi krisis yang dijalankan PT Kalbe Farma dalam kasus kesalahan pelabelan obat Buvanest Spinal, maka Peneliti memilih informan yang dianggap kredibel dalam penanganan krisis, yakni :

##### 3.4.2.1. Hari Nugroho, selaku *Head of External Communication* PT

Kalbe Farma sejak tahun 2012. Peneliti memilih beliau atas dasar pertimbangan bahwa beliau merupakan *person in charge* dan *spokes person* pada krisis yang terjadi terkait kesalahan pelabelan obat Buvanest Spinal.

##### 3.4.2.2. Judica Nababan, selaku informan ahli. Peneliti memilih

beliau didasarkan pada pengalaman beliau dalam dunia public relations selama lebih kurang lima belas (15) tahun. Kini

beliau merupakan *General Manager* di Ogilvy PR dan merupakan konsultan bagi perusahaan yang membutuhkan *reputation building, issue and crisis management*, dan lain-lain.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh Peneliti dapat dikategorikan dalam dua (2) kategori, yakni :

#### 3.5.1. Data primer

Data primer penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang dilakukan oleh Peneliti kepada informan-informan terkait.

Menurut Kriyantono (2006, h. 98-99), teknik wawancara memiliki enam (6) karakteristik, yaitu subjek penelitian tergolong sedikit dan tidak ada batasan minimal jumlah subjeknya, dalam jawaban yang diberikan informan dimungkinkan adanya opini, pengalaman, bahkan perasaan dari informan tersebut; kemudian Peneliti tidak hanya memerhatikan pesan verbal tapi juga non-verbal dari informan, wawancara dilakukan dalam waktu yang relatif lama, pertanyaan untuk informan satu dan lainnya bisa berbeda tergantung pada informasi yang ingin didapat, dan yang terakhir adalah wawancara sangat dipengaruhi oleh iklim (keakraban) antara Peneliti dan informan.

Wawancara akan dilakukan dengan menggunakan pedoman umum wawancara dan membuat kerangka pertanyaan yang kemudian akan dikembangkan oleh Peneliti dilihat dari jawaban-jawaban yang diberikan informan penelitian.

#### 3.5.2. Data sekunder

Untuk mendukung data primer penelitian, Peneliti juga akan mengumpulkan data sekunder yakni berupa dokumen perusahaan PT Kalbe Farma terkait kasus yang diangkat, studi literatur, dan pemberitaan media cetak dan online.

#### 3.6. Keabsahan Data

Untuk mendapatkan keabsahan data dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan triangulasi data, di mana data-data yang digunakan dalam penelitian akan bervariasi dan menanggapi persoalan yang sama. Menurut Pawito (2007, h. 99), triangulasi berfungsi untuk menguji data dengan cara membandingkan satu sumber data dengan sumber lainnya.

#### 3.7. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data penelitian yang telah dikumpulkan, Peneliti menggunakan kerangka berpikir Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman dalam Ardianto (2011, h. 223), terdapat tiga (3) langkah untuk melakukan analisis data, yakni :

### 3.7.1. Reduksi data

Dalam menganalisis data, proses reduksi merupakan bagian yang tidak terpisah. Proses reduksi data terjadi selama Peneliti menganalisis data penelitian. Mereduksi data berarti mempertajam, memilih, dan memfokuskan pada data yang diperlukan dalam penelitian serta membuang data yang dianggap tidak memiliki informasi yang memadai. Proses reduksi data akan berlanjut menjadi pembuatan rangkuman-rangkuman atau memo hasil dari data-data yang telah digabungkan.

### 3.7.2. Model data

Data penelitian kualitatif sering kali terlalu banyak dan bercampur, sehingga data tersebut perlu disusun untuk memudahkan proses analisis. Model data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif berbentuk teks naratif, di mana data-data yang terkumpul dituangkan kembali dalam bentuk teks dan disusun berurut secara rapi sehingga penelitian menjadi semakin jelas arahnya pada kesimpulan.

### 3.7.3. Penarikan kesimpulan

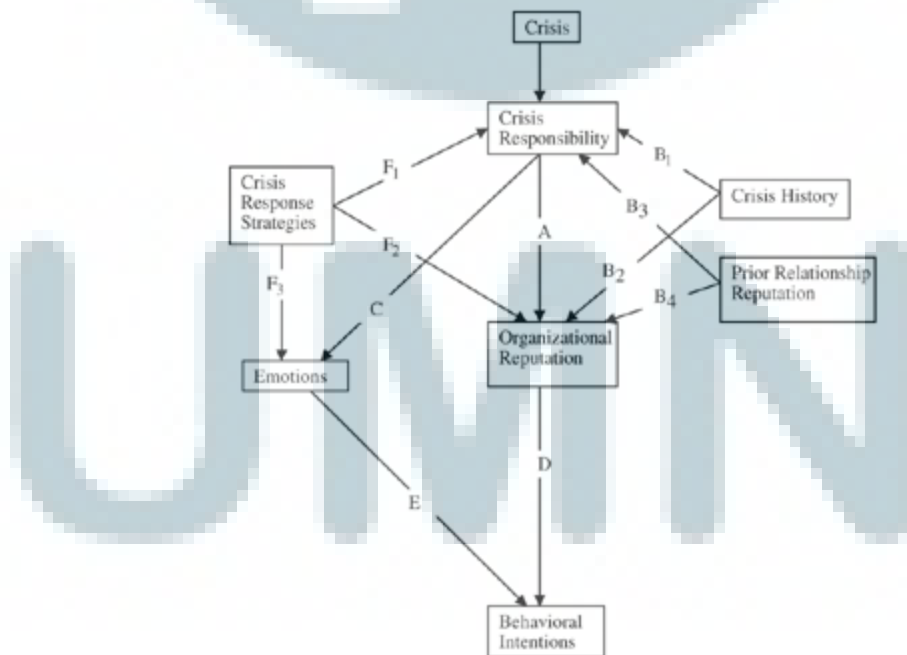
Kedua proses di atas berjalan beriringan dalam proses analisis dan membantu proses penarikan kesimpulan. Sesungguhnya, kesimpulan dapat muncul ketika Peneliti melakukan analisis data, namun kesimpulan tersebut dianggap belum *valid* karena pengumpulan data masih berlangsung. Suatu kesimpulan akhir dari penelitian baru dapat

dinyatakan ketika seluruh data yang berkaitan dengan penelitian telah dianalisis.

Ketiga tahap di atas merupakan kesatuan sistem analisis data yang terjadi bersamaan, di mana secara garis besar dapat digambarkan bahwa pada awal proses analisis, Peneliti melakukan tahap pengumpulan data dan memilah data yang dapat mendukung penelitian. Kemudian data itu dikelola dan dibuat dalam bentuk catatan untuk membantu mengurutkan data. Barulah pada tahap akhir, Peneliti melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan seluruh data yang telah dianalisis.

### 3.8. Fokus Penelitian

**GAMBAR 3.1 MODEL SITUATIONAL CRISIS**



(Sumber : Coombs, 2007a, h. 166)



Berdasarkan model *situational crisis communication theory* yang tergambar di atas, dapat dilihat beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan strategi penanganan krisis yang disarankan bagi sebuah organisasi dalam situasi krisis. Pada saat terjadi krisis, organisasi perlu terlebih dahulu melakukan pengumpulan fakta kejadian serta memetakan tipe krisis dan tahapan krisis yang sedang terjadi. Hal ini dapat membantu organisasi mengetahui posisi dan besaran tanggung jawab (*crisis responsibility*) yang ditanggung oleh organisasi tersebut sebagai dampak dari krisis.

Tanggung jawab yang dimiliki oleh organisasi terhadap sebuah krisis juga dipengaruhi oleh dua faktor pendukung, yakni sejarah krisis (*crisis history*) dan hubungan yang terjalin antara organisasi dan *stakeholder* sebelum masa krisis (*prior relationship reputation*). Apabila organisasi tersebut pernah mengalami krisis serupa sebelumnya dan memperoleh penanganan yang buruk, hal ini akan berdampak pada persepsi negatif publik. Persepsi tersebut dapat menjadi emosi (*emotions*) negatif apabila tidak ditindak secara tepat oleh organisasi. Sehingga dapat dikatakan bila kedua faktor ini tidak dilakukan dengan tepat, maka akan mengancam reputasi organisasi (*organizational reputation*).

Untuk itu diperlukan strategi yang tepat dalam menangani sebuah krisis (*crisis response strategies*) agar tidak menimbulkan kerusakan parah bagi reputasi perusahaan.