



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 menggunakan paradigma *post positivist*, yaitu tidak bergantung kepada data-data gagasan, melainkan dilihat dari hubungan antara individu, keterlibatan peneliti dalam menginterpretasikan praktik tersebut. Peneliti menggunakan paradigma *post positivist* karena penelitian ini tidak hanya bergantung pada data gagasan yang diperoleh sebelumnya, tetapi juga berdasarkan pada hasil pengamatan yang dilakukan penulis. (Daymon, 2002, h.7)

Berikut adalah karakteristik paradigma post psitivist (Ruslan, 2013, h.243) :

1. Mencoba memperoleh gambaran yang lebih mendalam dan *holistic*.
2. Memandang peristiwa secara keseluruhan dalam konteksnya dan mencoba memperoleh pemahaman yang *holistic*.
3. Memahami makna atau vertsehen dari suatu permasalahan.
4. Memandang hasil penelitian sebagai kegiatan spekulatif

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Data kualitatif

bersumber dari partisipan yang mengungkapkan ceritanya, yang dipengaruhi oleh nilai, budaya, dan kebiasaan setempat (Semiawan, 2010, h.6)

Penelitian ini bersifat deskriptif di mana bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Penelitian ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antarvariabel (Kriyantono, 2008, h.69).

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Daymon (2002, h.162), studi kasus adalah pengujian intensif menggunakan berbagai sumber bukti (yang bisa jadi kualitatif, kuantitatif, atau kedua-duanya) terhadap satu entitas tunggal yang dibatasi oleh ruang dan waktu. Pada umumnya, studi kasus dihubungkan oleh lokasi. Bahasan dalam penelitian ini difokuskan pada sosialisasi internal dalam proses re-branding yang dilakukan oleh PT. Bank Maybank Indonesia Tbk.

Metode studi kasus memfokuskan diri pada pertanyaan bagaimana dan mengapa. Kedua pertanyaan itu akan diarahkan ke serangkaian peristiwa kontemporer, di mana peneliti hanya memiliki peluang yang kecil sekali atau tidak mempunyai peluang sama sekali untuk melakukan kontrol terhadap peristiwa tersebut. Untuk menentukan pertanyaan yang paling signifikan suatu topik dan memperoleh ketepatan dalam

memformulasikan pertanyaan-pertanyaan tersebut, diperlukan banyak persiapan. Satu di antaranya ialah meninjau kembali bahan pustaka berkenaan dengan topik yang dimaksud.

Metode riset melalui studi kasus banyak menggunakan berbagai sumber data yang dapat diteliti, menganalisis dan menjelaskan secara komprehensif dari berbagai aspek individu, kelompok, program, dan organisasi yang mengalami peristiwa tertentu dan sistematis. Dalam studi kasus, peneliti berupaya secara seksama mengkaji variabel mengenai kasus-kasus tertentu, dengan mempelajari aspek individu, kelompok dan suatu peristiwa khusus untuk menganalisis secara lengkap dan secara mendalam tentang subjek yang akan diteliti. (Ruslan, 2013, h.229)

Penelitian studi kasus memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Ruslan, 2013, h.230) :

1. Partikularistik

Penelitian studi kasus terfokus pada situasi, peristiwa, program khusus atau fenomena-fenomena dari kejadian tertentu.

2. Deskriptif

Hasil akhir metode ini merupakan deskripsi detail dan topik yang diteliti.

3. Heuristik

Metode studi kasus ini berfungsi untuk membantu khalayak dalam memahami apa yang sedang diteliti,

makna, interpretasi, hingga perspektif baru merupakan tujuan dari penelitian studi kasus.

4. Induktif

Studi kasus yang berangkat dari fakta dan data lapangan, kemudian disimpulkan ke dalam tataran konsep dan teori tertentu.

3.3 Key Informan

Dalam menentukan *key informan*, penulis menggunakan teknik *purposive sampling* (cara keputusan atau *judgment sampling*). Teknik ini adalah teknik penentuan sample untuk tujuan tertentu saja. Misalnya pada saat kita ingin mengetahui pendapat karyawan tentang produk yang akan dibuat, peneliti telah beranggapan bahwa karyawan akan lebih banyak tahu daripada orang lain (Ardial, 2014, h. 347)

Peneliti telah menentukan tiga orang sebagai *key informan*. Ketiga orang tersebut adalah:

1. Laut Indrawan Lubis

Beliau telah bekerja di Maybank Indonesia selama 11 tahun dan berada di divisi *Corporate Communication & Branding*.

Beliau bertugas sebagai *Project Manager* dalam program *rebranding* BII Maybank menjadi Maybank Indonesia. Penulis memilih beliau menjadi *key informan* agar penulis bisa

mendapatkan informasi mengenai bagaimana proses *rebranding* tersebut direncanakan dan dilaksanakan.

2. Setyorini Rahayu

Beliau merupakan Head of Business Human Capital & Community Distribution. Penulis memilih beliau sebagai *key informan* karena pada saat *rebranding* beliau bertugas melakukan sosialisasi dengan pihak internal (karyawan) Maybank Indonesia.

3. Eva Sari

Beliau telah bekerja di Maybank Indonesia selama 12 tahun sehingga beliau telah merasakan perubahan dari BII ke BII Maybank hingga sekarang menjadi Maybank Indonesia. Karena hal itu, penulis memilih beliau menjadi *key informan* untuk melihat proses sosialisasi internal dalam program *rebranding* ini dari sisi karyawan.

Berikut adalah daftar pertanyaan yang akan ditanyakan pada informan nomor satu dan dua:

1. Bekerja pada divisi apakah Anda dalam PT.Bank Maybank Indonesia Tbk? Apa tugas dan main job anda?
2. Dalam Kegiatan *rebranding*, Anda mendapatkan posisi apa dan apa saja tugasnya ?
3. Sejak kapan BII di akuisisi oleh Maybank ?

4. Hal apa yang melatar belakangi akuisisi yang dilakukan?
5. Apa tujuan dari Maybank mengakuisisi BII ?
6. Divisi apa yang terkait dalam proses akuisisi ?
7. Apakah ada kendala dalam melakukan akuisisi?
8. Identitas apa yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada publik mengenai image dari Maybank ?
9. Apa arti dari logo Maybank ?
10. Bagaimana proses rebranding dari BII menjadi Maybank?
11. Apakah ada kendala saat melakukan rebranding?
12. Apakah rebranding dapat dikatakan berhasil?
13. Berapa lama perusahaan melakukan proses rebranding?
14. Apakah ada perubahan suasana dan sistem pada karyawan setelah rebranding?
15. Perubahan apa saja yang terjadi setelah rebranding? (perbandingan)
16. Bagaimana karakter kerja karyawan Maybank Indonesia setelah terjadi re-branding?
17. Apakah menggunakan PR agency dari luar untuk proses rebranding?
18. Bagaimana peran Public Relations Maybank Indonesia dalam kegiatan rebranding?
19. Strategi apa saja yang dilakukan oleh Public Relations dalam merancang kegiatan rebranding?

20. Media apa saja yang digunakan oleh Public Relations dalam menyampaikan informasi yang berkaitan dengan rebranding kepada pihak internal?

21. Kegiatan apa saja yang dilakukan untuk melakukan sosialisasi rebranding kepada pihak internal?

22. Bagaimana agar seluruh pihak internal mengetahui kegiatan rebranding yang dilakukan?

Berikut adalah daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada informan nomor tiga:

1. Bekerja pada divisi apakah Anda dalam PT.Bank Maybank Indonesia Tbk? Apa tugas dan main job anda?
2. Dalam kegiatan rebranding, Anda mendapatkan posisi apa dan apa saja tugasnya?
3. Sudah berapa lama anda bekerja di Maybank Indonesia? Apakah merasakan proses rebranding dari BII menjadi Maybank?
4. Perubahan apa saja yang dirasakan setelah rebranding?
(perbandingan)
5. Adakah perubahan sistem dan suasana di kantor setelah rebranding?
6. Media apa saja yang digunakan dalam proses rebranding?
7. Menurut anda, apakah proses rebranding dapat dikatakan berhasil?

8. Menurut anda, apakah peran PR Maybank Indonesia? (secara keseluruhan)
9. Menurut anda, apakah PR Maybank Indonesia berperan dalam proses rebranding?
10. Menurut anda, apakah proses rebranding ini disosialisasikan dengan baik kepada pihak internal?
11. Apakah rebranding BII menjadi Maybank membawa dampak yang lebih baik?
12. Apakah anda tetap merasakan sense of belonging setelah rebranding?

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk memperdalam bahasan penelitian, yaitu :

1. Wawancara

Wawancara dilakukan pada pihak-pihak yang terkait dan bisa dipercaya untuk menjadi narasumber. Karena itulah teknik wawancara dalam penelitian kualitatif adalah hal yang penting.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara kepada pihak internal Maybank Indonesia khususnya kepada individu yang memiliki peranan penting dalam membantu program sosialisasi rebranding Maybank Indonesia.

2. Observasi

Peneliti juga melakukan pengamatan secara langsung mengenai kejadian dan peristiwa yang terjadi sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan formal dan non-formal, sehingga diharapkan data yang diperoleh lengkap, jelas dan akurat.

3.5 Keabsahan Data

Dalam penilaian keabsahan riset kualitatif, data diperlukan dalam teknik pemeriksaan. Pelaksanaan pemeriksaan didasarkan pada empat kriteria yaitu sebagai berikut (Moleong, 2004, h.324) :

1. Credibility

Kriteria ini memiliki dua fungsi yaitu melaksanakan inkuiri sehingga tingkat kepercayaan akan tercapai dan memperlihatkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian peneliti.

2. Transferability

Konsep validitas ini menyatakan bahwa generalisasi suatu penemuan dapat berlaku atau diterapkan pada semua konteks dalam populasi yang sama atau dasar yang diperoleh pada sampel secara representatif.

3. Dependability

Reabilitas ditunjukkan dengan jalan mengadakan replikasi studi. Jika dua atau lebih diadakan pengulangan studi dalam kondisi yang sama dan hasilnya secara esensial sama dapat dikatakan realibilitasnya tercapai.

4. Confirmability

Kriteria ini menyatakan bahwa kepastian adalah sesuatu yang objektif atau tidak tergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap pandangan, pendapat, dan penemuannya. Dapat dikatakan bahwa pengalaman seseorang secara subjektif jika disepakati oleh beberapa orang atau banyak orang dapat dikatakan objektif.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman (1984). Menurut model ini, ada tiga jenis kegiatan dalam menganalisis data kualitatif (Emzir, 2012, h.130), yaitu :

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian dari data mentah yang diperoleh penulis di lapangan. Data yang diperoleh penulis dikumpulkan, kemudian disaring berdasarkan kepentingannya. Jadi semua data yang berhasil dikumpulkan

oleh peneliti baik melalui teknik wawancara, studi pustaka maupun observasi dikaji kembali untuk difokuskan pada tujuan penelitian.

2. Model data

Menurut Emzir (2012, h.131) model adalah suatu kumpulan informasi yang tersusun yang memperbolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Model tersebut dapat berupa grafik, matrik, jaringan kerja, dan bagan. Model tersebut dirancang untuk merakit semua informasi ke dalam bentuk yang lebih praktis.

3. Penarikan kesimpulan

Setelah semua data dikumpulkan dan dikaji. Hal terakhir yang harus dilakukan untuk menyelesaikan penelitian adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan seringkali sudah digambarkan sejak awal oleh peneliti. Kesimpulan akhir yang sudah diputuskan kemudian diverifikasi kembali dengan data-data yang sebelumnya sudah diperoleh selama penelitian.

