



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 yang dilakukan termasuk penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian deskriptif adalah penelitian yang hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari hubungan, tidak menguji hipotesis ataupun membuat prediksi. Data kualitatif diperoleh dari pengolahan informasi yang diperoleh dari sumber data primer melalui wawancara dan data sekunder melalui dokumen resmi yang terkait.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, di mana bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Periset sudah mempunyai konsep (biasanya satu konsep) dan kerangka konseptual. Melalui kerangka konseptual (landasan teori), periset melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya. Riset ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel (Kriyantono, 2012: 69).

Melalui penelitian ini, peneliti mendeskripsikan secara mendalam mengenai realita yang muncul dari sudut pandang informan terkait strategi komunikasi internal dalam mensosialisasikan merger pada karyawan di PT XL Axiata.

Karena penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif, maka ketika proses pengambilan data di lapangan, peneliti menggali realitas sosial informan secara mendetail dan menyeluruh terkait setiap interaksi yang terjadi di antara informan. Setelah itu berdasarkan keseluruhan data yang berhasil dikumpulkan salah satunya melalui wawancara mendalam, maka peneliti menuangkan temuannya dan mendeskripsikan program-program komunikasi internal yang dilaksanakan selama dilakukannya proses merger antara PT XL Axiata dan PT Axis Telecom Indonesia.

Peneliti menjelaskan realitas yang terjadi pada PT XL Axiata yang melakukan merger dengan PT Axis Telecom Indonesia dengan menggunakan strategi komunikasi tertentu dalam mensosialisasikan kepada karyawannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena penelitian ini berusaha untuk mencari tahu dan menggambarkan kondisi dan situasi lingkungan yang terjadi dari realitas yang diteliti. Dengan demikian dibutuhkan pendekatan penelitian yang dapat mengeksplorasi hal-hal tersebut dan berada dekat dengan kasus yang diteliti. Secara umum, riset yang menggunakan metodologi kualitatif mempunyai ciri-ciri (Kriyantono, 2012: 57-58):

1. Intensif, partisipasi periset dalam waktu lama pada *setting* lapangan, periset adalah instrument pokok riset.
2. Perekaman yang sangat hati-hati terhadap apa yang terjadi dengan catatan-catatan di lapangan dan tipe-tipe lain dari bukti-bukti dokumenter.
3. Analisis data lapangan.

4. Melaporkan hasil termasuk deskripsi detail, *quotes* (kutipan-kutipan) dan komentar-komentar.
5. Tidak ada realitas yang tunggal, setiap periset mengkreasi realitas sebagai bagian dari proses risetnya. Realitas dipandang sebagai dinamis dan produk konstruksi sosial.
6. Subjektif dan berada hanya dalam referensi periset.
7. Periset sebagai sarana penggalan interpretasi data.
8. Realitas adalah holistik dan tidak dapat dipilah-pilah.
9. Periset memproduksi penjelasan unik tentang situasi yang terjadi dan individu-individunya.
10. Lebih pada kedalaman (*depth*) daripada keluasan (*breadth*).
11. Prosedur riset: empiris-rasional dan tidak berstruktur.
12. Hubungan antara teori, konsep, dan data: data memunculkan atau membentuk teori baru.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, bahkan populasi atau *sampling*nya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya. Di sini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data, bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2012:56-57).

Yang sangat diutamakan dalam penelitian kualitatif adalah pengungkapan dari suatu makna, hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono (2009:15) yang

mengungkapkan bahwa metode penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat post-positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin menggali Informasi dan pandangan informan secara mendalam terkait strategi program-program komunikasi internal di PT XL Axiata dalam mensosialisasikan merger kepada karyawan. Hal ini dilakukan demi mendapatkan realitas sosial yang terbentuk dari sudut pandang pimpinan dan karyawan yang menjabarkan pengalaman mereka masing-masing selama mengikuti kegiatan komunikasi internal selama kurun waktu sebelum sampai sesudah terjadinya merger. Karena itu pengambilan data akan dilakukan melalui wawancara mendalam, sehingga jenis penelitian kualitatif sangat sesuai diterapkan dalam penelitian ini.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradig post-positivistik. Cresswell (2009:7) menjelaskan paradigma ini dilandasi pemahaman determinan bahwa sebuah masalah mungkin dapat menghasilkan sebuah efek atau hasil (*outcomes*). Masalah yang diteliti dalam paradigma ini merefleksikan kebutuhan untuk mengidentifikasi penyebab-penyebab yang mempengaruhi suatu hasil, seperti halnya dalam eksperimen. Penelitian dengan paradigma ini juga bersifat reduksionistik atau mengecilkan ide-ide sehingga dapat diperiksa.

Pengetahuan yang dikembangkan dalam paradigma ini didasarkan pada observasi dan pengukuran suatu realitas/objek.

3.2. Metode Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *case study* (studi kasus). Studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara kompherensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. (Kriyantono, 2012:65)

Poin kunci dari 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 dengan sebuah lokasi. “Kasusnya” dapat berupa sebuah organisasi, sekumpulan orang seperti sekelompok kerja atau kelompok sosial, komunitas, peristiwa, proses, isu, maupun kampanye. (Daymond dan Holloway, 2008: 252).

Dalam penelitian ini, studi kasus yang digunakan merupakan studi kasus tunggal (*single case*). Desain studi kasus tunggal memberi peneliti kemungkinan untuk melakukan eksplorasi mendalam (tapi spesifik) tentang kejadian tertentu (atau beberapa peristiwa) dari sebuah fenomena. Minat peneliti, oleh karena itu, berfokus pada sejumlah kecil kejadian yang diselidiki secara mendalam dalam

satu rentang waktu, atau dalam jangka waktu yang lebih panjang. (Daymon dan Holloway, 2008: 258)

Dalam penelitian ini, kasus yang dimaksud adalah mengenai strategi komunikasi internal dalam sosialisasi merger kepada karyawan yang dilaksanakan dan diikuti oleh informan. Kasus tersebut merupakan batasan dalam penelitian ini. Hal-hal yang terjadi setelah diluar batasan kasus peneliti tidak dijadikan sebagai perhatian pada penelitian ini. Begitupun hal-hal yang terjadi setelah penelitian ini dilakukan tidak menjadi perhatian dan bahasan dalam penelitian ini.

3.3. Key Informan/Informan

Obyek dalam penelitian ini yaitu PT XL Axiata. Subjek dari penelitian ini, penulis meneliti PT XL Axiata, lebih tepatnya *Corporate Communication* dan HCD (Human Capital Development) atau setara dengan HRD PT XL Axiata Tbk karena dianggap pihak tersebutlah yang mengetahui strategi dan mensosialisasikan merger tersebut kepada karyawannya.

Peneliti melakukan wawancara terhadap satu orang *key informan* dan dua orang informan. Informan adalah individu yang dianggap mengetahui sepenuhnya tentang suatu masalah ataupun fenomena, yang dapat memberikan informasi yang akurat, jelas, dan terpercaya. Sedangkan *key informan* adalah pihak yang tidak hanya bisa memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti, tapi juga bisa memberikan saran mengenai sumber bukti yang mendukung, dan menciptakan sesuatu terhadap sumber yang bersangkutan (Moleong, 2009: 97).

Proses wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui berbagai informasi mengenai strategi komunikasi yang dilakukan XL dalam mensosialisasikan merger kepada karyawannya, oleh karena itu peneliti memilih informan berdasarkan kriteria berikut.

Tabel 3.1 *Key Informan dan Informan*

	Nama dan Jabatan	Alasan Pemilihan
Key Informan	Lutfi Amaliah Ismi, Internal Communications & Event, Human Capital Development	Merupakan pihak internal perusahaan yang paling mengerti tentang karyawan secara mendalam serta mengikuti proses perencanaan strategi komunikasi komunikasi internal dalam mensosialisasikan merger kepada karyawan dari awal hingga selesai. Merupakan pihak yang dianggap berwenang memberikan data-data yang terkait dengan proses perencanaan strategi komunikasi internal dalam mensosialisasikan merger kepada karyawan.
Informan	Dessie Natasha, Supervisor Corporate Communications	Merupakan pihak internal yang ikut berandil dalam komunikasi internal selama merger, memiliki kapasitas dalam menjawab pertanyaan, serta juga ikut mengikuti program komunikasi internal yang dijalankan.
	Adwi Yudiansyah, Director of Praxis PR	Ahli di bidang PR, diharapkan dapat memberikan sudut pandang yang objektif dan netral, serta kredibel tentang strategi komunikasi internal yang dilakukan PT XL Axiata dalam mensosialisasikan merger kepada karyawannya.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan studi dokumen. Wawancara adalah percakapan dan tanya jawab yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Bingham dan Moore (1959) dalam Daymon & Holloway (2008:394) menggunakan istilah “percakapan dengan suatu tujuan (*conversation with a purpose*)”, yakni ketika peneliti dan informan menjadi “mitra percakapan (*conversational partner*). Banister, dalam Poerwandari (2007:146), mengatakan wawancara kualitatif dilakukan bila peneliti bermaksud untuk memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang diteliti, dan bermaksud melakukan eksplorasi terhadap isu tersebut, suatu hal yang tidak dapat dilakukan melalui pendekatan lain.

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semistruktur. Pada wawancara semistruktur, pewawancara biasanya mempunyai daftar pertanyaan tertulis tapi memungkinkan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas, yang terkait dengan permasalahan. Wawancara ini dikenal pula dengan nama *wawancara terarah* atau *wawancara bebas terpimpin*. Artinya, wawancara dilakukan secara bebas, tapi terarah dengan tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan dan telah disiapkan terlebih dahulu. Di sini, pedoman permasalahan yang akan ditanyakan merupakan landasan atau pijakan dalam melakukan wawancara. Kemudian periset dimungkinkan untuk mengembangkan pertanyaan sesuai dengan situasi dan

kondisi sehingga dimungkinkan mendapatkan data yang lebih lengkap. (Kriyantono, 2012: 101-102)

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan studi dokumen. Kelebihan menggunakan studi dokumentasi antara lain memungkinkan peneliti memperoleh bahasa dan kata-kata tekstual dari informan, dapat diakses kapan saja, menyajikan data yang berbobot, dan sebagai bukti tertulis, data ini benar-benar dapat menghemat waktu peneliti dalam mentranskrip. (Creswell, 2010: 269). Data sekunder dalam penelitian ini menyangkut data dari media internal perusahaan seperti *company profile*, lampiran formulir kotak saran, kesimpulan hasil *employee survey*, dan lain-lain.

3.5. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan wawancara dengan para informan, peneliti menggunakan teknik analisis data Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman (2007: 15-20), yakni:

1. Pengumpulan Data

Data collecting atau pengumpulan data yaitu pengumpulan data pertama atau data mentah yang dikumpulkan dalam suatu penelitian.

2. Reduksi Data

Data reduction atau penyederhanaan data adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dengan membuat abstraksi, mengubah data mentah menjadi yang dikumpulkan dari penelitian kedalam catatan yang telah

diperiksa. Tahap ini merupakan Tahap analisis data yang mempertajam atau memusatkan, membuat sekaligus dapat dibuktikan.

3. Penyajian Data

Penyajian data (*Data Display*) adalah menyusun informasi dengan cara tertentu sehingga diperlukan penarikan kesimpulan atau pengambilan tindakan. Pengambilan data ini membantu untuk memahami peristiwa yang terjadi dan mengarah pada analisa atau tindakan lebih lanjut berdasarkan pemahaman.

4. Penarikan Kesimpulan / Verifikasi

Penarikan kesimpulan (*conclutions drawing*) adalah merupakan langkah ketiga meliputi makna yang telah disederhanakan, disajikan dalam pengujian data dengan cara mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan secara logis dan metodologis, konfigurasi yang memungkinkan diprediksi hubungan sebab akibat melalui hukum-hukum empiris.

Ide-ide kunci yang dihasilkan dari hasil wawancara selanjutnya dibagi dalam berbagai kategori dan diklasifikasikan. Kategori satu dan lainnya akan dihubungkan untuk menemukan suatu hubungan yang lebih umum. Keterkaitan yang muncul akan menjadi suatu gambaran umum yang dapat ditemukan oleh peneliti daripada penelitian. Dengan analisis tematik ini, peneliti mengharapkan dapat menginterpretasikan dan mengelaborasi data lebih jauh untuk menghasilkan suatu konstruksi realita di lapangan.

Analisis data secara tematik dipilih karena memungkinkan peneliti menemukan “pola” yang pihak lain tidak melihatnya secara jelas. Hasil atau data yang berhasil di kumpulkan di lapangan yaitu dari pimpinan, karyawan, maupun

pihak ahli sebagai triangulasi, akan diolah dan diklasifikasikan sesuai polanya masing-masing lalu dilihat hubungan satu sama lain.

Hubungan tersebut pada akhirnya diinterpretasi dan dielaborasi lebih jauh untuk menghasilkan konstruksi realita terkait bagaimana kegiatan komunikasi internal di dalam perusahaan dalam mensosialisasikan merger kepada karyawannya. Sehingga teknik analisis tematik sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat digunakan untuk proses menjawab pertanyaan penelitian ini. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini dianalisis dengan metode analisis konten kualitatif. Analisis konten kualitatif dilakukan dengan teknik deskripsi, yaitu mendeskripsikan informasi yang ditemukan dalam dokumen. Hasil analisis konten kualitatif terhadap dokumen dihubungkan dengan hasil analisis wawancara untuk mengetahui strategi komunikasi internal dalam mensosialisasikan merger kepada karyawan pada PT XL Axiata.

3.6. Keabsahan Data

Uji keabsahan data bertujuan untuk menguji apakah data yang telah dikumpulkan valid atau tidak, dapat digunakan atau tidak. Dalam penelitian kualitatif, pemeriksaan keabsahan data sangat dibutuhkan demi kesahihan dan keandalan, serta tingkat kepercayaan data yang telah terkumpul (*validity, reliability, credibility*). Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi.

Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber, yaitu dengan cara membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan

suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya, membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara; membandingkan apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan pribadi (Kriyantono, 2012: 72).

3.7. Fokus Penelitian

Merujuk kepada latar belakang, kerangka konsep, dan metodologi penelitian, penelitian ini berfokus untuk mencari tahu strategi komunikasi internal yang digunakan oleh XL dalam mensosialisasikan merger kepada karyawannya.

Dalam menggambarkan strategi yang digunakan, peneliti menggunakan rujukan konsep *corporate communication* milik Joep Cornelissen (2008) dan posisi komunikasi internal dalam *corporate communication*. Dalam melihat tahapan strategi komunikasi internal yang digunakan oleh XL dalam mensosialisasikan merger kepada karyawannya, peneliti menggunakan model perencanaan kampanye Public Relations milik Anne Gregory (2008), serta jenis-jenis strategi milik Clampitt (2000).

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai strategi komunikasi internal yang digunakan dalam mensosialisasikan merger kepada karyawannya.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Wawancara dan pengumpulan data sekunder dilakukan peneliti selama November 2014 hingga Januari 2015 yang dilakukan baik secara langsung di Grha XL, Jl Mega Kuningan Lot E4-7 No. 1 ataupun melalui email.