



### **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

Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan ungkapan lain, metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian. (Mulyana, 2013 : 145)

#### 3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, yaitu pendekatan yang hasil penelitiannya tidak dapat dicapai dengan penelitian dengan pendekatan kuantitatif, atau metode statistik lainnya. Hasil dari penelitian ini lebih subyektif, kurang dapat diprediksi, serta bersifat khusus untuk subyek, tidak dapat digeneralisasikan dengan hasil penelitian lainnya, penelitian ini memaparkan data yang diperoleh secara komprehensif, kemudian menarik kesimpulan dari data tersebut.

Definisi dari Creswell (2010:15) mengatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan pendekatan atau penelusuran yang bertujuan mengeksplorasi dan juga memahami suatu gejala yang sentral, untuk memahami gejala tersebut, seorang peneliti melakukan serangkaian tindakan, seperti mewawancarai narasumber. Informasi tersebut biasanya berbentuk kata-kata, ataupun teks, kemudian hasilnya dikumpulkan, dan dianalisis. Hasil dari analisis tersebut

diharapkan memberikan gambaran, ataupun deskripsi mengenai gejala yang diteliti, yang kemudian akan dilakukan interpretasi oleh peneliti untuk memahami arti sedalam mungkin, setelah itu peneliti akan melakukan proses *self reflection* (refleksi pribadi), dan kemudian memberikan penjabaran tentang penelitian lain yang sudah ada sebelumnya oleh peneliti lain.

Penelitian kualitatif dipilih dikarenakan dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui secara mendalam, dan menyeluruh, mengenai proses implementasi program XL Future Leaders batch 1 sebagai sebuah fenomena CSR, kemudian mencoba membandingkan dengan konsep CSR yang ada, bukan untuk mengukur atau menguji suatu konsep/ teori tertentu kemudian dibandingkan pada suatu fenomena, sehingga penelitian kualitatif dirasa paling relevan untuk melakukan penelitian ini.

Penelitian ini bersifat deskriptif, peneliti diharuskan untuk mengumpulkan data yang berdasar pada faktor-faktor yang mendukung objek penelitian, dan kemudian melakukan analisa faktor-faktor itu, dan mencari peranannya (Arikunto, 2010, 151)

Penelitian ini menyajikan informasi dan data dalam bentuk tulisan, kata-kata, dan kalimat untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena, tidak dalam bentuk angka atau bentuk kuantitatif lainnya.

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivistik. Menurut Mohammad Isfironi (2011: 209-209), paradigma ini menitikberatkan pada introspeksi dan refleksi. Oleh karena dalam pengumpulan datanya bersifat kualitatif, maka disebut juga metode penelitian kualitatif yang pada hakikatnya mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya. Dari sudut pandang sejarahnya, penelitian dengan paradigma ini merupakan solusi atas metode penelitian yang bersifat positivistik yang dipandang tidak mampu menjelaskan hakikat suatu gejala manusia, terutama karena hakikat kemanusiaan diwakilkan pada ukuran-ukuran objektif di luar manusia itu sendiri.

Penelitian dengan paradigma ini bertujuan untuk memahami pengalaman ataupun makna dari seseorang ataupun kelompok, yang terlibat dalam suatu peristiwa. Untuk mendapatkan kebenaran, pada penelitian ini peneliti secara aktif terlibat dengan subyek, sehingga hasil yang didapatkan bersifat unik.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode ini menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif tentang berbagai aspek yang berkaitan individu, kelompok, ataupun organisasi, suatu program, atau bahkan situasi sosial. Metode ini mengharuskan peneliti melakukan

pengambilan variabel terhadap objek penelitian, kemudian menganalisis secara komprehensif (Mulyana, 2013: 201)

Sebagai suatu metode kualitatif, Lincoln dan Guba (dalam Mulyana, 2013: 201 ) mengemukakan bahwa keistimewaan studi kasus meliputi hal-hal berikut :

- Studi kasus merupakan sarana utama bagi penelitian emik, yakni menyajikan pandangan subjek yang diteliti
- Studi kasus menyajikan uraian menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca dalam kehidupan sehari-hari
- Studi kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukkan hubungan antara peneliti dengan responden
- Studi kasus memungkinkan pembaca untuk menemukan konsistensi faktual tetapi juga keterpercayaan
- Studi kasus memberikan “uraian tebal” yang diperlukan bagi penilaian atas transferabilitas
- Studi kasus terbuka bagi penilaian atas konteks yang turut berperan bagi pemaknaan atas fenomena dalam konteks tersebut

Setiap analisis kasus mengandung data berdasarkan wawancara, data berdasarkan pengamatan, data dokumenter, kesan, dan pernyataan orang lain mengenai kasus tersebut. Khusus mengenai individu, datanya dapat mencakup catatan klinis, data statistik mengenai orang yang bersangkutan, informasi mengenai latar belakangnya, profil riwayat hidupnya, dan catatan hariannya.

Akan tetapi semua informasi itu harus disunting, sementara bagian-bagian yang relevan dipadukan baik secara kronologis ataupun secara tematik, sehingga siap dianalisis. (Mulyana, 2013: 202)

Metode studi kasus dirasa tepat dikarenakan peneliti ingin melihat implementasi program XL Future Leaders batch 1 dari sudut pandang PT XL Axiata Tbk sebagai penyelenggara program, dan juga dari sudut pandang penerima program tersebut, secara bebas, subjektif, namun tetap faktual dan terpercaya, dan bisa dimaknai sebagai sebuah fenomena.

### **3.3 Key Informan dan Informan**

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara terhadap dua 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-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).

Dalam penelitian sosial, Musta'in Mashud (2011: 70) mengatakan bahwa paling tidak ada dua perbedaan sifat dalam wawancara : pertama, wawancara yang bermaksud mengetahui data dari individu tertentu untuk kebutuhan informasi tertentu, individu yang diwawancara disebut dengan informan.

Kedua, wawancara untuk memperoleh data diri pribadi, prinsip, pendirian, serta pandangan dari individu yang diwawancarai, sumber data wawancara kedua ini lazim disebut responden.

Untuk wawancara model pertama, diperlukan seleksi individu- individu (informan), setidaknya ada dua kriteria dalam melakukan seleksi informan tersebut, yaitu :

- Ahli dalam hal yang berkaitan dengan topik penelitian
- Banyak mengetahui tentang persoalan yang berkaitan dengan topik penelitian

Proses wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui berbagai informasi mengenai implementasi XL Future Leaders batch 1 dalam rangka mengelola reputasi perusahaan PT XL Axiata, Tbk, oleh karena itu peneliti akan memilih informan berdasarkan kriteria tersebut.

**Tabel 3.1 Key Informan dan Informan**

Key Informan	Jabatan	Alasan Pemilihan
Dwi Kartika Lestari	Head of XL Future Leaders Project, dan fasilitator	- Mengawasi dan turun langsung dalam pelaksanaan program, mulai dari kelas, hingga

		<p><i>roadshow</i></p> <p>(kunjungan ke universitas-universitas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dapat memberikan informasi, data, dan pengalaman berkaitan bagaimana implementasi program XL Future Leaders sebagai program CSR dari XL</li> </ul>
<p>Achmad Pradipta</p>	<p>Communication Service Manager PT XL Axiata, Tbk (Bagian dari divisi <i>Corporate Communication</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sebagai manager dari divisi <i>Corporate Communication</i> yang menaungi program, dianggap mengetahui tahapan perencanaan, implementasi,</li> </ul>



		<p>hingga tujuan dibuatnya program dari perspektif <i>Corporate Communication</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dapat memberikan informasi dan data mengenai pelaksanaan program XL Future Leaders batch 1 sebagai bagian dari divisi <i>corporate communication XL</i>, sebagai bagian dari pengelolaan reputasi perusahaan.</li> </ul>
Informan		
Silih Agung Wasesa	Pakar branding dosen, dan praktisi PR, penulis buku (Political Branding	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ahli di bidang PR, diharapkan dapat memberikan sudut</li> </ul>

	<p>dan Public Relations, Strategi Public Relations), pendiri dan direktur AsiaPR</p>	<p>pandang yang netral, objektif, dan juga kredibel, tentang program XL Future Leaders batch 1 sebagai sebuah CSR dalam mengelola reputasi dari XL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diharapkan dapat memberikan perspektif akademis mengenai pelaksanaan program XL Future Leaders batch 1 sebagai bagian dari CSR perusahaan</li> </ul>
<p>Arief Ismaidi</p>	<p>Penerima program XL Future Leaders batch 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengikuti rangkaian program XL Future Leaders batch 1, dari tahap seleksi,</li> </ul>

		<p>pelaksanaan, hingga acara selesai</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengalaman bagaimana pelaksanaan program XL Future Leaders batch 1</li> </ul>
--	--	---

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada dasarnya pengumpulan data adalah proses di dalam penelitian untuk mendapatkan informasi dan atau data untuk menjelaskan permasalahan penelitian, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan data sekunder, yaitu :

#### 3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung di lapangan oleh peneliti yang melakukan penelitian, disebut sebagai data asli atau baru, dalam penelitian ini, peneliti akan memperoleh data melalui wawancara narasumber, peneliti tidak memiliki kontrol apapun atas respon dan informasi yang

diberikan narasumber, bisa dikatakan bahwa narasumber bebas memberikan jawaban apapun, bahkan untuk tidak memberikan jawaban (Kriyantono, 2010: 98).

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara terhadap *key informan* yang dianggap kredibel dan sesuai untuk memberikan informasi mengenai implementasi program XL Future Leaders batch 1, diharapkan informasi dari narasumber bisa membuat peneliti untuk melihat permasalahan dari sudut pandang narasumber.

Wawancara yang akan dilakukan adalah wawancara mendalam, wawancara ini bersifat luwes, susunan pertanyaannya dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara, termasuk karakteristik sosial budaya. (Mulyana, 2013:181)

Denzin (dalam Mulyana, 2013), mengemukakan alasan mengapa wawancara terbuka dipilih dalam penelitian:

- Wawancara terbuka memungkinkan responden menggunakan cara-cara unik mendefinisikan dunia
- Wawancara terbuka mengasumsikan bahwa tidak ada urutan tetap pertanyaan yang sesuai untuk semua responden
- Wawancara terbuka memungkinkan responden membicarakan isu-isu penting yang tidak terjadwal

Peneliti menggunakan wawancara mendalam dikarenakan teknik ini memungkinkan peneliti untuk dapat mengetahui objek penelitian, dari sudut pandang narasumber, berdasarkan pemikiran, dan pengalaman narasumber.

#### **3.4.2 Data sekunder**

Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan oleh peneliti adalah studi kepustakaan, yaitu peneliti menggunakan referensi dari buku, jurnal, website, dan penelitian lain untuk mendukung data yang dibutuhkan terkait penelitian dan bidang industri dalam penelitian ini. Penelitian yang didukung oleh foto-foto, atau karya tulis akademik, bahkan seni, yang telah ada, akan membuat penelitian tersebut semakin kredibel (Sugiyono, 2005: 83).

Studi kepustakaan dirasa diperlukan oleh peneliti sebagai acuan dalam proses pemaknaan objek penelitian bagi peneliti, sehingga peneliti bisa memaknai dan melihat objek penelitian sesuai dengan kaidah akademis yang relevan,

#### **3.5 Keabsahan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi data sebagai cara untuk memeriksa keabsahan data. Patton (dalam Sutopo, 2006: 92- 98), menjabarkan bahwa setidaknya ada empat teknik triangulasi, yaitu :

1. Triangulasi data/sumber (*data triangulation*)

Teknik ini disebut juga triangulasi sumber, peneliti diarahkan untuk mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber yang ada.

2. Triangulasi peneliti (*investigator triangulation*)

Pada triangulasi ini, hasil penelitian, entah itu berupa data ataupun kesimpulan, mengenai bagian tertentu, ataupun secara menyeluruh, akan diuji oleh peneliti lain.

3. Triangulasi metodologis (*methodological triangulation*)

Data sejenis dikumpulkan dengan metode yang berbeda.

4. Triangulasi teoretis (*theoretical triangulation*).

Peneliti menggunakan lebih dari satu teori, sebagai perspektif lain dalam mengkaji permasalahan. Pada triangulasi jenis ini, peneliti harus benar-benar memahami teori yang digunakan dan bagaimana keterkaitannya dengan permasalahan penelitian.

Peneliti akan melakukan triangulasi data, dengan cara mewawancarai *key informan*, yaitu Dwi Kartika Sari selaku *Head of Project XL Future Leaders* dan fasilitator, dan *key informan* Achmad Pradipta selaku *Communication Service Manager PT XL Axiata, Tbk*, dan informan yaitu Silih Agung Wasesa selaku praktisi PR, dan Siceli Wulandari selaku penerima program *XL Future Leaders batch 1*, kemudian peneliti akan membandingkan data hasil wawancara tersebut, ditambah dengan studi dokumen pada program *XL Future Leaders*.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Dalam melakukan pengujian data, penelitian akan merekam proses wawancara dan kemudian melakukan transkrip hasil wawancara tersebut kedalam bentuk teks, untuk menambah validitas data, akan diberikan surat konfirmasi atas kebenaran transkrip wawancara yang telah dilakukan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan, peneliti akan melakukan analisis dengan menggunakan teknik analisis dari Miles&Huberman (Salim, 2006: 20-24), yaitu tiga langkah pengolahan data dalam penelitian kualitatif, yaitu : *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing*. Pada pelaksanaannya tahapan ini tidak dilakukan secara beruntutan, namun secara luwes dan fleksibel, disebut juga sebagai model interaktif dikarenakan proses-proses tersebut saling berhubungan dan bereaksi selama dan sesudah proses pengumpulan data.

#### 1. Reduksi

Di tahap ini, peneliti akan melakukan pemilahan informasi berkaitan dengan relevansinya dengan penelitian. Kemudian data akan mengerucut dan menjadi semakin sedikit, sehingga data tersebut akan mengarah pada inti permasalahan, sehingga gambaran tentang objek penelitian semakin jelas.

#### 2. Penyajian Data

Data yang sudah direduksi akan disajikan secara deskriptif

#### 3. Penarikan Kesimpulan

Setelah keseluruhan penyajian data telah selesai dilakukan, dan sudah dapat dipahami, kemudian ditariklah kesimpulan dari penelitian ini.

### **3.7 Fokus Penelitian**

Dari latar belakang dan metodologi penelitian, penelitian ini akan berfokus untuk menganalisis bagaimana implementasi program XL Future Leaders batch 1 sebagai angkatan pertama dari program XL Future Leaders, yang merupakan bagian dari program CSR dari PT XL Axiata Tbk, berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Dalam menggambarkan program ini sebagai salah satu CSR sebuah perusahaan, peneliti akan menggunakan rujukan konsep *corporate communication* dari Cornelissen (2008) dan dalam melihat XL Future Leaders batch 1 sebagai program CSR, peneliti akan menggunakan model tahapan CSR dari Coombs&Holladay (2012). Peneliti juga menggunakan model alternatif program CSR bagi perusahaan dari Kotler&Lee (2005), dikarenakan peneliti melihat model tersebut bisa dimasukkan dalam tahapan program CSR dari Coombs&Holladay di tahapan ketiga (*create CSR initiative*).

Melalui penelitian ini, diharapkan peneliti dapat mendeskripsikan bagaimana program ini dilakukan sebagai sebuah CSR, dan sebagai bagian dari fungsi *corporate communication*, dalam mengelola reputasi perusahaan.