



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 Sifat dan Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2010:6). Yang membedakan penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif adalah penelitian kualitatif mencari teori, bukan menguji teori.

Secara harfiah, penelitian kualitatif berarti suatu penelitian yang berkaitan dengan aspek kualitas, nilai atau makna yang terdapat dibalik fakta. Kualitas, nilai atau makna hanya dapat diungkapkan dan dijelaskan melalui linguistik, bahasa, atau kata-kata. Oleh karena itu, bentuk data yang digunakan bukan berbentuk bilangan, angka, skor atau nilai; peringkat atau frekuensi; yang biasanya dianalisis dengan menggunakan perhitungan matematik atau statistik (Creswell, 1998:53). Pengumpulan data pada penelitian kualitatif yakni melalui pengamatan, wawancara, dan penelaahan dokumen. Penelitian kualitatif bersifat relatif dan subjektif. Maksudnya tergantung dari siapa dan bagaimana cara pandang peneliti. Beda peneliti, beda pula hasil yang diperoleh dari suatu penelitian.

Beberapa pertimbangan penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif antara lain; *pertama*, penulis dapat memahami lebih dalam mengenai objek yang diteliti, *kedua*, jenis penelitian ini dapat menyajikan langsung hubungan penulis dengan *key informant*, *ketiga*, jenis penelitian ini bersifat fleksibel; dapat disesuaikan dengan realitas di lapangan, sehingga mempermudah penulis dalam memperkaya informasi.

Penelitian kualitatif dirasa sesuai untuk menjelaskan fenomena yang terjadi pada penelitian ini, yaitu fenomena di mana reputasi menjadi aset penting

perusahaan, maka PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk menggunakan strategi *public relations* untuk mengelola reputasi perusahaannya dengan baik.

Adapun dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti (Kountur, 1997:2). Jadi, peneliti hanya bertugas mengamati objek yang diteliti dan mendeskripsikan sejelas-jelasnya.

Melihat persaingan perusahaan yang semakin ketat dan Garuda dapat mengelola reputasinya dengan baik, mendorong peneliti untuk mengamati strategi yang digunakan untuk mengelola reputasi tersebut. Kemudian penulis akan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dari strategi yang dilakukan oleh Garuda.

Oleh sebab itu, penulis memilih menggunakan penelitian deskriptif-kualitatif untuk memaparkan serta menggambarkan strategi *public relations* PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam mengelola reputasi sebagai *global player*.

3.2 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan kerangka berpikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan apa yang dilakukan peneliti terhadap ilmu atau teori. Paradigma penelitian juga menjelaskan bagaimana peneliti memahami suatu masalah, serta kriteria pengujian sebagai landasan untuk menjawab masalah penelitian (Guba&Lincoln, 1988:89-115).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan paradigma post-positivisme. Salim (2001:40) menjelaskan Post-positivisme merupakan aliran yang ingin memperbaiki kelemahan-kelemahan Positivisme yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Secara ontologi aliran ini bersifat *critical realism* yang memandang bahwa realitas memang ada dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam, tetapi suatu hal, yang mustahil bila suatu realitas dapat dilihat secara benar oleh manusia (peneliti). Oleh karena itu,

secara metodologi pendekatan eksperimental melalui metode *triangulation* yaitu penggunaan bermacam-macam metode, sumber data, peneliti dan teori.

Jadi, dapat dikatakan bahwa Paradigma post-positivisme ini memandang suatu penyebab mungkin menentukan efek atau hasil. bertujuan untuk menguji sebuah teori atau menjelaskan sebuah pengalaman melalui observasi dan pengukuran dalam rangka meramalkan dan mengontrol kekuatan-kekuatan di sekitar manusia.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi, atau peristiwa secara sistematis (Kriyantono, 2006:65). Jadi, metode studi kasus ini adalah metode penelitian yang fokus pada satu objek yang dilihat secara intensif dan rinci.

Untuk mengumpulkan data dalam metode studi kasus, peneliti dapat menggunakan wawancara mendalam, observasi, dokumentasi-dokumentasi, kuesioner (hasil survei), rekaman, bukti-bukti fisik, dan sebagainya (Kriyantono, 2006:65). Dalam hal ini, peneliti menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan studi kepustakaan sebagai instrumen pengumpulan data.

3.4 Key Informan dan Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul yang dipilih, yaitu “Strategi Public Relations dalam Mengelola Reputasi PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk sebagai Global Player”, maka penulis melakukan wawancara dengan Bapak Pujobroto selaku Vice President Corporate Communications PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, Bapak Ikhsan Rosan selaku Senior Manager Public Relations PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, dan Bapak Aryanto Wibowo selaku Communication Analyst PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Selain itu, penulis juga mewawancarai Bapak

Reza A. Maulana selaku pengamat luar PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk yang berprofesi sebagai President Royston Ventures Management Limited dan Bapak Eduard Depari yang berprofesi sebagai Senior Advisor Royston Ventures Management Limited.

Penelitian akan dilakukan di Garuda City Center Soekarno-Hatta International Airport. Sedangkan waktu penelitian akan berlangsung selama tujuh bulan, yakni Juli 2012-Januari 2013.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan di catat pertama kalinya. Adapun metode yang digunakan penulis untuk pengumpulan data primer, antara lain :

a. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Wawancara mendalam adalah temu muka berulang kali antara peneliti dan subyek penelitian, dalam rangka memahami pandangan subyek penelitian mengenai hidupnya, pengalamannya, ataupun situasi sosial sebagaimana diungkapkan dalam bahasanya sendiri (Taylor&Bogdan, 1984:77).

Penulis mewawancarai *key informan* dan informan pendukung yang memahami fenomena yang sedang diteliti. Penulis tidak berhak mengontrol jawaban yang diberikan informan, sehingga pembicaraan dibiarkan mengalir. Proses wawancara ini dilakukan penulis secara informal dan berulang-ulang. Selain menulis jawaban singkat, apabila memungkinkan, penulis juga merekam suara selama wawancara berlangsung agar dapat didengarkan kembali.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu verbalisasi mengenai hal-hal yang diamati (James P. Chaplin, 1981). Observasi dibutuhkan untuk dapat memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara dapat dipahami dalam konteksnya. Observasi yang akan dilakukan adalah observasi terhadap subjek, perilaku subjek selama wawancara, interaksi subjek dengan peneliti dan hal-hal yang dianggap relevan sehingga dapat memberikan data tambahan terhadap hasil wawancara.

Alasan penulis melakukan observasi, antara lain : *pertama*, penulis akan lebih memahami konteks yang diteliti. *Kedua*, penulis akan bersikap terbuka dan menemukan data lain yang tidak diungkapkan informan saat wawancara. *Ketiga*, impresi dan perasaan penulis saat melakukan pengamatan dapat menjadi data tambahan untuk memahami objek yang diteliti. Salah satu metode observasi dilakukan penulis dalam kegiatan kerja praktik magang di PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk selama dua bulan.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan untuk melengkapi data primer atau bisa dikatakan sebagai data tambahan. Penulis melakukannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Adapun metode yang digunakan penulis untuk pengumpulan data sekunder adalah studi kepustakaan dan dokumentasi. Penulis membaca, mempelajari, dan menganalisis dokumen-dokumen yang ada. Dokumen tersebut dapat berupa dokumen publik atau dokumen privat, seperti foto, hasil survey mengenai kinerja perusahaan, pemberitaan media, serta buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

Hal ini dilakukan agar penulis mengetahui kinerja perusahaan selama ini, persepsi publik mengenai Garuda melalui pemberitaan media,

program apa saja yang dilakukan Garuda untuk mengelola reputasinya.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data sangat mendukung dalam menentukan hasil akhir suatu penelitian. Teknik pemeriksaan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Menurut Moleong (2010:330) triangulasi adalah upaya peneliti melakukan 'check and re-check' temuan-temuannya dengan memanfaatkan sumber lain sebagai pembanding, yaitu sumber, metode, pengamat, dan teori. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik triangulasi sumber.

Teknik triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek kembali informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda (Moleong, 2010:178). Untuk itu, penulis melakukan wawancara dengan *key informan* dari Garuda dan informan pendukung yang bertindak sebagai pengamat dari luar Garuda. Hal ini bertujuan agar penulis mendapatkan hasil penelitian yang valid dengan menganalisis informasi dari sumber dan perspektif yang berbeda.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis data dimana dilakukan pada penelitian ini dalam rangka penyederhanaan data kedalam suatu bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif. Menurut Miles dan Huberman (1994:10-11), metode tersebut dibagi menjadi tiga tahap, yaitu:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Dalam tahap ini terjadi proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan bentuk

analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam tahap ini, penulis mengembangkan sebuah deskripsi informasi tersusun untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. *Display* data yang lazim digunakan pada langkah ini adalah dalam bentuk teks naratif.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Penulis berusaha menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi dengan mencari makna setiap gejala yang diperolehnya di lapangan, mencatat keteraturan dan konfigurasi yang mungkin ada alur kausalitas dari fenomena dan proposisi. Dalam proses verifikasi atau pengecekan kesahihan data, penulis melakukan dengan metode triangulasi sumber (*data source triangulating*).

3.8 Definisi Konsep

Secara holistik, *Public Relations* (PR) memiliki peran yang penting bagi perusahaan yakni PR sebagai tindakan komunikasi; di mana PR menjadi jembatan antara perusahaan dengan *stakeholders*, PR sebagai fungsi manajemen dan *marketing*; di mana PR ikut serta dalam pembuatan keputusan dan mendukung ekspansi bisnis perusahaan, PR untuk membangun citra dan reputasi; di mana PR membangun *image/good will* perusahaan di mata *stakeholders* dan publik.

Reputasi merupakan aset perusahaan yang tidak tampak (*intangible*). Reputasi dibangun dari visi, misi, strategi agar dapat menghasilkan produk barang/jasa yang berkualitas. Hal ini harus didukung dengan sikap (*attitudes*) dan perilaku (*behaviour*) dari perusahaan tersebut agar dapat membuat suatu *image* (citra) perusahaan dan membangun karakter perusahaan, yang kemudian mengarah pada reputasi yang baik.

Memasuki era globalisasi, persaingan antar industri semakin ketat. Setiap perusahaan berusaha meningkatkan reputasinya di mata *stakeholders*. Untuk itu, dibutuhkan jasa PR dalam membuat strategi komunikasi untuk mengelola reputasi perusahaan dengan baik.

3.9 Fokus Penelitian

Dengan mengacu pada konteks penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan fokus penelitian secara garis besar sebagai berikut “Bagaimana strategi *public relations* yang digunakan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam mempertahankan reputasinya sebagai *global player*?”

UMMN