



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 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma post-positivisme. Secara ontologis, paradigma ini bersifat *critical realism*. Realitas sebagai hal yang memang ada dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam, namun sulit bagi peneliti untuk melihat realitas secara benar. Oleh karena itu, secara metodologis pendekatan eksperimental dilakukan melalui observasi dan juga metode triangulasi (Salim, 2006, p.70).

Kemudian, secara epistemologis hubungan antara periset dan objek yang diteliti tidak bisa dipisahkan. Selain itu, hubungan interaktif antara peneliti dan objek yang diteliti penting dan sepanjang hubungan tersebut, peneliti bisa bersifat netral (Salim, 2006, p.70).

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln (dalam Moleong, 2016, p.5) penelitian kualitatif merupakan penelitian berlatar alamiah yang memiliki maksud untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dan diteliti dengan melibatkan berbagai metode yang ada.

Penelitian kualitatif memiliki beberapa ciri seperti, merepresentasikan pandangan dan perspektif dari orang-orang (partisipan) dalam penelitian,

mengkontribusikan pemikiran ke dalam konsep yang ada atau muncul yang mungkin dapat membantu menjelaskan perilaku sosial manusia dan menggunakan sumber bukti yang beragam daripada hanya mengandalkan satu sumber (Yin, 2011, p.7).

Selain itu, penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif. Laporan dari penelitian ini akan berupa kutipan-kutipan data dan setiap bagian dari data yang didapatkan akan ditelaah satu demi satu, seperti layaknya orang merajut. Dengan itu, peneliti tidak memandang fenomena tersebut memang demikian keadaannya (Moleong, 2016, p.11).

3.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus. Studi kasus merupakan sebuah inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata jika batas-batas antara konteks dan fenomena tidak tampak tegas dan multisumber bukti dimanfaatkan (Yin, 2012, p.18).

3.4 Key Informan dan Informan

Dalam penelitian studi kasus, *key informan* disebut dengan partisipan. Partisipan memiliki kemampuan dalam menyadari realitas melalui sudut pandang “orang dalam” dibandingkan orang di luar studi kasus. Perspektif ini berharga dalam menunjukkan gambaran yang “akurat” dari suatu fenomena dari studi kasus. Sehingga, partisipan dalam penelitian ini adalah (Yin, 2019, p. 115):

1. Ageng Wibowo Leksono

Partisipan yang dipilih memiliki jabatan sebagai *Corporate Communication Senior Manager* (Eksternal) di Citilink Indonesia. Sebagai *SM Corporate Communication*, Ageng bertanggung jawab dalam pelaksanaan CSR yang bekerja sama dengan Pemerintahan Kota Surabaya. Selain itu, Ageng juga terlibat langsung dalam pembentukan serta penetapan kegiatan CSR Citilink Indonesia.

Informan – informan memberikan keterangan mengenai sesuatu pada peneliti. Selain memberikan keterangan, informan juga dapat memberikan saran mengenai sumber-sumber bukti lain yang. Informan dalam penelitian ini adalah (Yin, 2019, p. 109):

1. Herlynda Octariska

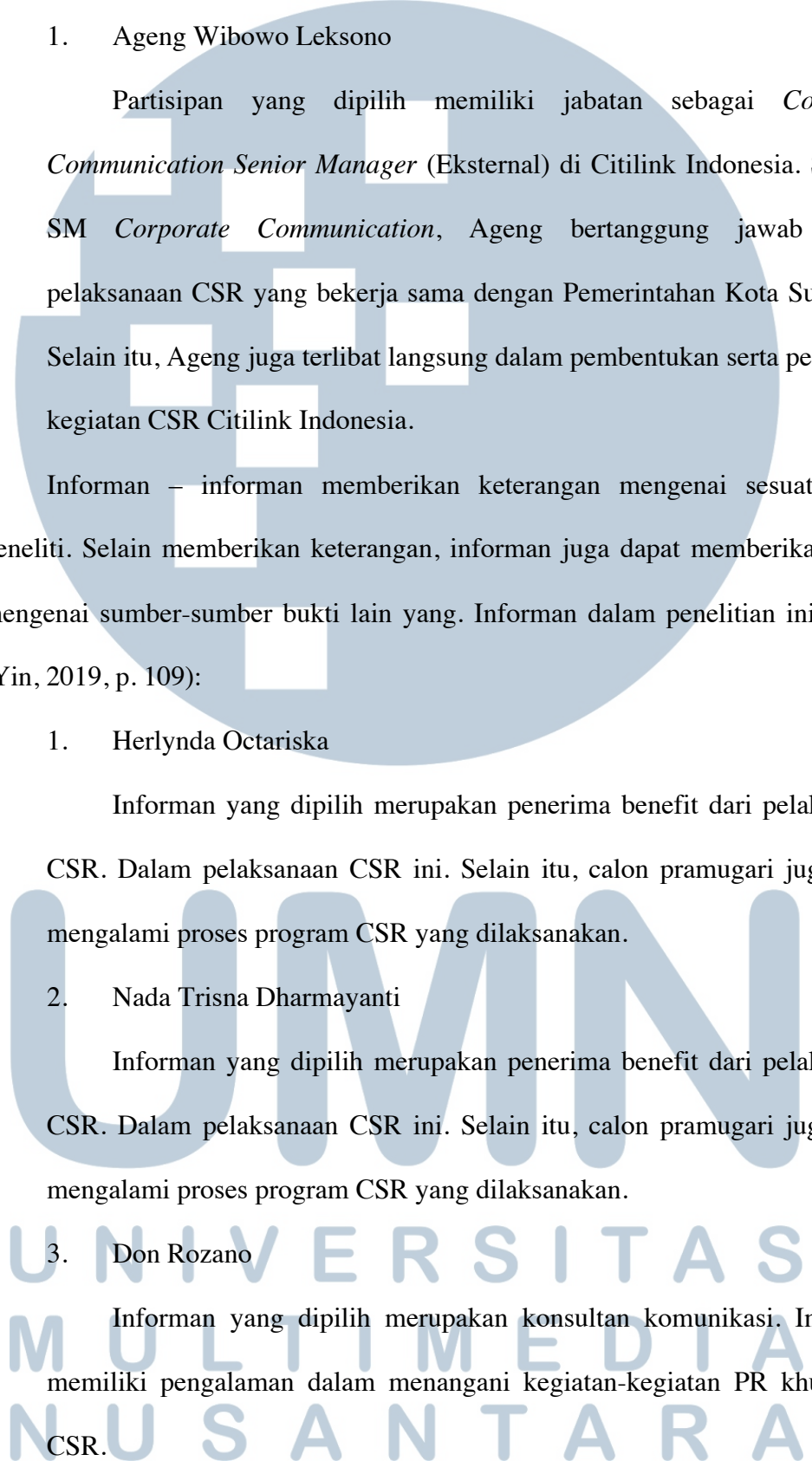
Informan yang dipilih merupakan penerima benefit dari pelaksanaan CSR. Dalam pelaksanaan CSR ini. Selain itu, calon pramugari juga yang mengalami proses program CSR yang dilaksanakan.

2. Nada Trisna Dharmayanti

Informan yang dipilih merupakan penerima benefit dari pelaksanaan CSR. Dalam pelaksanaan CSR ini. Selain itu, calon pramugari juga yang mengalami proses program CSR yang dilaksanakan.

3. Don Rozano

Informan yang dipilih merupakan konsultan komunikasi. Informan memiliki pengalaman dalam menangani kegiatan-kegiatan PR khususnya CSR.



3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut (Yin, 2019, p.103-116):

1. Dokumentasi

Penggunaan data ini digunakan untuk menambah dan juga mendukung bukti dari sumber-sumber lain. Dokumen dapat digunakan untuk menambah rincian spesifik sebuah informasi dan penverifikasian ejaan nama yang benar dari organisasi.

2. Observasi

Membuat kunjungan lapangan terhadap studi kasus yang diteliti. Terbantang mulai dari kegiatan pengumpulan data yang formal hingga kausal.

3. Wawancara

Menjadi sumber informasi dari studi kasus yang sangat esensial. Hasil wawancara harus dilaporkan dan diinterpretasikan melalui penglihatan narasumber utama dan para narasumber lainnya yang dapat memberikan informasi atau keterangan tambahan.

- a. Partisipan – Ageng W Leksono

Pertanyaan Umum

1. Menurut Anda, citra apa yang perusahaan sekarang miliki?
2. Kriteria apa yang perusahaan gunakan dalam menentukan masalah lingkungan untuk dibentuk menjadi program CSR?
3. Bagaimana perusahaan melibatkan *stakeholder* (internal dan eksternal) dalam pembentukan program CSR?

4. Apa yang membedakan program CSR ini dibandingkan program-program CSR lainnya?
5. Apa saja potensi keuntungan yang didapatkan perusahaan dalam melaksanakan program CSR ini?
6. Siapa (*Stakeholder Internal atau Eksternal*) yang akan menerima dampak dari program CSR ini?
- 7.

Communicate the CSR Initiative

8. Apa tujuan yang ingin dicapai dari program ini? Apakah ada kaitan dengan citra perusahaan?
9. Potensi apa saja yang dilihat perusahaan ketika menjalin hubungan mitra dengan *stakeholder*?
10. Bagaimana cara perusahaan membentuk dan menyampaikan pesan? medium apa saja yang digunakan?
11. Apa potensi yang dilihat dari penggunaan medium-medium tersebut?
12. Apakah perusahaan mengkomunikasikan pesan CSR melalui pihak ketiga? Jika iya, potensi apa yang dilihat? Jika tidak, mengapa?
13. Siapa (*Stakeholder Internal atau Eksternal*) saja yang perlu ditargetkan dalam penyampaian pesan program CSR ini?
14. Apakah perusahaan memiliki strategi dalam mencegah agar pesan yang disampaikan tidak terlihat terlalu mempromosikan perusahaan?
15. Apakah perusahaan melaporkan upaya perusahaan dalam mengkomunikasikan pesan CSR? Bagaimana?
16. Bagaimana cara perusahaan memberikan *stakeholder* kesempatan untuk memberikan *feedback* terhadap program?

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Evaluation and Feedback

17. Apa bukti yang menunjukkan bahwa program CSR ini telah mencapai tujuan? Apakah ada keterkaitannya dengan citra?
18. Apakah perusahaan menyediakan jaminan apabila tujuan yang telah ditetapkan tidak tercapai? Mengapa? (ex. Memperpanjang kontrak / memberikan bantuan dana/ dll)
19. Siapa saja yang terlibat dalam proses evaluasi program? Apa peran yang mereka miliki?
20. Apakah perusahaan menggunakan pihak ketiga untuk melihat keberhasilan program CSR? (Pihak ketiga: misalnya seperti Universitas tinggi atau auditor)
21. Apakah perusahaan merasa bahwa program ini efektif dan sudah sesuai dengan penetapan masalah atau tujuan?
22. Apakah ada hal tidak terduga terjadi saat program berlangsung?
23. Apakah *stakeholder* ingin terlibat dalam program CSR lagi? Mengapa?
24. Apa yang dapat dilakukan untuk agar program CSR ini lebih baik kedepannya?
25. Menurut Anda, apakah program yang telah dilaksanakan ini telah membangun citra perusahaan?

b. Informan – Herlynda dan Nada

Pertanyaan Umum

1. Sebelumnya, boleh perkenalkan diri Anda?
2. Apa yang Anda ketahui mengenai Citilink Indonesia (Sebelum mengikuti program) ?
3. Saat ini Anda bersekolah dimana? Durasinya? Akan menjadi pramugari di maskapai apa?
4. Pada batch pertama ini, ada berapa orang?

Communicate the CSR Initiative

5. Bagaimana Anda bisa tahu dan bisa ikut dalam program ini?
6. Selama Anda sekolah pramugari, apakah Citilink kerap berkomunikasi dengan Anda? Melalui apa?
7. Selama Anda sekolah pramugari, apakah pihak Surabaya kerap berkomunikasi dengan Anda? Melalui apa?
8. Ketika Anda mengalami kendala atau masalah selama pendidikan, kepada siapa anda berkomunikasi?

Evaluation and Feedback

9. Apa pendapat anda mengenai program ini?
10. Setelah menjalani program, Apa pandangan Anda mengenai Citilink Indonesia?
11. Menurut Anda, apakah program ini akan membantu meningkatkan ekonomi masyarakat, terutama Surabaya?
12. Menurut Anda, apakah program ini perlu dilanjutkan untuk kedepannya?
13. Apa harapan anda selanjutnya terhadap program ini?

c. Informan - Don Rozano

Pertanyaan

1. Apakah Bapak bekerja di konsultan?
2. Bagaimana Bapak mengenal CSR?
3. Apa pandangan Bapak mengenai Citilink Indonesia?
4. Apakah menurut Bapak program yang dijalankan Citilink Indonesia sudah berhasil?
5. Apa yang dapat dilakukan agar program yang dijalankan Citilink Indonesia lebih baik kedepannya?
6. Setelah Bapak mengetahui program ini, apa pandangan Bapak mengenai Citilink Indonesia?

3.6 Keabsahan Data

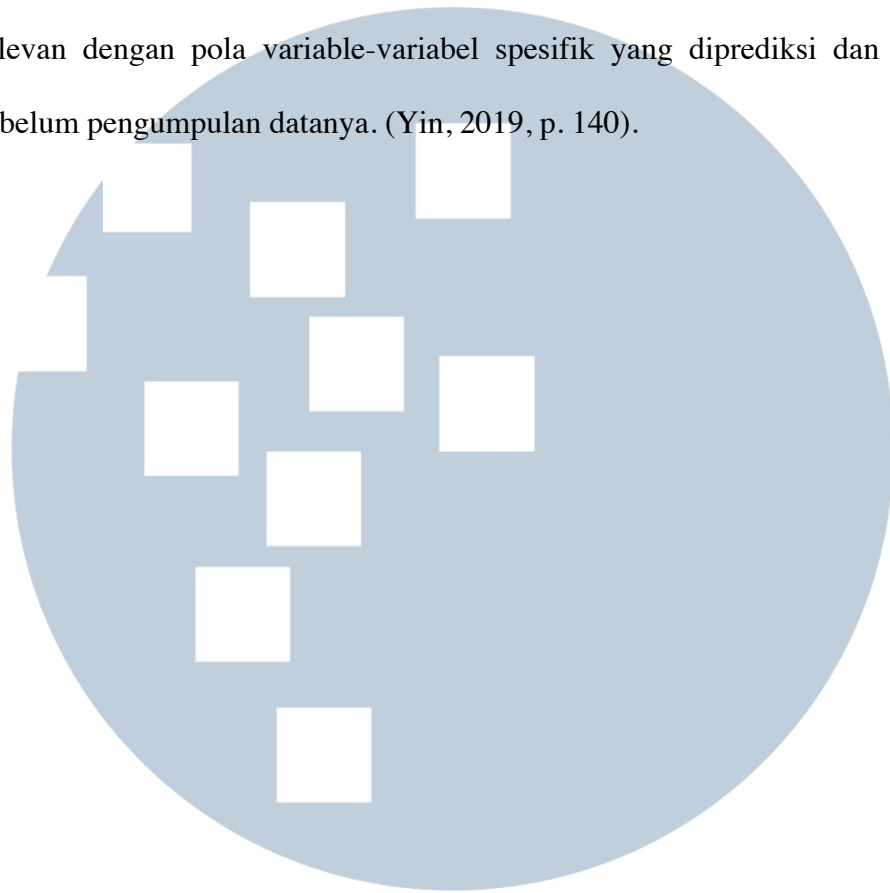
Triangulasi merupakan sebuah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain, di luar data yang dimiliki sebagai pembanding atau keperluan pengecekan terhadap data yang dimiliki (Moleong, 2016, p. 330).

Dalam penelitian ini, peneliti akan lebih fokus menggunakan triangulasi sumber. Menurut Patton (dalam Moleong, 2016, p.330), triangulasi sumber dapat dilakukan dengan membandingkan apa yang dikatakan seseorang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil pengamatan, membandingkan perspektif dan keadaan seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang (orang biasa, orang yang memiliki pendidikan menengah atau tinggi, orang pemerintahan, orang berada), membandingkan hasil wawancara dengan isi sebuah dokumen yang berkaitan dan membandingkan apa yang dikatakan orang-orang sepanjang waktu dengan apa yang dikatakan orang-orang mengenai situasi penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian studi kasus ini, teknik analisis data yang digunakan ialah penggunaan logika penjadohan pola. Pada logika ini, peneliti membandingkan pola yang diprediksikan atau beberapa prediksi alternative dengan pola yang didasarkan atas empiri. Apabila kedua pola memiliki persamaan, hasil penjadohan dapat membuat validitas internal studi kasus yang bersangkutan menjadi lebih kuat. Penelitian ini bersifat deskriptif, sehingga penjadohan pola akan lebih

relevan dengan pola variable-variabel spesifik yang diprediksi dan ditentukan sebelum pengumpulan datanya. (Yin, 2019, p. 140).



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA