

## BAB III

### OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek penelitian

##### 3.1.1 Sejarah PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

Pada tahun 1905 di Jawa Barat khususnya kota Bandung, berdiri sebuah perusahaan yang mengelola penyediaan tenaga listrik bagi kepentingan publik. Perusahaan tersebut bernama *Bandungsche Electriciteit Maatschaappij* (BEM). Pada tanggal 1 Januari 1920, BEM berubah menjadi sebuah perusahaan perseroan bernama *Gemeenschappelijk Electriciteit Bedrijf Voor Bandoeng* (GEBEO) yang pendiriannya dikukuhkan melalui akte notaris Mr. Andriaan Hendrik Van Ophuisen dengan Nomor: 213 pada tanggal 31 Desember 1949.

Setelah kekuasaan penjajahan beralih ke tangan Pemerintah Jepang, di antara rentang waktu tahun 1942-1945, pendistribusian tenaga listrik dilaksanakan oleh Djawa Denki Djigyo Sha Bandoeng Shi Sha dengan wilayah kerja di seluruh Pulau Jawa.

Setelah Indonesia merdeka, tepatnya tanggal 27 Desember 1957, GEBEO diambil alih oleh Pemerintah Indonesia yang kemudian dikukuhkan lewat Peraturan Pemerintah No. 86 Tahun 1958 j.o. Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 1959.

Di tahun 1961 melalui Peraturan Pemerintah No. 67 dibentuk Badan Pimpinan Umum Perusahaan Listrik Negara (BPU-PLN) sebagai wadah kesatuan pimpinan PLN. Sejalan dengan itu, PLN Bandung pun berubah menjadi PLN

Exploitasi XI sebagai kesatuan BPU-PLN di Jawa Barat, di luar DKI Jaya, dan Tangerang.

Pada tahun 1970-an dikeluarkan Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 1972 tentang Perusahaan Umum Listrik Negara yang menyebutkan status PLN menjadi Perusahaan Umum Listrik Negara. Kemudian, berdasarkan Pengumuman PLN Exploitasi XI No. 05/DIII/Sek/1975 tanggal 14 Juli 1975, PLN Exploitasi XI diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Listrik Negara Distribusi Jawa Barat.

Memasuki era 1990-an, dengan adanya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 23 Tahun 1994 pada tanggal 16 Juni 1994, Perusahaan Umum Listrik Negara Distribusi Jawa Barat diubah lagi menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) dengan nama PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat sejak tanggal 30 Juli 1994.

Untuk memenuhi tuntutan perubahan dan perkembangan kelistrikan yang dari tahun ke tahun cenderung mengalami peningkatan, maka keluarlah Keputusan Direksi PT. PLN (Persero) No. 28.K/010/DIR/2001 tanggal 20 Februari 2001 yang menjadi landasan hukum perubahan nama PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat menjadi PT. PLN (Persero) Unit Bisnis Distribusi Jawa Barat.

Pada akhirnya, dengan mengacu pada Keputusan Direksi PT. PLN (Persero) No. 120.K/010/DIR/2002 tanggal 27 Agustus 2002, PT PLN (Persero) Unit Bisnis Distribusi Jawa Barat berubah lagi namanya menjadi PT. PLN

(Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten, di mana wilayah kerjanya meliputi Propinsi Jawa Barat dan Propinsi Banten, hingga saat ini.

### **3.1.2 Visi dan Misi PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten**

#### **3.1.2.1 Visi PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten**

Diakui sebagai perusahaan Kelas Dunia yang Bertumbuh-kembang, Unggul dan Terpercaya dengan bertumpu pada Potensi insani. Penjabaran :

1. Diakui, mencerminkan cita-cita untuk meraih pengakuan dari pihak luar yang menunjukkan bahwa PLN pantas dipandang sebagai Perusahaan Kelas Dunia.
2. Kelas Dunia
  - a. Menunjukkan kinerja yang melebihi ekspektasi pihak-pihak yang berkepentingan.
  - b. Memberikan layanan yang mudah, terpadu, dan tuntas dalam berbagai masalah kelistrikan.
  - c. Menjalin hubungan kemitraan yang akrab dan setara dengan pelanggan serta mitra usaha Nasional dan Internasional.
  - d. Bekerja dengan pola pikir prima (*mindset of excellence*).
  - e. Diakui oleh pelanggan dan mitra kerja sebagai perusahaan yang mampu memenuhi standar mutakhir dan paling baik.
3. Bertumbuh-kembang
  - a. Antisipatif terhadap perkembangan lingkungan usaha dan selalu siap menghadapi berbagai tantangan.
  - b. Secara konsisten menunjukkan kinerja yang lebih baik.

#### 4. Unggul

- a. Menjadi yang terbaik dalam bisnis kelistrikan dan memenuhi tolok ukur mutakhir dan terbaik.
- b. Memosisikan diri sebagai perusahaan yang terkemuka dalam percaturan bisnis kelistrikan dunia.
- c. Mengelola usaha dengan mengedepankan pemberdayaan potensi insani secara maksimal.
- d. Meningkatkan kualitas proses, sistem, produk, dan pelayanan secara berkesinambungan.

#### 5. Terpercaya

- a. Memegang teguh etika bisnis yang tertinggi.
- b. Menghasilkan kinerja terbaik secara konsisten.
- c. Menjadi perusahaan pilihan.

#### 6. Potensi Insani

- a. Keberhasilan perusahaan lebih ditentukan oleh kesadaran anggota perusahaan untuk memunculkan seluruh potensi mereka dalam wujud wawasan aspiratif dan etika, rasa kompeten, motivasi kerja, semangat belajar, inovatif, serta semangat bekerja sama.
- b. Potensi insani diperkaya dengan kompetensi yang terbentuk dari pengetahuan substantial, pengetahuan kontekstual, keterampilan, kemampuan, pengalaman, dan jenjang kerja sama.

### 3.1.2.2 Misi PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

Adapun misi dari PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten, adalah:

A. Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan, dan pemegang saham. Konsekuensi terhadap strategi korporat:

- 1) Mencari dan memanfaatkan peluang usaha secara berkesinambungan di bidang bisnis kelistrikan dan usaha lain yang terkait.
- 2) Mengembangkan budaya pelayanan.
- 3) Menerapkan prinsip-prinsip penyelenggaraan perusahaan yang baik (*good corporate governance*).
- 4) Anggota perusahaan perlu menyadari bahwa bisnis kelistrikan adalah bagian dari upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- 5) Berusaha secara konsisten untuk meningkatkan jangkauan pelayanan kelistrikan.

B. Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Konsekuensi terhadap strategi korporat:

- 1) Mengembangkan dan menjalankan bisnis kelistrikan sesuai dengan harapan dan aspirasi masyarakat.
- 2) Mengembangkan usaha kelistrikan yang selaras dengan kebutuhan pertumbuhan ekonomi di pasar yang kompetitif.

C. Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.

Konsekuensi terhadap strategi korporat:

- 1) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan produktif.
- 2) Memacu pemanfaatan energi listrik secara tepat guna dan memberikan nilai tambah bagi sektor ekonomi.
- 3) Menjadi pelopor dalam membangun masyarakat yang sadar dan cinta lingkungan.

D. Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

Konsekuensi terhadap strategi korporat:

- 1) Membangun dan mengoperasikan fasilitas kelistrikan yang akrab dengan lingkungan alam dan lingkungan sosial.
- 2) Menjaga dan memelihara semua fasilitas kelistrikan sehingga tidak mencemari lingkungan.

### **3.1.3 Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten**

Dalam pelaksanaannya PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten memiliki struktur organisasi yang terdiri dari beberapa bidang di bawah General Manager. Pada tingkat dibawah General Manager ada enam Manager Bidang yaitu Manager Bidang Perencanaan, Manager Bidang Distribusi, Manager Bidang Keuangan, Manager Bidang SDM dan Organisasi, Manager Bidang Komunikasi, Hukum, dan Administrasi serta Manager Bidang Niaga.

#### A. Bidang Perencanaan

General Manager menetapkan uraian jabatan dan formasi tenaga kerja Manager Perencanaan yang dibantu oleh Deputy Manager Perencanaan Korporat serta Fungsional Ahli, Deputy Manager Pengendalian Sistem IT beserta Fungsional Ahli.

#### B. Bidang Distribusi

General Manager menetapkan uraian jabatan dan formasi tenaga kerja Manager Distribusi yang dibantu oleh Deputy Manager Perencanaan dan Pengembangan, Sistem OP Distribusi beserta Fungsional Ahli, Deputy Manager Efisiensi dan Keandalan Sistem Distribusi.

#### C. Bidang Keuangan

General Manager menetapkan uraian jabatan dan formasi tenaga kerja Manager Keuangan yang dibantu oleh Deputy Manager Pengelolaan Biaya beserta Fungsional Ahli, Deputy Manager Penerimaan Pendapatan beserta Fungsional Ahli, Deputy Manager Anggaran, dan Bagian Akutansi beserta Fungsional Ahli.

#### D. Bidang Organisasi dan Sumber Daya Manusia

General Manager menetapkan uraian jabatan dan formasi tenaga kerja Manager Sumber Daya Manusia dan Organisasi yang dibantu bagian Pengembangan SDM beserta Fungsional Ahli Bagian Administrasi SDM beserta Supervisor dan Fungsional Ahli.

#### E. Bidang Komunikasi, Hukum dan Administrasi

General Manager menetapkan uraian jabatan dan formasi tenaga kerja Manager Komunikasi, Hukum, dan Administrasi yang dibantu oleh Bagian Administrasi dan Fasilitas beserta Supervisor dan Fungsional Ahli, bagian Hukum beserta Fungsional Ahli dan bagian Komunikasi beserta Supervisor Public Relations dan Protokol, Supervisor Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dan Fungsional Ahli.

#### F. Bidang Niaga

General Manager menetapkan uraian jabatan dan formasi tenaga kerja Manager Niaga yang dibantu oleh bagian Administrasi Niaga Supervisor dan Fungsional Ahli, bagian Mekanisme Niaga beserta Fungsional Ahli, Deputi Manager Strategi Pemasaran beserta Fungsional Ahli.

#### **3.1.4 Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten**

##### **3.1.4.1 Visi dan Misi Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten**

###### VISI

Menjadikan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten sebagai perusahaan yang didukung oleh publik internal dan eksternal guna menjamin kelangsungan aktivitas perusahaan serta keberhasilan mencapai target yang telah ditetapkan

###### MISI

Membangun, meningkatkan, dan menjaga hubungan harmonis dengan publiknya serta citra positif perusahaan



### **3.1.4.2 Kegiatan Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten**

#### **3.1.4.2.1 Kegiatan Internal Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten**

Berikut kegiatan-kegiatan internal yang dilaksanakan oleh humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten :

a. Kegiatan *Coffee Morning*

Merupakan kegiatan rutin yang diselenggarakan oleh suatu unit kerja PT. PLN DJBB berupa komunikasi dua arah untuk berdialog dalam rangka menyamakan persepsi, konsepsi, dan koordinasi untuk melakukan langkah selanjutnya.

b. Kegiatan *Morning Briefing*

Merupakan kegiatan rutin di masing-masing bidang PT. PLN DJBB, dalam rangka mereview kembali informasi-informasi apa saja yang didapat, mengingatkan kembali hal-hal yang tidak boleh dilakukan dan hal-hal yang harus dilakukan, merencanakan kegiatan serta mengevaluasi kembali kegiatan yang telah dilaksanakan.

c. Kegiatan *Family Gathering*

Kegiatan tahunan yang dilaksanakan dalam rangka merayakan ulang tahun kelahiran PT. PLN DJBB. Kegiatan yang dilakukan bersifat informal, ajang silaturahmi, dan hiburan bagi karyawan.

d. Papan pengumuman

Wadah yang disediakan untuk menyampaikan informasi-informasi tertentu yang dikemas ringkas dan mudah dipahami serta bersifat informatif.

e. Kegiatan *Video Conference*

Kegiatan yang berlangsung dialogis antara manajemen dengan unit-unit yang berada di bawah naungan PT. PLN DJBB yang memungkinkan berlangsungnya komunikasi dua arah timbal balik tatap muka tanpa harus bertemu langsung dengan yang bersangkutan.

f. Intranet

Media internal yang menyediakan informasi mulai dari kebijakan, persoalan, kegiatan perusahaan, serikat pekerja, budaya perusahaan, dan aktifitas sehari-hari. Selain itu juga, informasi buku, karya tulis, serta laporan koleksi perpustakaan PT. PLN DJBB.

g. E-mail Internal (*Local Area Network*)

Sarana untuk pertukaran informasi diantara karyawan, manajemen, maupun antar karyawan tentang berbagai hal.

h. Sinergi *Newsletter*

Media internal yang dikemas seperti halnya majalah internal namun dibuat lebih ringkas dan disebarakan melalui e-mail internal.

i. *Live Chat*

Mirip dengan *video conference* namun dialog yang berlangsung berupa tulisan bukan secara lisan (verbal).

**3.1.4.2.2 Kegiatan Eksternal Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten**

Sedangkan kegiatan-kegiatan eksternal yang dilaksanakan oleh humas PT.

PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten, adalah sebagai berikut:

a. Berita, Iklan Layanan Masyarakat (Media Cetak), dan Spot Iklan (radio)

Merupakan bentuk penyebaran informasi yang berkaitan dengan produk layanan kelistrikan maupun kebijakan perusahaan yang ada kaitannya dengan kepentingan pelanggan/masyarakat dengan memanfaatkan media massa (cetak dan elektronik).

b. Temu Pelanggan

Membangun komunikasi dua arah yang bersifat langsung dan interaktif dengan pelanggan.

c. Kegiatan Penyuluhan

Sarana penyebaran informasi kepada pelanggan dan masyarakat dengan memanfaatkan kelompok-kelompok sosial yang ada di masyarakat.

d. Kunjungan Silaturahmi

Kunjungan yang dilakukan ke instansi-instansi terkait untuk menjalin hubungan kerjasama yang baik.

e. Program Mengenalkan Listrik Sejak Dini

Berfungsi sebagai sarana komunikasi, edukasi, dan informasi untuk mengenalkan kelistrikan kepada anak usia dini.

f. Pengembangan Program Bina Lingkungan

Program yang diwujudkan dalam bentuk pemberian bantuan sosial keagamaan bagi masyarakat.

#### g. Pengelolaan Guntingan Koran

Guntingan koran merupakan data berupa informasi mentah yang perlu ditangani, dikelola, dan diolah sehingga mampu disajikan menjadi data matang sebagai salah satu potret atau gambaran nyata yang terjadi di masyarakat atau pelanggan berkaitan dengan pelayanan kelistrikan yang dirasakannya.

#### **3.1.4.3 Struktur Organisasi Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten**

Bagian komunikasi PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten membawahi tiga bagian yakni Bagian Humas dan Protokol, Bagian Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, serta Fungsional Ahli.

Bagian Humas dan protokol bertugas untuk melaksanakan kegiatan hubungan internal dan eksternal PT. PLN DJBB. Bagian Program Kemitraan dan Bina Lingkungan bertugas untuk melaksanakan pengembangan program bina lingkungan (*community development*). Fungsional ahli bertugas membantu melaksanakan hubungan eksternal dan internal sesuai dengan keahliannya.

### **3.2 Metodologi Penelitian**

#### **3.2.1 Metode Penelitian**

Metode berasal dari Bahasa Yunani, *methodos* yang berarti cara atau jalan yang ditempuh. Menurut Rosadi Ruslan, metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya (2003: 24).

Penelitian berasal dari Bahasa Inggris, *research* yang berarti sebagai upaya mencari kembali. Menurut Soerjono Soekanto, penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten. (dalam Ruslan, 2003: 24).

Adapun pengertian metode penelitian yakni cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2008: 1). Metode penulisan yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang sarat dengan nuansa angka-angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan. Dalam analisis data, metode penelitian kuantitatif memerlukan bantuan perhitungan ilmu statistik, baik statistik deskriptif maupun inferensial. Kesimpulan hasil penelitian pun berupa hasil perhitungan yang bersifat penggambaran atau jalinan variabel. (Ardianto, 2010: 58)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat (Isaac dan Michael dalam Rakhmat, 2009: 22).

Pendekatan penelitian deskriptif tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi dan juga tidak mencari atau menjelaskan hubungan. Namun bertujuan mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang

berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat, 2009: 24-25).

### **3.2.2 Populasi dan Sampel**

#### **3.2.2.1 Populasi**

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya. (2010: 90).

Sedangkan menurut Bungin, populasi merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (2005: 109).

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah bidang Komunikasi bagian Humas dan protokoler PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten yang berjumlah 6 orang.

#### **3.2.2.2 Sampel**

Sugiyono menjabarkan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (2010: 91). Sedangkan Bungin menjelaskan bahwa sampel ialah wakil semua unit strata dan sebagainya yang ada dalam populasi (2005: 112).

Metode penarikan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah metode sampling purposive, yaitu memilih orang-orang tertentu yang dianggap mewakili statistik, tingkat signifikansi, dan prosedur pengujian hipotesis (Rakhmat, 2009: 81).

Berdasarkan metode tersebut sampel penelitian ini berjumlah 3 orang, diantaranya Manajer Bidang KHA dan diantaranya Deputy Manajer Bidang Komunikasi dan Bina Lingkungan, Spv. Humas dan protokoler, serta staf Komunikasi PT. PLN DJBB. "Tidak ada aturan yang ketat untuk secara mutlak menentukan berapa persen sampel tersebut harus diambil atau dipilih dari populasi. (Kartono, 1996: 135)

Ketiga orang tersebut dipilih karena dirasa dapat mewakili populasi dan memiliki pengetahuan lebih mengenai pengelolaan komunikasi internal yang berlangsung di PT. PLN DJBB.

### **3.2.3 Operasional Variabel**

Variabel berasal dari Bahasa Inggris, *variable* yang berarti faktor tak tetap atau berubah-ubah. Menurut Burhan Bungin, variabel merupakan fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, kuantitas, mutu, dan standar (2005: 69). Adapun alat ukur yang digunakan berdasarkan penelitian James E. Grunig dan Todd Hunt, tercantum dalam buku *Public Relations Profesi dan Praktik karya Dan Lattimore, Otis Baskin, Suzette T. Heman dan Elizabeth L. Toth.*

Variabel : Kegiatan Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten  
Dalam Mengelola Komunikasi Internal Dilihat dari 4 Model  
Komunikasi PR James E. Grunig dan Todd Hunt.

Indikator 1: Kegiatan Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten dalam mengelola komunikasi internal dilihat dari model agen pemberitaan (*press agency*).

Alat Ukur :

- Komunikasi : arah komunikasi, dominansi, dan sifat komunikasi
- Riset yang dilakukan sebelum menyebarkan informasi
- Etika dari isi pesan yang disampaikan
- Isi pesan : kelengkapan informasi, kejelasan informasi, dan daya tarik informasi
- Sasaran informasi
- Kegunaan informasi

Indikator 2: Kegiatan Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten dalam mengelola komunikasi internal dilihat dari model informasi publik (*public information*).

Alat Ukur :

- Komunikasi : arah komunikasi, dominansi, dan sifat komunikasi
- Riset yang dilakukan sebelum menyebarkan informasi
- Etika dari isi pesan yang disampaikan



- Isi pesan : kelengkapan informasi dan kejelasan informasi
- Sasaran informasi

Indikator 3: Kegiatan Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten dalam mengelola komunikasi internal dilihat dari model asimetris dua arah (*two way asymmetric*).

Alat Ukur :

- Komunikasi : arah komunikasi, dominansi, dan sifat komunikasi
- Riset yang dilakukan sebelum menyebarkan informasi
- Etika dari isi pesan yang disampaikan

Indikator 4: Kegiatan Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten dalam mengelola komunikasi internal dilihat dari model simetris dua arah (*two way symmetric*).

Alat Ukur :

- Komunikasi : arah komunikasi, dominansi, dan sifat komunikasi
- Riset yang dilakukan sebelum menyebarkan informasi
- Etika dari isi pesan yang disampaikan

#### **3.2.4 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pengumpulan data kualitatif. Nasution mengemukakan bahwa pengumpulan data penelitian kualitatif terdiri dari: data dari lapangan, metode naturalistik, manusia sebagai alat penelitian, observasi, wawancara, dokumen, dan foto (Ardianto, 2010: 183). Namun dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### 1. Observasi

Observasi adalah pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme *in situ*, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris (Rakhmat, 2009: 83).

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa pedoman wawancara (Bungin, 2005: 136).

### 3. Dokumen

Dokumen dalam hal ini dapat berupa surat-surat, dokumen resmi, bahan-bahan statistik, buku-buku peraturan dan sebagainya yang bersifat tertulis baik dalam bentuk cetak maupun elektronik.

### 3.2.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga tema dapat ditemukan dan hipotesis kerja dapat dirumuskan seperti yang disarankan oleh Bogdan dan Taylor dalam Ardianto, 2010: 217). Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif, sebab data-data penelitian yang dikumpulkan oleh penulis adalah data penelitian kualitatif.

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti berdasarkan pada model Miles dan Huberman, yakni:

1. Reduksi data, yakni suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan.
2. Model data, adalah suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan.
3. Penarikan/verifikasi kesimpulan, yakni memutuskan mengenai apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi-proposisi. (dalam Ardianto, 2010: 223)

### 3.2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji keabsahan setiap *item* pernyataan dalam mengukur variabelnya disebut sebagai uji validitas. Adapun keabsahan dari alat ukur yang digunakan karena berdasarkan penelitian James E. Grunig dan Todd Hunt, tercantum dalam buku *Public Relations Profesi dan Praktik* karya Dan Lattimore, Otis Baskin, Suzette T. Heman dan Elizabeth L. Toth.

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, alat ukur tersebut reliabel (dalam Ardianto, 2010: 189). Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya sebab teruji dan sering dipakai.