

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Public Relations bertujuan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, jasa baik, kepercayaan dan penghargaan kepada dan dari publik khususnya serta masyarakat umumnya. *Public Relations* dari berbagai badan, perusahaan, atau pun instansi-instansi dalam masyarakat mendapat tugas untuk senantiasa mengikuti dan menganalisa masalah-masalah yang timbul, baik dari dalam badan itu sendiri maupun publiknya¹. Usaha *Public Relations* ditujukan bagi terwujudnya hubungan yang harmonis antara badan atau perusahaan itu dengan publiknya. Usaha untuk memperoleh opini publik yang menyenangkan, positif, dan menguntungkan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Adapun caranya, adalah bersikap simpatik, terbuka dalam menerima saran, kritik ataupun opini publik. Tujuan *Public Relations* adalah pengembangan opini public yang menyenangkan dari sebuah lembaga social, ekonomi atau politik. Suatu pemahaman tentang proses pembentukan opini public dan perubahan sikap merupakan dasar dari studi public relations.

Dalam hal ini penulis mengambil contoh CV. Amanah Barokah Jaya yang bergerak di bidang scaffolding. Sebagai obyek penelitian ini, tidak selalu mempunyai image positif sejalan dengan

¹ Suhandang Kustadi, *Public Relations Perusahaan*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2004), hlm. 24

keberadaan perusahaan tersebut di tengah masyarakat, oleh sebab itu figur seorang *Public Relations* sangat penting dalam menjaga citra yang baik di mata karyawannya pada khususnya dan terlebih masyarakat pada umumnya. Seorang *Public Relations* harus mampu mengidentifikasi hal yang perlu disampaikan kepada masyarakat secara cepat dan tepat sekaligus sebagai jembatan untuk memberikan image baik yang ada di lingkungan internal maupun eksternal, hal ini bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan atau loyalitas.

Salah satu cara perusahaan untuk tetap mendapatkan kepercayaan adalah dengan meningkatkan fungsi dan peran *Public Relations* dalam perusahaan tersebut karena *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai, mengidentifikasi, merencanakan dan melakukan suatu program untuk meraih pengertian dan dukungan publik².

Seiring dengan berjalannya waktu dan tuntutan pasar yang lebih tinggi membuat karyawan menginginkan kenaikan upah kerja. Peningkatan upah minimum di CV. Amanah Barokah Jaya mempunyai pengaruh yang tidak sama terhadap semua jenis pekerja. Pengaruh negatif terutama terjadi pada tenaga kerja di CV. Amanah Barokah Jaya dengan tingkat upah yang rendah dan pada mereka yang rentan terhadap perubahan dalam pasar tenaga kerja dan penambahan jam kerja karena kenaikan gaji tersebut. Untuk itu agar

² Kotler Philip, *Marketing* (Jakarta: Erlangga, 1994), hal 262

memiliki rasa nyaman yang diinginkan maka mereka harus membina sebuah hubungan harmonis yang diinginkan bersama.

Komunikasi antara atasan dan karyawan yang dilakukan kurang efektif akan mempengaruhi kerja seluruh karyawan karena harus beradaptasi lagi dengan orang baru dan orang baru juga butuh beradaptasi dengan lingkungan sekitar. Dengan adanya orang baru maka orang lama masih harus memberi pengarahan dari awal seperti bayi yang baru lahir, dengan mengajari tahapan dan prosedur kerja dari awal. Dengan adanya orang baru banyak sekali pelanggan yang mengeluh dengan tingkah laku yang kurang baik dan kurangnya pengalaman menjadikan pelanggan tidak sepenuhnya percaya.

Sehingga komunikasi *Public Relations* disini tetap harus membina hubungan yang baik dengan karyawan dan pelanggannya. Apabila kenaikan upah maka akan dibuat kebijakan yang baru sehingga sama- sama tidak ada yang merasa dirugikan.

Oleh karena itu, penelitian yang berjudul “Public Relations dan Kebijakan Korporasi CV. Amanah Barokah Jaya menarik untuk diteliti dan diamati”

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana komunikasi *Public Relations* dalam pembentukan kebijakan kenaikan UMK?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *Public Relations* dan kebijakan korporasi CV. Amanah Barokah Jaya. Secara khusus, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

Ingin mengetahui komunikasi *Public Relations* dalam pembentukan kebijakan kenaikan UMK

D. Manfaat Penelitian

Secara operasional, manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini yang diharapkan adalah dapat menghasilkan deskripsi mengenai *Public Relations* dan kebijakan dalam sebuah lembaga atau perusahaan.

2. Manfaat praktis

Dalam penelitian ini yang dapat diharapkan dari penelitian ini adalah bagi dosen atau guru khususnya yaitu untuk bahan pengajaran, bagi pembaca, penelitian ini dapat menambah pemahaman, dan bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi awal dalam penelitian lain

dan juga diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai public relations dan kebijakan dalam sebuah lembaga maupun perusahaan.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memang sangat penting dalam sebuah proses penelitian. Penelitian terdahulu dapat digunakan untuk menguatkan penelitian, untuk bahan perbandingan dalam proses pembuatan penelitian.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Dini Fatmawati	G. Budi Wahyono	Rahmatika Ramadhan
Jenis Karya	Skripsi (Peran Humas dalam meningkatkan citra yayasan Masjid Mujahiddin sebagai Lembaga Pendidikan)	Jurnal (Analisa Peran Public Relations dalam penginformasian produk jasa pelayanan kepada Publik (Studi pada	Skripsi (Peran public relations untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat dalam kasus

		PT. POS Indonesia Persero Malang)	maraknya ledakan LPG di PT. Pertamina UPms V Surabaya)
Tahun Penelitian	2010	2007	2011
Metode Penelitian	Kualitatif	Kuantitatif	Kuanlitatif
Hasil Penelitian	Peran Public Relations : 1. Sebagai juru bicara yayasan masjid Mujahiddin untuk memberikan informasi tentang program- program masjid. 2. Menganol	1. Kegiatan public relations kurang optimal karena tidak adanya petugas yang secara khusus menjalankan tugas tersebut. 2. Peranan public relations dalam	Peranan public relations dalam memberika n informasi kepada konsumen sebagai publik eksternal.

	<p>opini publik yaitu mengubah kesan buruk masyarakat terhadap masjid menjadi kesan baik.</p> <p>3. Memonitor sikap publik tentang lembaga masjid.</p>	<p>memberikan informasi kepada konsumen sebagai publik eksternal kurang baik.</p>	
Tujuan Penelitian	<p>Untuk memahami dan mendeskripsikan peran an peran humas dalam meningkatkan citra YMM sebagai</p>	<p>Penelitian ini bertujuan melakukan analisa terkait peran bagian public relations dalam menginformasikan produk-</p>	<p>Penelitian bertujuan untuk :</p> <p>1. Memahami dan mendeskripsikan langkah-langkah yang dilakukan</p>

	<p>lembaga pendidikan.</p>	<p>produk jasa pelayanan yang ditawarkan kepada publik eksternal.</p>	<p>public relations untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat.</p> <p>2. Untuk memahami dan mendeskripsikan strategi public relations untuk mengembalikan</p>
Perbedaan	<p>Terletak pada metode penelitian, pembahasan, subyek obyek dan lokasi penelitian.</p>	<p>Terletak pada metode penelitian, pembahasan, subyek obyek dan lokasi penelitian.</p>	<p>Terletak pada metode penelitian, pembahasan, subyek obyek dan lokasi penelitian.</p>

F. Definisi Konsep

Pada dasarnya konsep merupakan unsur pokok dari suatu konsep sebenarnya, definisi singkat dari sejumlah fakta dan gejala yang ada³. Konsep yang telah dipilih peneliti harus haruslah di tentukan batasan dan permasalahan tersebut sehingga tidak terjadi kesimpangsiuran dalam memahami konsep- konsep yang diajukan dalam penelitian.

Penulis memberi batasan pada sejumlah konsep penelitian “Public Relations dan Kebijakan Korporasi” mengenai kenaikan UMK adalah sebagai berikut:

1. Public Relations

Public Relations adalah suatu kegiatan komunikasi dan penafsiran, serta komunikasi- komunikasi dan gagasan- gagasan dari suatu lembaga kepada publiknya, dan pengkomunikasian informasi, gagasan- gagasan, serta pendapat dari publiknya itu kepada lembaga dalam usaha yang jujur untuk menumbuhkan kepentingan bersama sehingga dapat tercipta suatu persesuaian yang harmonis dari lembaga tersebut dengan masyarakatnya. Yaitu suatu kegiatan timbal balik antara lembaga dengan publiknya. Tidak saja melakukan kegiatan

³ Kuncoro Ningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1990) hal. 21

kepada publik yang ada di luar lembaga, tetapi juga pihak publiknya melakukan kegiatan terhadap lembaga tersebut, sehingga terjadilah suatu pengertian bersama dalam meraih kepentingan bersama. Dalam proses komunikasinya, *Public Relations* tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menerima informasi dari publiknya. Sifat timbal baliknya itu bukan hanya memberi, tetapi juga menerima.

Bagi publik intern, terutama para pegawainya kegiatan *Public Relations* diperlukan untuk mewujudkan efisiensi kerja. Dengan mendekatkan program kebijaksanaan pimpinan kepada sikap dan kehendak para pegawainya sehingga mereka merasa diikutsertakan dalam mencapai tujuan bersama, kiranya *Public Relations* akan menemui sasarannya. Disamping itu, memberikan penjelasan dan petunjuk kepada para pekerja secara sistematis dan terus-menerus, baik mengenai teknik operasional maupun mengenai garis kebijaksanaan pimpinan maupun program kerjanya, merupakan tugas *Public Relations* dalam menumbuhkan suasana yang menyenangkan antara public intern dari perusahaan tersebut. Terhindarnya salah pengertian dari para pegawai terhadap program kerja atau kebijaksanaan pimpinannya akan memberikan dorongan dan keyakinan kepada para pegawai untuk bekerja dengan lebih baik lagi.

Dalam penelitian ini *Public Relations* secara tidak langsung bisa meningkatkan efisiensi kerja para pegawainya. Bahkan dapat membuktikan pula bahwa dengan kegiatan *Public Relations* bisa menurunkan harga jual. Secara eksak dapat dihitung bahwa kegiatan *Public Relations* lebih menguntungkan perusahaan.

2. Kebijakan Korporasi

Kebijakan perusahaan muncul dari pemimpin perusahaan maupun manajer perusahaan. Artinya jiwa kepemimpinan manajer perusahaan sangat diperlukan untuk lebih peka terhadap kondisi karyawan agar kebutuhan perusahaan juga terpenuhi secara langsung maupun tidak langsung. Karakter yang dibawa oleh manajer perusahaan mempengaruhi sifat dari kebijakan yang dibuat. Dan ini menjadi sumbu utama bagaimana suatu kebijakan dapat lahir menjadi sebuah peraturan perusahaan yang humanis atau tidak.

Seperti yang dijelaskan oleh pakar manajemen bisnis, Tony Schwartz bahwa kepemimpinan pemilik perusahaan sangat menentukan arah kebijakan perusahaan, seorang pemilik perusahaan yang baik harus mengubah paradigmanya, dari memeras pekerja untuk mendapatkan keuntungan, menjadi lebih memperhatikan dan berupaya memenuhi empat kebutuhan

dasar dari pekerjaannya, yakni kebutuhan fisik, emosional, mental, dan spiritual. Dengan memenuhi empat kebutuhan dasar tersebut, karyawan akan lebih bersemangat untuk bekerja lebih baik sehingga secara tidak langsung tingkat produktifitas kerja diharapkan akan naik. Dalam konteks yang lain, seorang manajer perusahaan harus mampu menjadi motivator, inspirator dan menjadi penggerak motor perusahaan yang baik. Keadaan ini akan tercipta manakala setiap manajer perusahaan mampu melihat kondisi komponen perusahaannya. Dan dalam hal ini, karyawan adalah komponen yang paling penting. Karena karyawan mampu menghasilkan suatu daya yang teramat besar untuk memajukan suatu perusahaan.

Maka dari itu, harus ada paradigma yang berubah dari manajer perusahaan bahwa seorang karyawan bukanlah pesuruh, budak ataupun pelaksana apa yang menjadi keinginan pribadi sang pemilik perusahaan untuk selalu untung dalam pertarungan bisnis. Tetapi akan lebih baik suatu manajer mampu menaruh hormat kepada karyawan sehingga karyawan merasa mempunyai harkat dan martabat sebagai manusia yang bekerja di bawah kepemimpinannya. Bahkan akan lebih baik lagi apabila suatu manajer perusahaan/pimpinan perusahaan mampu menganggap karyawan sebagai mitra bekerja.

Dalam penelitian ini kebijakan korporasi yang bersifat manusiawi tentu menjadi sebuah kinerja positif bagi karyawannya dalam menyongsong kesuksesan.

3. Upah Minimum Kerja

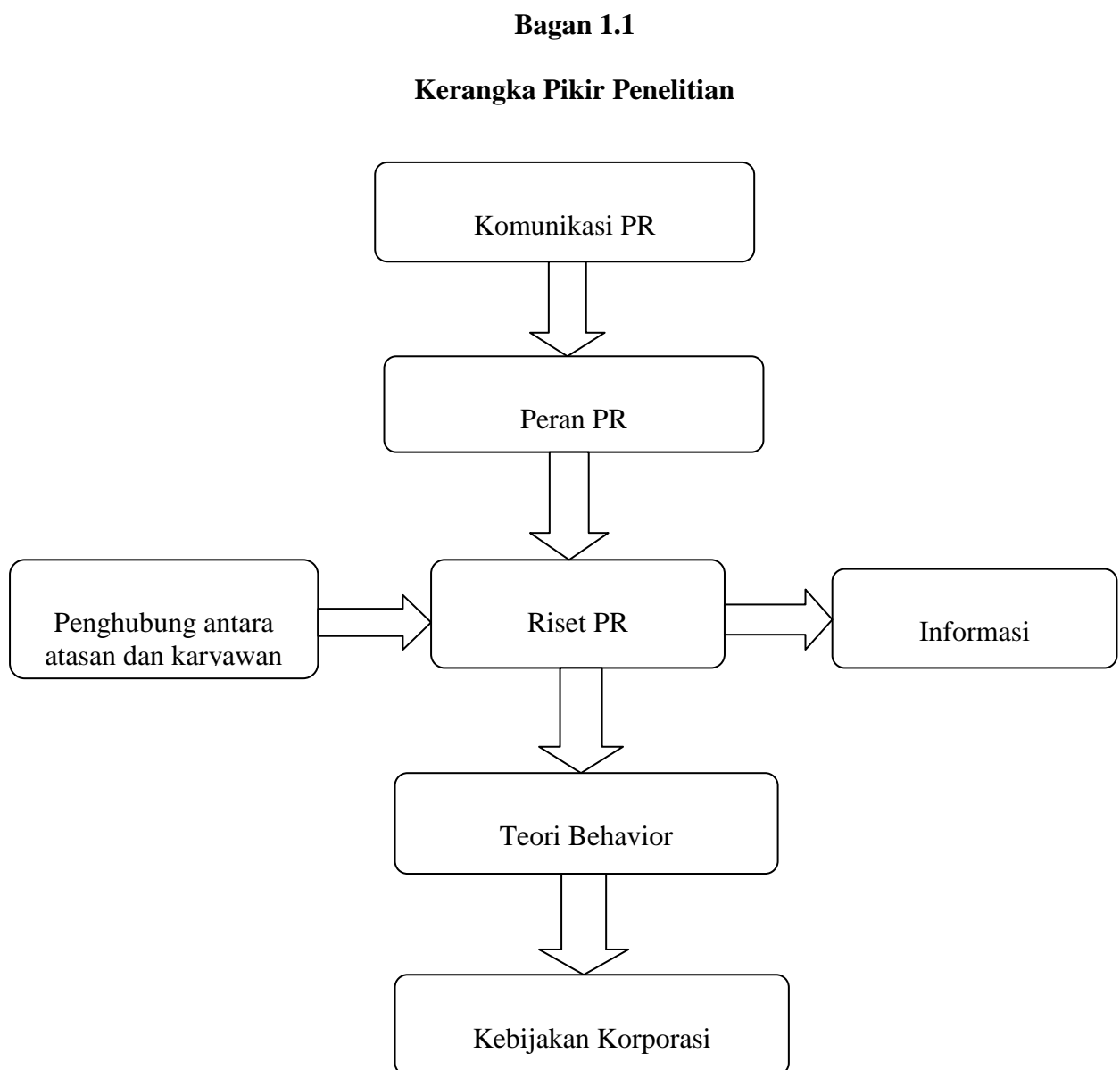
Upah Minimum adalah suatu standar minimum yang digunakan oleh para pengusaha atau pelaku industri untuk memberikan upah kepada pekerja di dalam lingkungan usaha atau kerjanya. Karena pemenuhan kebutuhan yang layak di setiap propinsi berbeda-beda, maka disebut Upah Minimum Propinsi.

Apabila kita merujuk ke Pasal 94 Undang-Undang (UU) no.13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, komponen upah terdiri dari upah pokok dan tunjangan tetap, maka besarnya upah pokok sedikit-dikitnya 75 % dari jumlah upah pokok dan tunjangan tetap. Definisi tunjangan tetap disini adalah tunjangan yang pembayarannya dilakukan secara teratur dan tidak dikaitkan dengan kehadiran atau pencapaian prestasi kerja contohnya : tunjangan jabatan, tunjangan komunikasi, tunjangan keluarga, tunjangan keahlian/profesi. Beda halnya dengan tunjangan makan dan transportasi, tunjangan itu bersifat

tidak tetap karena penghitungannya berdasarkan kehadiran atau performa kerja.

G. Kerangka Pikir Penelitian

Adapun ilustrasi kerangka pikir penelitian Public Relations adalah sebagai berikut:



Kerangka pikir penelitian diatas menjelaskan tentang alur penelitian yang dilakukan peneliti. Dalam penelitian ini peneliti mengambil bahasan komunikasi *Public Relations* dalam mengidentifikasi penelitian yang terdiri peran *Public Relations* yang menjadi penghubung antara atasan dan bawahan, melakukan riset, dan menginformasikan terkait dengan kebijakan kenaikan UMK. Karena dalam membahas komunikasi *Public Relations* untuk terciptanya hubungan yang baik dan mengembalikan kepercayaan karyawan. Karena dalam membahas komunikasi *Public Relations*, strategi dan langkah- langkah yang dilakukan adalah penting untuk melaksanakan komunikasi tersebut dengan maksimal.

Penelitian ini mengacu pada Teori Behavior, dimana teori ini mengkaji hubungan kemasyarakatan, maka penelitian ini berhubungan dengan interaksi perusahaan dengan public. Komunikasi yang dibentuk oleh masing- masing institusi baik *Public Relations* perusahaan kepada karyawan maupun sebaliknya harus sejalan, selaras dan seimbang.

H. Metode penelitian

1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif.

Penelitian deskriptif ini ditujukan untuk.⁴

- a. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
- b. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek- praktek yang berlaku.
- c. Membuat perbandingan atau evaluasi
- d. 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.

b. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian jenis ini menggunakan data- data berupa kata- kata, gambar bukan dari angka- angka dan semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti⁵. Disini, peneliti menganalisis banyak data dan sejauh mungkin dalam bentuk aslinya.

⁴ Jalaludin Rakhmat, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2004) hal 25

⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2006)hal 11

2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian

- a. Subyek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang dijadikan informan dalam penelitian, yaitu sumber daya manusia yang berperan sebagai PR dan karyawan di CV. Amanah Barokah Jaya.

✓ Nama : Muhammad Ridho

Usia : 25 Tahun

Sebagai : Karyawan CV. Amanah Barokah Jaya

✓ Nama : Sholeh

Usia : 23 Tahun

Sebagai : Karyawan CV. Amanah Barokah Jaya

✓ Nama : Rizky Komara Putra

Usia : 27 Tahun

Sebagai : Sumber Manusia CV. Amanah Barokah Jaya

✓ Nama : Senatrya Penandita

Usia : 33 Tahun

Sebagai : Pimpinan Perusahaan CV. Amanah Barokah Jaya

Dalam penelitian ini istilah yang digunakan untuk subyek penelitian adalah *informant* dan *key informant*. Pada dasarnya kedua istilah tersebut bermakna sama pada subyek penelitian, penekanan yang diinginkan dengan menyebut subyek penelitian dengan istilah informan adalah dari yang bersangkutan peneliti akan memperoleh informasi mengenai

hal- hal yang bersangkutan dengan dirinya sendiri ataupun tentang lingkungan sekitarnya yang menjadi topik penelitian ini. Pemilihan informan dan informan kunci lebih menekankan pada data apa yang hendak dicari. Informasi dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 4 orang di CV. Amanah Barokah Jaya.

- b. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah *Public Relations* dan kebijakan korporasi khususnya di CV. Amanah Barokah Jaya di surabaya dalam kenaikan upah minimum kerja yang diajukan karyawan dan kebijakan perusahaan agar dengan adanya kenaikan upah kerja tersebut.
- c. Lokasi penelitian: Penelitian ini dilaksanakan di CV. Amanah Barokah Jaya di Banyu Urip Kidul No. 28 Surabaya. Peneliti melakukan penelitian di perusahaan CV. Amanah Barokah Jaya karena letak yang strategis dengan rumah dan menarik untuk diteliti karena pada saat itu sedang karyawan menginginkan kenaikan upah.

Melihat perkembangan ini, khususnya dalam kenaikan upah minimum menuntut karyawannya untuk bekerja semaksimal mungkin dengan efektif dan efisien. Untuk mewujudkan komunikasi yang baik haruslah di tunjang sarana dan prasarana proses yang memadai. Salah satu langka trategis yang dilakukan adalah tugas

public relations untuk berkomunikasi dengan karyawan dengan kebijakan perusahaan dalam kenaikan upah minimum kerja.

3. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah asal informasi tentang fokus penelitian ini didapat. Dalam penelitian ini sumber data di bagi menjadi dua, yaitu:

a. Data primer

Data primer atau data pokok dari penelitian ini adalah data yang diperoleh dari sumber utama⁶. Data primer dalam penelitian ini diambil dari kebijakan perusahaan yaitu mengenai kenaikan upah minimum karyawan di CV. Amanah Barokah Jaya.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data atau informasi yang digunakan peneliti sebagai data pendukung atau tambahan penguat data yang sudah didapat.

Data sekunder dalam penelitian ini diambil diluar perusahaan CV. Amanah Barokah Jaya yaitu bisa berupa daftar kepustakaan dari buku-buku ataupun internet.

⁶ Iskandar Wirjokusumo dan Soemardji Ansori, *Metode Penelitian Kualitatif* (Penerbit: Unesa University Press, 2009) hlm. 5

4. Tahapan Penelitian

Adapun tahapan dalam penelitian ini adalah:

1. Menentukan tema

Dalam kebijakan perusahaan memiliki beberapa unsur yang menarik yang bisa digunakan dan pantas untuk diteliti, untuk itu peneliti menentukan tema penelitian yang akan diteliti dalam kenaikan upah minimum karyawan. Ini dimaksudkan untuk mempermudah peneliti karena hanya terfokus pada satu tema atau topik tertentu, sehingga hal-hal yang tidak bersangkutan bisa diabaikan. Dalam penelitian ini tema ini merujuk pada kebijakan perusahaan, yaitu hanya mengulas kenaikan upah minimum kerja karyawan di CV. Amanah Barokah Jaya.

2. Menyusun rancangan

Rancangan penelitian sangatlah dibutuhkan dalam suatu penelitian. Penyusunan rancangan penelitian ini dapat mempermudah proses penelitian, karena dengan membuat rancangan penelitian ini peneliti akan mengetahui langkah-langkah berikutnya yang akan diambil ketika meneliti.

3. Menentukan sumber data

Sumber data sangatlah banyak, untuk itu peneliti harus menentukan sumber data yang akan dijadikan bahan untuk

mendapatkan informasi tentang apa yang peneliti teliti. Penentuan sumber data ini digunakan sebagai acuan ketika sebelum peneliti mengumpulkan data. Dalam hal ini sumber data ada 2 yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

4. Mempersiapkan peralatan

Ini bertujuan untuk mempermudah kinerja peneliti dalam meneliti, hal ini dapat dilakukan dengan mempersiapkan hal-hal apa saja yang akan dibutuhkan ketika meneliti. Seperti alat-alat tulis untuk mencatat, guna mengumpulkan data.

5. Menganalisis data

Dalam menganalisis data peneliti dihadapkan pada beberapa jenis model penelitian yang bisa digunakan untuk menganalisis data. Untuk itu peneliti harus menentukan akan memakai model penelitian, sehingga peneliti hanya terfokus pada analisis penelitian yang telah ditentukan.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.⁷

Observasi merupakan kegiatan keseharian manusia dengan

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung:Alfabeta,2011), hlm. 145

menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit.⁸ Beberapa bentuk observasi adalah observasi langsung, berstruktur, tidak berstruktur, eksperimental, partisipasi dan kelompok. Dalam penelitian ini menggunakan observasi langsung, yakni pengamatan yang dilakukan pada obyek yang diobservasi. Hal ini dimaksud bahwa peneliti secara langsung melihat atau mengamati apa yang terjadi pada obyek penelitian.⁹ Observasi dilakukan dengan mengamati kemudian mencatat untuk mengumpulkan data penelitian.

Berpijak pada pendapat Spradley dalam Sugiono, observasi dalam penelitian ini dibagi dalam 3 (tiga) tahapan, yaitu:

- a. Observasi Deskriptif, dilakukan saat pertama kali memasuki lokasi penelitian. Pada tahap ini, peneliti melakukan deskripsi terhadap semua pelaku subjek.
- b. Observasi Terfokus, termasuk *mini tour observation*. Artinya pengamatan peneliti di fokuskan pada perilaku subyek penelitian.
- c. Observasi terseleksi, peneliti menguraikan perilaku yang ditemukan sehingga datanya lebih rigit.

⁸ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta:Kencana,2009) ,hlm. 133

⁹ Burhan Bungin "*Metodologi Penelitian Sosial*" (Surabaya:Airlangga,2001),143

b. Wawancara Mendalam

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga peneliti ingin mengetahui hal- hal dari responden yang lebih dalam¹⁰. Proses wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh keterangan pemicu kenaikan upah minimum kerja dengan kebijakan dari perusahaan.

Langkah- langkah dalam wawancara menurut Lincoln dan Guba terdiri dari tujuh tahap,yaitu¹¹:

- a. Menentukan sasaran wawancara, yaitu subyek dan informan.
- b. Menyiapkan pokok- pokok masalah yang akan menjadi bahasan wawancara.
- c. Mengawali atau membuka alur wawancara dengan ucapan salam.
- d. Melangsungkan wawancara.
- e. Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengahirinya.
- f. Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan.
- g. Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh.

¹⁰ *Ibid.* hal: 231

¹¹ *Ibid.* hal: 235

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dan pencarian informasi melalui penemuan fakta-fakta atau bukti-bukti. Hal ini bisa saja berupa apa saja yang terdokumentasi, misalnya berupa foto, video, teks, gambar, majalah, dan sebagainya.

6. Teknik Analisis Data

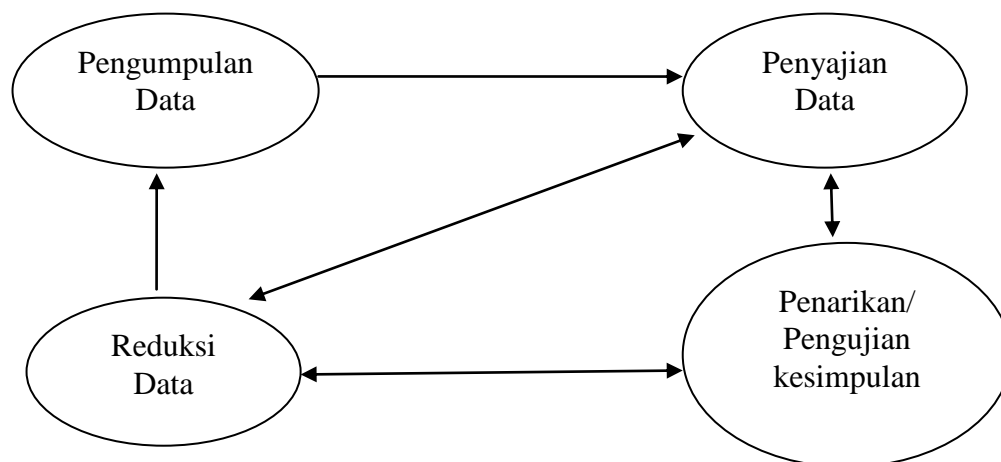
Teknik analisis data merupakan hal yang penting karena bisa digunakan untuk memecahkan rumusan masalah yang ada sehingga dapat lebih mudah dipahami. Analisis data dalam penelitian ini adalah:

a. Analisis kebijakan perusahaan

Menganalisis bagaimana kebijakan perusahaan yang akan menjadi sebuah dorongan positif bagi kinerja karyawannya dalam menyongsong kesuksesan.

b. Analisis kenaikan upah minimum kerja

Menganalisis kenaikan upah minimum kerja terhadap karyawan berpengaruh terhadap upah pekerja secara yang ada dalam perusahaan CV. Amanah Barokah Jaya.



Bagan 1.2
Analisis Data Model Interaktif

Sumber : Matthew B. Miles & A. Michael Huberman
Analisis Data Kualitatif
Terj. Tjejep Rohendi Rochidi, (Jakarta, UI Press,
1992). hal 20

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data sangat penting dilakukan agar data yang diperoleh memiliki nilai kevalidan dan kesahihan data. Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reabilitas) menurut versi “positivisme” dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya sendiri.¹²

Adapun teknik yang digunakan dalam pemeriksaan keabsahan data adalah:

¹² Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2002), hlm 321

a) Perpanjangan Keikutsertaan

Peneliti terlibat dengan tempat penelitian dan subyek penelitiannya dalam waktu yang cukup lama agar peneliti dapat mendeteksi jika ada kelainan atau kejanggalan yang muncul.¹³ Ini dikarenakan keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tidak hanya dilakukan dalam waktu yang singkat tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan pada latar penelitian.

b) Diskusi Dengan Teman Sejawat

Teknik ini dilakukan dengan cara mendiskusikan data-data yang telah terkumpul beserta analisisnya dengan orang-orang yang dianggap memahami fokus penelitian yang dikaji.

c) Triangulasi

Merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Triangulasi diperlukan sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan.

Pelaksanaan teknis dari langkah pengujian triangulasi akan memanfaatkan sumber, metode, dan teori.¹⁴

¹³ Esher, Kuntjara, "Penelitian Kebudayaan Sebuah Panduan Praktis", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm 107

¹⁴ Burhan, Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2008), hlm 256-257

a. Triangulasi Dengan Sumber Data

Dilakukan dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif yang dilakukan.

b. Triangulasi Dengan Metode

Dilakukan dengan untuk melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data, apakah informasi/hasil yang didapat dengan metode interview sama dengan metode observasi atau sebaliknya.

c. Triangulasi Dengan Teori

Dilakukan dengan menguraikan pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari tema atau penjelasan pembanding. Hal itu dapat dilakukan dengan menyertakan usaha pencarian cara lainnya untuk mengorganisasikan data yang mungkin mengarahkan pada penelitian lainnya.

I. Jadwal Penelitian

Tabel 1.2

No	Uraian Kegiatan	Waktu Penelitian (dalam 4 bulan)			
		Okt	Nop	Des	Jan
01	Pra-survey/studi pendahuluan	X			
02	Pembuatan proposal		X		
03	Pengumpulan Data	X	X		
04	Analisis Data	X	X		
05	Penulisan Laporan			X	X

J. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam pembahasan serta mempermudah dalam pembahasan lainnya maka laporan penelitian ini dibagi kedalam lima bab yaitu:

BAB I

PENDAHULUAN

Meliputi : Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Hasil Penelitian Terdahulu, Definisi Konsep, Kerangka Pikir Penelitian, Metode penelitian,

Sistematika Pembahasan dan Jadwal Penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORETIS

Meliputi : Kajian Pustaka (beberapa referensi yang digunakan untuk menelaah obyek kajian) dan Kajian Teori (teori yang digunakan untuk menganalisis masalah penelitian).

BAB III

PENYAJIAN DATA

Meliputi Deskripsi Subyek dan Deskripsi Data Penelitian.

BAB IV

ANALISIS DATA

Meliputi : Temuan Penelitian dan Konfirmasi Temuan dengan Teori.

BAB V

PENUTUP

Meliputi : Simpulan dan Rekomendasi.