

Penelitian Naratif pada Kajian Komunikasi Korporat: Literature Review

Arifah Armi Lubis
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tanri Abeng, Jakarta

E-mail: arifah@tau.ac.id

ABSTRAK

Beragam metode dalam pendekatan kualitatif, salah satunya adalah penelitian naratif (*narrative research/narrative inquiry*). Menariknya, penggunaan penelitian naratif dalam kualitatif masih belum sepopuler metode lain padahal penelitian naratif menjanjikan bidang penelitian baru dan solusi kreatif pada topik-topik penelitian ilmu komunikasi termasuk terkait komunikasi korporat (*corporate communication*). Oleh karena itu, kajian ini menggunakan *literature review* agar dapat memberikan gambaran penelitian-penelitian terdahulu mengenai penelitian naratif dalam metodologi kualitatif pada kajian komunikasi korporat. Hasil dari tinjauan ini menunjukkan bahwa hanya terdapat dua jurnal dari Google Scholar dari rentang waktu 2019-2024 yang menggunakan penelitian naratif dalam kajian komunikasi korporat.

Kata kunci : penelitian naratif, *narrative research*, *narrative inquiry*, komunikasi korporat, *corporate communication*, *literature review*

ABSTRACT

Various methods in qualitative approaches, one of which is narrative research (*narrative inquiry*). Interestingly, the use of narrative research in qualitative is still not popular with other methods even though narrative research promises new research fields and creative solutions to communication science research topics including corporate communication. Therefore, this study uses a literature review to provide an overview of previous studies on narrative research in qualitative methodology in corporate communication studies. The results of this overview show that there are only two journals from Google Scholar from the 2019-2024 period that use narrative research in corporate communication studies.

Keyword : *narrative research*, *narrative inquiry*, *corporate communication*, *literature review*

1. PENDAHULUAN

Secara mendasar pendekatan kualitatif tentu berbeda dengan kuantitatif. Lawrence Neuman menjelaskan semua pendekatan kualitatif bisa dilihat saat dikontraskan dengan metode kuantitatif. Sebagian besar teknik data kuantitatif adalah kondensator data,

yang meringkaskan data secara berurutan untuk melihat gambaran besarnya. Sebaliknya pendekatan kualitatif, paling baik dipahami sebagai *enhancer data* artinya saat data ditingkatkan, peneliti dapat melihat aspek kunci kasus dengan lebih jelas (Neuman, 2014, p. 17). Penelitian kualitatif mencakup penggunaan subjek yang dikaji dan

kumpulan berbagai data empiris-studi kasus, pengalaman pribadi, intropeksi, perjalanan hidup, wawancara, teks-teks hasil pengamatan, historis, interaksional dan visual-yang menggambarkan saat-saat dan makna keseharian dan problematis dalam kehidupan seseorang (Denzin & Lincoln, 2009, p. 2).

Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Di sini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2009, p. 57).

Penelitian kualitatif memiliki rancangan penelitian yang spesifik. Rancangan ini utamanya terkait dengan pengumpulan data, analisis data, dan laporan penelitian, tetapi tetap berasal dari berbagai disiplin dan terus berkembang dinamis sepanjang proses penelitian. Ada banyak rancangan kualitatif, seperti 28 pendekatan yang pernah diidentifikasi oleh Tesch (1990), 22 jenis dalam konsep pohonnya Wolcott (2009), dan lima pendekatan kualitatif oleh Creswell (2013) (Creswell, 2016).

Sementara itu, Denzin dan Lincoln secara spesifik menyebut ragam metode kualitatif sebagai strategi penelitian dan membaginya menjadi 8 jenis metode kualitatif (Denzin & Lincoln, 2009, pp. 256-260). Sementara Valerie J. Janesick dalam (Denzin & Lincoln, 2009, p. 267) membagi 18 strategi/metode penelitian: Etnografi, Riwayat Hidup, Sejarah Lisan, Etnometodologi, Studi Kasus, Observasi Partisipan, Riset lapangan atau Studi Lapangan, Penelitian Naturalistik, Penelitian Fenomenologis, Penelitian Ekologi Deskriptif, Penelitian Deskriptif, Kajian Interaksionis Simbolik, Etnografi-Mikro, Penelitian Interpretif, Penelitian Tindakan, Penelitian Naratif, Historiografi, Kritik Sastra.

Penjelasan mengenai metode kualitatif seperti studi kasus, etnografi, studi fenomenologi, penelitian deskriptif, sudah sangat banyak ditemukan secara spesifik pada buku, jurnal dan ragam penelitian yang dilakukan di lintas keilmuan. Menariknya, penggunaan penelitian naratif dalam riset kualitatif masih belum sepopuler metode lain. Penelitian naratif merupakan salah satu desain penelitian dalam pendekatan kualitatif. Bentuknya beragam dan prakteknya pun beragam. Masing-masing literatur menggambarkan penelitian naratif sebagai sebuah metode yang unik dan khas.

Penelitian naratif menjanjikan bidang penelitian baru, solusi kreatif untuk masalah yang terus-menerus, cara untuk membangun hubungan dengan disiplin ilmu lain seperti studi budaya dan sastra, serta kemungkinan yang lebih baik untuk menerapkan penelitian pada kebijakan dan praktik, dan pandangan baru tentang politik penelitian sosial (Squire & et.al, 2014, p. 1).

Definisi naratif yang luas dan inklusif adalah bahwa narasi pertamanya adalah serangkaian tanda, yang mungkin melibatkan tulisan, lisan atau suara lainnya, atau elemen visual. Naratif juga harus mengandung makna-makna tertentu, bukan hanya makna-makna umum. Penelitian naratif (*narrative research*) terkadang juga disebut penyelidikan naratif (*narrative inquiry*), melibatkan pengerjaan bahan-bahan naratif dari berbagai jenis seperti permainan video, novel, film, atau pidato. Terkadang, bahan-bahan naratif muncul sebagai bagian dari penelitian. Dalam kasus kedua ini, peneliti mungkin meminta partisipan penelitian mereka untuk menghasilkan cerita. Cerita-cerita tersebut dapat berupa kisah hidup yang diucapkan, atau potret diri yang difoto, atau jurnal kejadian sehari-hari (Squire & et.al, 2014).

Berbicara mengenai komunikasi korporat, tidak ada satu pun praktik

terbaik yang berlaku secara universal untuk semua organisasi karena perbedaan strategi, budaya, gaya manajemen, teknologi, dan pasar. Jadi, sangat penting untuk mencocokkan strategi perusahaan dengan kebijakan dan praktik komunikasi perusahaan. Komunikasi korporat memerlukan penekanan, tidak hanya pada peningkatan citra eksternal, tetapi juga pada aktivitas yang diarahkan secara internal yang dijelaskan dengan tepat oleh Luscuere dalam (van Riel & Fombrun, 2007)) sebagai penciptaan "kemampuan diagnostik dan perubahan" untuk merangsang semua karyawan agar bekerja sama untuk mendukung tujuan perusahaan secara keseluruhan, daripada hanya berfokus pada tugas fungsional mereka.

Minat pada kajian komunikasi korporat (*Corporate Communication*) cukup besar, sebagian besar berkaitan dengan strategi komunikasi dalam membangun citra dan reputasi korporat, strategi komunikasi krisis serta implementasi CSR yang berkaitan dengan hubungan korporat dengan *stakeholder*. Jadi, berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk menelusuri penelitian-penelitian terdahulu yang menunjukkan minat pada kajian di bidang *Corporate Communication* dengan penggunaan metode penelitian naratif kualitatif. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan kajian lebih lanjut melalui "*Literature Review: Penelitian Naratif dalam Kualitatif pada Kajian Komunikasi Korporat*".

2. LANDASAN TEORI

Penelitian Naratif

Selama lebih dari dua dekade, metode naratif telah mendapatkan momentum melalui dua cara, umumnya sebagai istilah dalam literatur penelitian pendidikan dan kemudian digunakan di berbagai disiplin ilmu. Investigasi naratif diatur dalam cerita manusia dari pengalamannya. Metode ini memberi

peneliti kerangka kerja yang kaya, yang membantu peneliti menyelidiki cara manusia mengalami dunia yang dilukiskan melalui cerita mereka. Naratif mencatat pengalaman manusia melalui konstruksi dan rekonstruksi cerita pribadi karena kemampuannya untuk merekam dan menceritakan kembali peristiwa yang mempengaruhi kehidupan keseharian. Penelitian naratif bertumpu pada anggapan bahwa kita sebagai manusia membuat rasa pengalaman dengan pengenalan struktur cerita. Naratif bukan merupakan rekonstruksi hidup yang obyektif, ini adalah penafsiran bagaimana hidup dipersepsikan. Dengan demikian, hal ini didasarkan pada pengalaman hidup responden dan memerlukan bagian-bagian tertentu dari kehidupan mereka (Webster & Mertova, 2007, p. 1 & 3).

Riesman (2008) menyebutkan bahwa penelitian naratif (*narrative research*) merupakan rancangan penelitian tentang kemanusiaan di mana peneliti mempelajari kehidupan individu-individu dan meminta seorang atau sekelompok individu untuk menceritakan kehidupan mereka (Creswell, 2016, p. 18). Clandinin dan Conely (2000) kemudian menguraikan bahwa informasi-informasi yang didapat peneliti ini kemudian diceritakan kembali oleh peneliti dalam kronologi naratif. Di akhir tahapan penelitian, peneliti harus menggabungkan dengan gaya naratif pandangan-pandangannya tentang kehidupan peneliti sendiri (Creswell, 2016, p. 18).

Bagi Clandinin dan Conely dalam (Denzin & Lincoln, 2009, p. 572), ungkapan "mengalami pengalaman" (*experiencing the experience*) adalah pertanyaan penting yang harus dijawab. Artinya, makna-penting mengkaji sebuah pengalaman harus bisa dijelaskan. Clandinin dan Conely menjelaskan bahwa narasi (naratif) bisa berupa fenomena dan metode yang merujuk pada kualitas pengalaman terstruktur agar dapat dikaji sekaligus mengacu pada pola-pola

penelitian untuk mengkajinya. Untuk memberikan pembeda, maka istilah kisah (*story*) untuk menyebut fenomena dan istilah narasi (*narrative*) untuk menyebut penelitian. Jadi dapat dikatakan bahwa secara alami manusia akan menuturkan hidupnya dan menceritakan kisah-kisah hidupnya. Sementara itu, c (Denzin & Lincoln, 2009, p. 574).

Lebih lanjut Clandinin dan Conely menekankan bahwa, pengalaman yang hendak dikaji bergantung dari tujuan dan kepentingan seorang pengamat. Pada semua tingkat pengalaman selalu terkandung dimensi internal dan eksistensial yang dapat dikaji. Tujuan akhirnya adalah bagaimana memahami dimensi sosial dan eksistensial sebuah pengalaman melalui proses pengkajian makna situasi pengalaman itu sendiri (Denzin & Lincoln, 2009, p. 575).

Clandinin dan Conely kemudian menyimpulkan bahwa dalam proses penuturan pengalaman terdapat relasi-reflektif antara menghidupkan, menyampaikan, mengisahkan ulang dan menghidupkan kembali sebuah kisah perjalanan hidup (*life story*) (Denzin & Lincoln, 2009, p. 578).

Dalam istilah naratif (*narrative*) tercakup pengertian menyimak, menyampaikan atau menyampaikan ulang cerita-cerita tentang orang-orang serta masalah-masalah kehidupannya. Sebagai kata benda, naratif juga dapat diartikan sebagai cerita, kisah, atau penjelasan tentang serangkaian peristiwa sesuai dengan urutan kejadiannya. Dengan demikian, naratif dapat diartikan juga sebagai plot atau alur cerita. Naratif berarti juga proses penyampaian cerita atau penjelasan tentang sesuatu (Takwin, 2007, p. 34).

Bruner (1987) dalam Takwin (2007: 35) menunjukkan bahwa naratif mengandung: fabula (deskripsi rangkaian peristiwa), *sjuzet* atau alur cerita sesuai urutan waktu; dan forma (*genre*). Ketiganya membentuk naratif yang menjadi bermakna melalui identifikasi

melalui beragam agen. Secara lebih rinci, Bruner (1991) dalam (Takwin, 2007, pp. 35-37) memaparkan karakteristik naratif dalam sepuluh istilah berikut:

- 1) Diakronisitas naratif (*narrative diachronicity*): naratif mengambil tempat dalam waktu tertentu.
- 2) Partikularitas (*particularity*): naratif berurusan dengan peristiwa-peristiwa partikular meski beberapa peristiwa mungkin saja tetap tak jelas dan bersifat umum.
- 3) Melibatkan derajat kesadaran tertentu (*intentional state*): karakter-karakter dalam naratif memiliki keyakinan-keyakinan (*beliefs*), hasrat-hasrat, teori-teori, nilai-nilai, dan sebagainya.
- 4) Tersusun dan dapat dipahami secara hermeneutika (*hermeneutic composability*): naratif dapat ditaksirkan menurut perannya sebagai serangkaian peristiwa terpilih yang membentuk cerita.
- 5) Kanonisitas dan penyimpangan (*canonicity and breach*): cerita dalam naratif mengandung hal-hal yang biasa atau umum dalam sebuah budaya tertentu (*canon*), serta mengandung juga hal-hal yang tak biasa atau menyimpang dari keadaan umum atau normal.
- 6) Dapat dirujuk kepada kenyataan (*referentially*): cerita dalam naratif, melalui pelbagai cara, merujuk kepada kenyataan meski hubungannya tidak secara langsung dapat dikenali.
- 7) Mengandung ciri-ciri generik (*genericness*): naratif memiliki karakteristik umum yang memungkinkannya dimasukkan ke dalam jenis cerita atau *genre* tertentu.
- 8) Kenormatifan (*normativeness*): naratif merupakan klaim tentang bagaimana seharusnya seorang bertindak.
- 9) Sensitivitas terhadap konteks dan dapat dinegosiasikan (*context*

sensitivity and negotiability): dalam penafsirannya, naratif mensyaratkan adanya negosiasi peran antara pemilik cerita, teks dan pembaca, termasuk peralihan dari sebuah konteks ke naratif, serta ide-ide penundaan ketidakpercayaan atau keraguan terhadap jalannya cerita.

- 10) Pertambahan naratif (*narrative accrual*): naratif merupakan hasil akumulatif dari berbagai cerita. Satu cerita baru menambah dan melengkapi cerita sebelumnya.

Kesepuluh karakteristik tersebut mengajarkan sifat-sifat realitas sebagai hasil konstruksi pikiran manusia melalui naratif. Pemahaman yang hendak dicapai oleh naratif adalah pengertian tentang tindak pikiran primer, termasuk juga bagaimana pikiran manusia bekerja dan mengonstruksi makna.

Ada tiga jenis penelitian naratif, Pertama, *Event-centered* dimana jenis ini mengasumsikan bahwa representasi internal dan individu kurang lebih konstan. Kedua, *experience-centered* yang menekankan bahwa representasi internal bervariasi drastis dari waktu ke waktu, sehingga satu fenomena bisa menghasilkan cerita yang sangat berbeda, bahkan dari orang yang sama. Ketiga, *Co-constructed narrative* 'lebih sosial', dikonstruksi bersama karena cerita adalah ekspresi keadaan kognitif atau afektif internal. Oleh karena itu, *event-centered* dan *experience-centered* diklasifikasikan sebagai penelitian naratif yang berorientasi pada individu sementara *co-constructed* berorientasi pada sosial (Andrews & et.al., 2008, pp. 5-6).

Czarniawska (2004) kemudian menyimpulkan dari beragam literatur setidaknya ada tiga cara pengumpulan cerita: (a) yang pertama adalah merekam pengisahan cerita secara spontan selama penelitian lapangan; (b) Pendekatan kedua yaitu memunculkan cerita melalui panduan wawancara; (c) Cara ketiga mengumpulkan cerita adalah meminta

mereka melalui cerita tertulis yang disampaikan lewat medium seperti internet.

Sementara itu, Clandinin dan Conely dalam (Denzin & Lincoln, 2009, pp. 580-587) menjelaskan beragam metode populer yang dipakai untuk melaporkan pengalaman hidup yaitu (a) sejarah lisan (*oral history*), (b) Metode Catatan berkala dan kronik (*annals & cronicles*), (c) kisah-kisah keluarga, (d) Foto, kotak memori, dan artefak pribadi/keluarga lainnya, (e) wawancara penelitian, (f) jurnal, (g) autobiografi, (h) surat, (i) percakapan, (j) Catatan lapangan dan cerita-cerita lain yang bersumber dari lapangan.

Frasa 'naratif' ini ternyata memiliki rentang yang luas dan seringkali berkaitan dengan hal lain, seperti yang dijelaskan berikut ini:

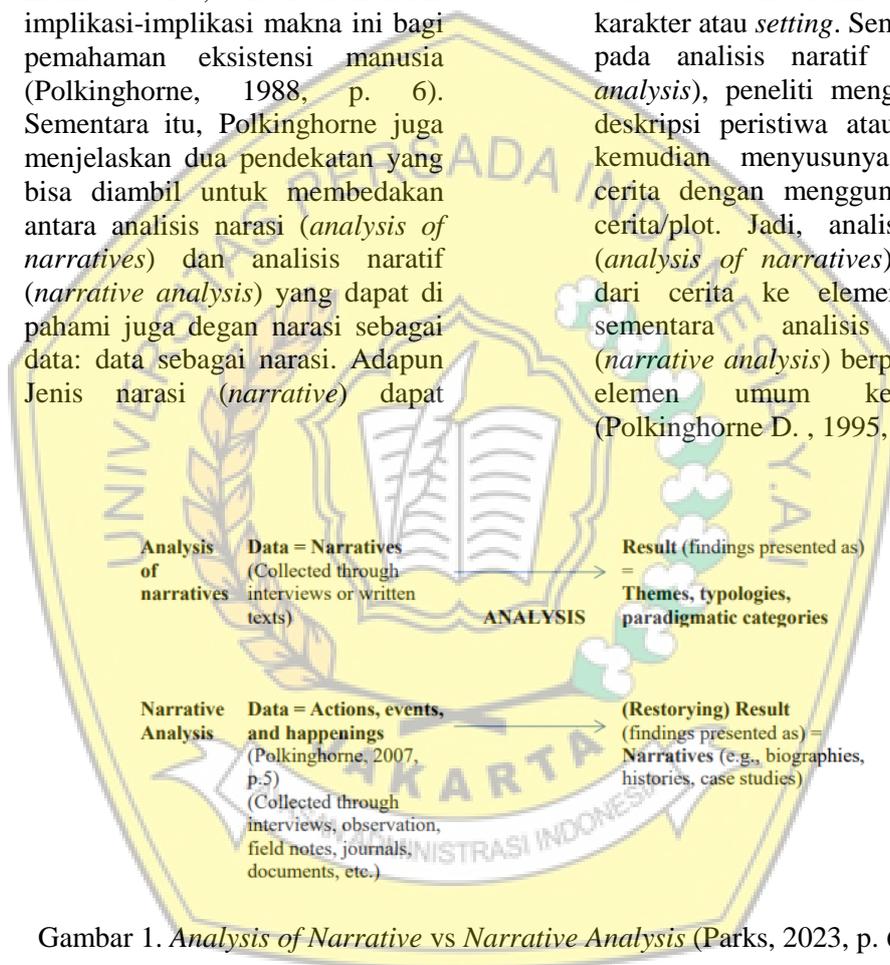
- 1) Naratif adalah sebuah istilah populer dalam riset sosial barat kontemporer, naratif juga sebuah istilah yang seringkali didengar dalam wacana populer yang berkonotasi sebagai sebuah pemahaman yang akut dan istilah naratif digunakan secara deskriptif dalam wacana populer (*popular discourse*) dalam disiplin akademis yang berkaitan dengan film dan novel (Andrews & et.al., 2008).

- 2) Denzin dan Lincoln menggunakan istilah yang berbeda mengenai penelitian naratif. Naratif menjadi model dalam metode biografis yang diklasifikasikan sebagai salah satu strategi penelitian kualitatif Denzin dan Lincoln. Sementara itu, Denzin dan Lincoln juga mengelompokkan metode pengalaman personal (yang sama seperti metode biografis) yang merefleksikan ide, gagasan, dan makna pengalaman individu tertentu pada situasi kekinian sebagai metode pengumpulan dan analisis data empiris. Frase 'naratif' bagi Denzin dan Lincoln ditujukan

pada analisis naratif/wacana yaitu salah satu jenis analisis diskursus tekstual (Denzin & Lincoln, 2009, pp. 497, 498).

- 3) Polkinghorne menuliskan bahwa tujuan dari kajian makna naratif adalah untuk menjelaskan operasi-operasi yang menghasilkan jenis makna tertentu, dan untuk menarik implikasi-implikasi makna ini bagi pemahaman eksistensi manusia (Polkinghorne, 1988, p. 6). Sementara itu, Polkinghorne juga menjelaskan dua pendekatan yang bisa diambil untuk membedakan antara analisis narasi (*analysis of narratives*) dan analisis naratif (*narrative analysis*) yang dapat dipahami juga dengan narasi sebagai data: data sebagai narasi. Adapun Jenis narasi (*narrative*) dapat

dilihat dengan mengetahui pendekatan apa yang digunakan: (a) pada analisis narasi (*analysis of narratives*) mengumpulkan cerita-cerita (*stories*) sebagai data dan menganalisisnya dengan proses paradigmatis untuk membuat deskripsi tema yang tertulis dalam cerita atau taksonomi tipe cerita, karakter atau *setting*. Sementara (b) pada analisis naratif (*narrative analysis*), peneliti mengumpulkan deskripsi peristiwa atau kejadian kemudian menyusunnya menjadi cerita dengan menggunakan alur cerita/plot. Jadi, analisis narasi (*analysis of narratives*) bergerak dari cerita ke elemen umum, sementara analisis naratif (*narrative analysis*) berpindah dari elemen umum ke cerita (Polkinghorne D. , 1995, p. 12)

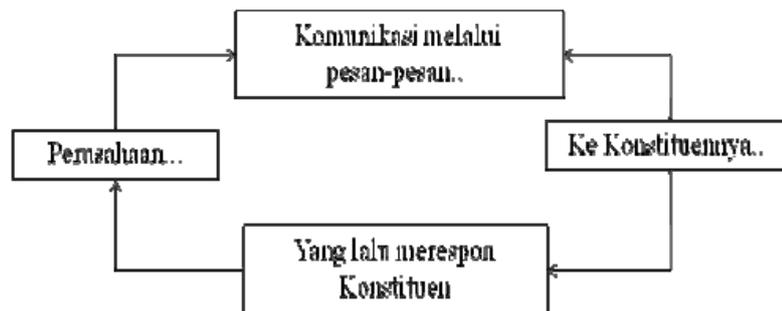


Gambar 1. *Analysis of Narrative vs Narrative Analysis* (Parks, 2023, p. 60)

Corporate Communication

Komunikasi korporat adalah cara organisasi berkomunikasi dengan bermacam orang. Komunikasi, lebih dari subjek lain dalam bisnis, memiliki implikasi-implikasi bagi setiap orang dalam organisasi. Komunikasi korporat menekankan pentingnya strategi komunikasi dalam strategi korporat perusahaan keseluruhan (Argenti, 2010, p. 31). Argenti menyebutkan bahwa konsep

Public Relations merupakan fungsi pendahulu *Corporate Communications*. Tetapi karena kebutuhan suatu perusahaan sangat kompleks, maka *Public Relations* saja tidaklah cukup. Kebutuhan untuk memberikan respon secara terus menerus yang mengharuskan adanya sumber daya yang berdedikasi mengelola komunikasi perusahaan (Argenti, 2010, p. 51). Argenti kemudian menekankan perlunya kerangka kerja strategi komunikasi korporat:



Gambar 2. Kerangka Kerja Strategi Komunikasi Korporat (Argenti, 2010, p. 32)

Komunikasi korporat mencakup komunikasi pemasaran, komunikasi organisasi, dan komunikasi manajemen. Komunikasi korporat adalah pendekatan yang koheren terhadap pengembangan komunikasi dalam organisasi, pendekatan yang dapat diadopsi oleh spesialis komunikasi untuk merampingkan aktivitas komunikasi mereka sendiri dengan bekerja dari kerangka strategis yang terkoordinasi secara terpusat (van Riel & Fombrun, 2007, p. 22). Argenti menjelaskan fungsi-fungsi komunikasi korporat yang terdiri dari: identitas dan citra, iklan dan advokasi korporat, CSR, *Media Relations*, *Marketing Communication*, Komunikasi Internal, *Investor Relations*, *Government Relations*, dan Manajemen Krisis (Argenti, 2010).

3. METODOLOGI

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif studi *literature review*. Studi literatur atau sering disebut dengan studi pustaka merupakan sebuah proses membaca atau mencari serta memahami berbagai jenis literatur, hasil

studi atau penelitian yang berhubungan dengan riset atau penelitian yang sedang dilakukan.

Kriteria inklusi yang digunakan yaitu jurnal penelitian yang dipublikasikan tahun 2019-2024, artikel asli dari sumber utama, dan artikel Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris, sedangkan kriteria eksklusi yang digunakan yaitu jurnal yang memenuhi kriteria analisis naratif kualitatif, atau *qualitative narrative inquiry*, terkait dengan kajian komunikasi korporat, jurnal *full text* atau utuh. Pencarian *literature* menggunakan *database* Google Scholar. *Keyword* yang digunakan dalam mencari penelitian terdahulu yaitu penelitian naratif, studi naratif, analisis naratif, *narrative inquiry*, komunikasi korporat dan *corporate communication*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun data hasil penelitian yang dimasukkan dalam artikel *literature review* ini adalah analisis dan rangkuman dari artikel yang dikaji terkait penelitian naratif kualitatif pada kajian komunikasi korporat.

Tabel 1. Hasil Ekstraksi Data

No	Penulis (Tahun)	Judul	Hasil
1	(Weder, Lemke, & Tungarat, 2019)	<i>(Re)storying Sustainability: The Use of Story Cubes in Narrative Inquiries to Understand Individual Perceptions of Sustainability</i>	<i>The potential to enhance a deeper understanding of individual perceptions of sustainability and even hint at possibilities to intervene in sustainability related behaviour.</i>
2	(Rakhmaniar, 2024)	Komunikasi Krisis Dalam Organisasi: Analisis Naratif tentang Pengelolaan Konflik Internal	Konflik internal dalam organisasi sering kali disebabkan oleh perbedaan kepentingan, kurangnya komunikasi yang efektif, dan perubahan organisasi yang signifikan. Perbedaan kepentingan dan tujuan antar individu atau kelompok menjadi pemicu utama konflik, sementara kurangnya komunikasi yang jelas memperburuk situasi.

Berdasarkan hasil ekstraksi data maka ditemukan hasil sintesis sebagai berikut:

- 1) Penelitian Naratif dapat digunakan untuk kajian Komunikasi Korporat.
- 2) Penelitian Naratif dapat dikombinasikan dengan analisis isi

kualitatif untuk menganalisis ‘story’ dari informan.

Pada (Weder, Lemke, & Tungarat, 2019) ditemukan penjelasan mengenai metode naratif yang digunakan sebagai berikut:

solutions [42]. Here, Laszlo [43,44] introduces narratives as an expressive vehicle of common-sense thinking [42]. People create stories in order to better understand the world and they share the stories with others. Narratives represent storied ways of knowing and communicating [45]. A narrative can be defined as the expression of experiences made by (human or nonhuman) character. In other words, a narrative is the attempt to define what it means to be living and what it means to be human [46]. This experience is made through events which arise in action [47] (p. 312) and have a so-called *turning point* that leads to a resolution [46,48–50].

We link this narrative approach to a storytelling approach with specific attention to the plot that we understand as “problematization”. To problematize means the construction of problems or, at least, the creation of confusion over an issue. The process of problematization is used in research as strategy to develop research questions [63]. As well, problematization is a key term in Foucaults work, here, with a strong focus on objects [64]. With a communication perspective and a narrative approach, we work with a broader understanding, linked to the storytelling approach and the idea of a plot (and dramaturgy). Thus, instead of going back to asking for the epistemological significance of an idea or concept, we understand problematization as social practice, challenging existing perspectives or practices. Thinking about a complex issue like sustainability and strategies

The “narrative turn” in qualitative research, narrativity has been applied and employed in social theory (overview in [47] (p. 312 f)) Eckstein [82] and Sandercock [83] explain, that each individual has a core story and that we become our stories by telling and re-telling them and “reproducing” ourselves. This paper will not ask for greater social representations, i.e. in the media. Instead, we are interested in the storied ways of sensemaking of the complex framework of sustainability and learn how far sustainability acts a *moral compass* in these stories.

Gambar 3. Penjelasan ‘Narrative’ dalam (Weder, Lemke, & Tungarat, 2019)

Penjelasan di atas mengarahkan pemahaman bahwa *narrative inquiry* (penelitian naratif) digunakan, dengan penekanan pada pengalaman, cerita dari

subjek penelitian. Namun, yang menarik dari jurnal tersebut, ditemukan penggunaan *storytelling* sebagai metode analisis:

As a method of analysis, the storytelling approach involves “life story research” or oral history, using semi-structured interviews with a qualitative approach; all narratives are co-constructed—which is important for thematic analyses [90], or grounded theory approaches [91,92]; the so called “Interpretive Phenomenological Analysis” [93] uses a similar approach. Compared to narrative inquiries applied in diverse disciplines [39,94], we use the storytelling approach embedded in a narrative interview [95].

Gambar 4. Penjelasan mengenai *Storytelling* dalam (Weder, Lemke, & Tungarat, 2019)

Berikut ini salah satu temuan dalam jurnal tersebut:

6.1. *The Story Itself*

Topics, which appeared frequently throughout every interview, were the explorations of ‘right doings’—what should be done—and ‘wrong doings’—what should not be done, in other words, ‘sustainable behavior’ and ‘unsustainable behavior’. When speaking of sustainable behavior, more often than not, the participants related these actions to ‘what people should do’, referring to something similar to the concept of a ‘lifestyle’. One of the most prevalent topics was plastic waste and packaging—and the conflict and feeling of guilt of not being able to avoid it in every day consumption practices.

Stimulated by the thrown and selected dices in Figure 3, the interviewee told the following story:

“I left my house and I went to the store and I just took a bunch of plastic bags that I’m also going to do nothing with. I’m going to leave them next to my other nice cloth bags and just I keep getting more of them so, you know, we are not really great about that”.

(Female, 30yrs., USA)

Gambar 5. Temuan penelitian dalam (Weder, Lemke, & Tungarat, 2019)

Dari penjelasan temuan tersebut dapat dilihat bahwa hasil penelitian adalah *restorying*, seperti yang telah dijelaskan Polkinghorne di atas bahwa hal tersebut termasuk *narrative analysis*. Dari penjelasan-penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa penelitian (Weder, Lemke, & Tungarat, 2019) menggunakan penelitian naratif kualitatif. Jurnal ini memang tidak secara langsung berkaitan dengan komunikasi korporat, namun dijelaskan dalam jurnal tersebut

bahwa *sustainability* khususnya *sustainability communication* adalah area penelitian interdisipliner dan transdisipliner, yang terjadi di persimpangan antara komunikasi lingkungan, komunikasi sains, serta studi keberlanjutan dan komunikasi organisasi. Hal tersebut sejalan dengan pandangan van Riel & Fombrun, bahwa komunikasi korporat mencakup komunikasi organisasi, dan sebagai sebuah pendekatan yang koheren terhadap

pengembangan komunikasi dalam organisasi. Selain itu, pemahaman mengenai *sustainability* ini akan terkait atau mengarah pada *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang menurut Argenti, merupakan salah satu fungsi dari komunikasi korporat, mengingat bahwa pandangan individu pada *sustainability* akan mendorong perusahaan untuk meningkatkan strategi CSR dan menjadi

bahan pertimbangan bagi korporat bahwa publik menilai *sustainability* dan hal-hal bertanggung jawab adalah hal yang sangat diapresiasi. Oleh karena alasan-alasan tersebut, penulis menilai jurnal ini masih bersinggungan dengan komunikasi korporat.

Sementara itu, berikut ini penjelasan mengenai metodologi pada jurnal kedua yaitu (Rakhmaniar, 2024):

METODOLOGI

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada analisis naratif untuk mengeksplorasi bagaimana komunikasi krisis digunakan dalam pengelolaan konflik internal dalam organisasi. Metodologi ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan makna yang diberikan oleh individu terhadap peristiwa krisis, responden dalam penelitian ini sebanyak 50 responden yang diambil para pekerja yang terbiasa dalam team proyek tentative, dari Penelitian ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji secara mendalam beberapa kasus konflik internal dalam organisasi yang mengalami krisis. Studi kasus akan dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti jenis krisis, skala organisasi, dan ketersediaan data.

Gambar 6. Penjelasan mengenai Penelitian Naratif dalam (Rakhmaniar, 2024)

Berikut ini temuan penelitian pada penelitian (Rakhmaniar, 2024):

HASIL PENELITIAN

1. Identifikasi Awal dan Eskalasi Konflik

Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi yang tidak efektif sering kali menjadi pemicu utama eskalasi konflik internal. Narasi dari partisipan menunjukkan bahwa ketidakjelasan informasi, rumor, dan kurangnya transparansi dari manajemen memperburuk situasi konflik. Sebaliknya, komunikasi yang terbuka dan transparan dapat membantu dalam mengidentifikasi tanda-tanda awal konflik dan mencegah eskalasinya. Hal ini dapat dilihat dari seluruh responden, diketahui 25% menyatakan bahwa perbedaan kepentingan yang

Gambar 7. Hasil Penelitian (Rakhmaniar, 2024)

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan penelitian naratif kualitatif walaupun tidak menunjukkan potongan narasi subjek penelitian. Penelitian di atas sejalan dengan pandangan Clandinin dan Conely bahwa dalam naratif terkait dengan proses penuturan pengalaman

terdapat relasi-reflektif antara kehidupan, menyampaikan, mengisahkan ulang.

Dua jurnal di atas telah menjawab mengenai “mengalami pengalaman” (*experiencing the experience*) yang disebut Clandinin dan Conely. Peneliti naratif dalam dua jurnal tersebut juga

telah menguraikan, mengumpulkan dan menyampaikan kisah subjek penelitian, sekaligus menulis pengalaman subjek penelitian.

Sejalan dengan penjelasan Czarniawska (2004) terkait dengan tiga cara pengumpulan cerita, kedua jurnal tersebut menggunakan pendekatan kedua yaitu memunculkan cerita melalui panduan wawancara.

Dalam menelusuri penelitian terdahulu terkait penelitian naratif pada kajian komunikasi korporat ini ternyata tidak mudah. Penelitian terkait komunikasi korporat mungkin jarang menggunakan jenis metode penelitian naratif.

Hanya ditemukan dua jurnal yang menggunakan penelitian naratif. Hasil pencarian di Google Scholar ditemukan bahwa kata kunci 'Narrative' dan 'Naratif' akan mengarah pada temuan yang lebih luas. Kata kunci 'Narrative' akan mengarah pada *Narrative Paradigm Theory, Narrative Persuasion, Narrative Information, Narrative Strategy*. Kata kunci tersebut banyak dipakai, namun metode naratifnya mengarah pada *textual analysis, discourse* dan *content analysis*. Selain itu, tema riset dengan penelitian naratif pada jurnal berbahasa Inggris lebih banyak terkait dengan 'education', dan 'cultural context'. Sementara pada jurnal berbahasa Indonesia, lebih banyak berkaitan dengan film (*content dan discourse analysis*).

5. KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan

Hasil *literature review* ini menunjukkan bahwa masih sedikit riset dengan jenis penelitian naratif kualitatif pada kajian Komunikasi Korporat. Ini membuka peluang bagi peneliti di masa mendatang untuk mencoba menggunakan penelitian naratif kualitatif.

Penelitian naratif yang unik, khas dan kompleks membuat jenis metode ini cukup menantang bagi peneliti. Terlebih

lagi, rentang yang luas membuat penelitian naratif sering terhubung dengan analisis isi kualitatif, analisis wacana dan jenis analisis tekstual lainnya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan bahwa masih sangat banyak peluang dalam meneliti kajian komunikasi korporat (*corporate communication*) dengan menggunakan penelitian naratif kualitatif karena sangat sedikit sekali penelitian terkait yang telah menggunakan metode ini.

Banyak tema-tema dalam kajian komunikasi korporat yang dapat digali dengan menggunakan penelitian naratif, misalnya strategi komunikasi krisis yang telah dilakukan tim perusahaan. Hal tersebut akan menarik saat peneliti naratif menguraikan, menyampaikan kisah-kisah mereka, sekaligus menulis pengalaman mereka secara naratif. Selain itu, penelitian naratif juga dapat digunakan untuk menceritakan upaya CEO dalam membangun, meningkatkan atau mempertahankan citra dan reputasi perusahaan. Kisah sukses seorang CEO yang dijelaskan secara naratif akan sangat menarik dan menjadi penelitian yang baru dan khas.

Banyak sekali ide-ide penelitian yang dapat dikembangkan dengan menggunakan penelitian naratif kualitatif. Namun, patut diakui jika jenis metode ini sangat menantang bagi peneliti. Bagi peneliti di masa mendatang yang tertarik untuk menggunakan metode ini diharuskan memiliki pemahaman menyeluruh mengenai penelitian naratif dan mampu membedakannya dengan frasa 'naratif' lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrews, M., & et.al. (2008). *Doing Narrative Research*. London: Sage Publication.
- Argenti, P. A. (2010). *Komunikasi Korporat*, Edisi 5. Jakarta: Salemba

- Humanika.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*, ed. Ke 4. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Czarniawska, B. (2004). *Narratives in Social Science Research*. London, Thousand Oaks dan New Delhi: Sage Publications.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2008). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. London & New York: Routledge.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Faizin, A., & Haerussaleh. (2020). NARRATIVE RESEARCH; A RESEARCH DESIGN. *Jurnal DISASTRI (Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia)*, 142-148.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Neuman, L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach*, 7th edition. New York: Pearson.
- Parks, P. (2023). *Story Circles: A New Method of Narrative Research*. *American Journal of Qualitative Research*, 58-72.
- Polkinghorne, D. (1995). *Narrative Configuration in Qualitative Analysis*. Taylor & Francis Ltd.
- Polkinghorne, D. E. (1988). *Narrative Knowing and The Human Sciences*. New York: State University of New York Press.
- Rakhmaniar, A. (2024). *Komunikasi Krisis Dalam Organisasi: Analisis Naratif Tentang Pengelolaan Konflik Internal*. *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 113-127.
- Squire, C., & et.al. (2014). *What is Narrative Research?* London, New York: Bloomsbury.
- Takwin, B. (2007). *Psikologi Naratif: Membaca Manusia sebagai Kisah*. Yogyakarta: Jalasutra.
- van Riel, C. B., & Fombrun, C. J. (2007). *Essentials of Corporate Communication, Implementing Practices for Effective Reputation Management*. London & New York: Routledge.
- Webster, L., & Mertova, P. (2007). *Using Narrative Inquiry as a Research Method*. London & New York: Routledge.
- Weder, F. W., Lemke, S., & Tungarat, A. (2019). (Re)storying Sustainability: The Use of Story Cubes in Narrative Inquiries to Understand Individual Perceptions of Sustainability. *MDPI*, 1-15.