

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan seperangkat metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2009, hlm. 4). Melalui penelitian ini, penulis ingin memahami bagaimana kampanye *public affairs* dengan pendekatan *government strategies, interest group strategies dan media relations* yang dilakukan oleh Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik.

3.1.2 Metode Penelitian

Metode penelitian kualitatif terdapat lima strategi yaitu etnografi, *grounded theory*, studi kasus, *narrative inquiry*, dan fenomenologi (Creswell, 2009, hlm. 20). Penulis akan menggunakan metode studi kasus dalam penelitian ini. Studi kasus merupakan strategi penelitian di mana di dalamnya penulis menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan penulis mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan (Creswell, 2009, hlm. 20). Pengertian studi kasus lainnya adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program atau suatu situasi sosial (Mulyana, 2013, hlm. 200). Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti strategi kampanye *public affairs* yang dilakukan oleh GIDKP.

3.1.3 Strategi Penelitian

Terdapat tiga strategi dalam penelitian studi kasus, yaitu: studi kasus eksploratoris, studi kasus deskriptif dan studi kasus eksplanatoris. Ada tiga kondisi yang perlu diperhatikan dalam menggunakan masing-masing strategi. Tiga kondisi tersebut adalah tipe pertanyaan yang diajukan, luas kontrol yang dimiliki penulis atas peristiwa perilaku yang akan diteliti dan fokusnya terhadap peristiwa kontemporer sebagai kebalikan dari peristiwa historis (Yin, 2003, hlm. 7). Penelitian yang penulis lakukan akan menggunakan strategi studi kasus deskriptif untuk menjawab rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya. Penulis akan mendeskripsikan strategi kampanye *public affairs* yang dilakukan oleh GIDKP baik *government relations*, *interest group relation* dan *media relations*.

3.2 Partisipan, Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Partisipan Penelitian

Partisipan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian (Bungin, 2007, hlm. 78). Partisipan penelitian ditentukan dengan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* yakni teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu yakni sumber data dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan, sehingga mempermudah penulis menjelajahi obyek atau situasi sosial yang sedang diteliti, yang menjadi kepedulian dalam pengambilan sampel penelitian kualitatif adalah tuntasnya pemerolehan informasi dengan keragaman variasi yang ada, bukan pada banyak sampel sumber data (Sugiyono, 2015, hlm. 219). Penulis merancang beberapa narasumber yang dianggap memiliki kompetensi dalam memberikan informasi dan tanggapan yang relevan untuk diwawancarai terkait strategi kampanye *public affairs* yang dilakukan oleh Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik. Beberapa narasumber tersebut antara lain :

Tabel 3.1 Narasumber

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	Rahyang Nusantara	Laki-laki	28 Tahun	Koordinator Harian GIDKP
2	Adisa Soedarso	Perempuan	27 Tahun	Koordinator Daerah GIDKP
3	Siti Hadijah	Perempuan	46 Tahun	PNS Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Bandung
4	Dhanie C. Ardyn	Laki-laki	24 Tahun	Wartawan Media NET TV
5	Intan Pratiwi	Perempuan	29 Tahun	Relawan Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik
6	Thema Hanif Pratama	Laki-laki	27 Tahun	Analisis <i>Social Media</i> Nolimit Indonesia
7	Saptaji	Laki-laki	59 Tahun	Pensiunan PNS Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Bandung
8	Arvin Ferdiansyah	Laki-Laki	18 Tahun	Peserta Kegiatan GIDKP

3.2.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kasus bersifat tunggal holistik dimana sebuah desain kasus yang memberikan kesempatan untuk melakukan eksplorasi yang mendalam dari fenomena tertentu. Studi kasus bersifat tunggal adalah penelitian yang menempatkan sebuah kasus sebagai fokus penelitian (Yin, 2003, hlm. 47). Tempat penelitian adalah organisasi Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik yang beralamat di

jalan Tikukur nomor 6 Bandung, Jawa Barat dan jalan RC Veteran nomor. 5B, Rempoa, Jakarta Selatan. Tempat penelitian merupakan lokasi dari kantor organisasi GIDKP sebagai objek dalam penelitian yang dilakukan. Pada dasarnya terdapat organisasi serupa dengan GIDKP seperti *Bye bye plastic bag dan break free from plastic* yang berpusat di Denpasar Bali. Namun penulis menetapkan GIDKP sebagai tempat penelitian karena organisasi tersebut yang membuat petisi pertama kali agar diterbitkannya aturan plastik berbayar oleh pemerintah. Hal tersebut menunjukkan peranan *public affairs* yang muncul dalam organisasi tersebut. Studi kasus ini bersifat tunggal holistik. Menurut

3.2.3 Waktu Penelitian

Tabel 3.2 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2016					2017										
		8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Pengajuan Judul	■															
2	Pengumpulan Data Awal	■															
3	Masa Bimbingan Awal		■	■	■												
4	Pengumpulan Data			■	■												
5	Pembuatan Usulan Penelitian				■												
6	Sidang proposal skripsi					■											
7	Bimbingan Skripsi							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8	Sidang Skripsi																■

3.3 Fokus Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian yang penulis lakukan yaitu fokus terhadap mengetahui bagaimana strategi kampanye *public affairs* yang dilakukan oleh Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Enam sumber bukti yang dapat dijadikan fokus bagi pengumpulan data studi kasus adalah: dokumen, rekamana arsip, wawancara, observasi langsung, observasi pemeran serta dan perangkat fisik. Tak semua sumber akan relevan untuk semua studi kasus (Yin, 2003, hlm. 118). Teknik pengumpulan data yang akan penulis gunakan adalah dengan dokumen, rekaman arsip dan wawancara.

3.4.1 Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, yang dapat berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2015, hlm. 240). Pengertian dari dokumentasi sendiri adalah sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, pernyataan tertulis kebijakan tertentu dan bahan-bahan tulisan lainnya (Gunawan, 2013, hlm. 180). Dokumen-dokumen ini digunakan bersamaan dengan sumber-sumber bukti lainnya (Yin, 2003, hlm. 106). Berikut ini adalah jenis-jenis dokumen yang dapat menjadi sumber bukti dalam penelitian studi kasus:

- Surat, memorandum dan pengumuman resmi
- Agenda, kesimpulan-kesimpulan pertemuan, dan laporan-laporan peristiwa tertulis lainnya
- Dokumen-dokumen administratif seperti proposal, laporan kemajuan, dan dokumen-dokumen intern lainnya
- Penelitian-penelitian atau evaluasi-evaluasi resmi pada situs yang sama

- Kliping-kliping baru dan artikel-artikel lain yang muncul di media massa.

(Yin, 2003, hlm. 104)

Penelitian studi kasus, penggunaan dokumen yang paling penting adalah mendukung dan menambah bukti dari sumber-sumber lain. Pertama, dokumen membantu memverifikasi ejaan dan judul atau nama yang benar dari organisasi-organisasi yang telah disinggung dalam wawancara. Kedua, dokumen dapat menambah rincian spesifikasi lainnya guna mendukung informasi dari sumber-sumber lain; jika bukti dokumenter bertentangan dan bukannya mendukung, peneliti mempunyai alasan untuk meneliti lebih jauh topik yang bersangkutan. Ketiga, inferensi dapat dibuat dari dokumen-dokumen (Yin, 2003, hlm. 104).

3.4.2 Rekaman Arsip

Rekaman-rekaman arsip ini dan lainnya dapat digunakan bersama-sama dengan sumber-sumber informasi lainnya dalam pelaksanaan penelitian studi kasus (Yin, 2003, hlm. 107). Pada banyak studi kasus, rekaman arsip bisa merupakan hal yang relevan. Ini meliputi:

- Rekaman layanan
- Rekaman keorganisasian
- Peta dan bagan karakteristik geografis suatu tempat
- Daftar nama dan komonditi lain yang relevan
- Data survey
- Rekaman-rekaman pribadi

(Yin, 2003, hlm. 106-107)

3.4.3 Wawancara

Pengertian dari wawancara menurut Esterberg adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2015, hlm. 72). Wawancara merupakan sumber bukti yang esensial bagi studi

kasus, karena studi kasus pada umumnya berkenaan dengan urusan kemanusiaan (Yin, 2003, hlm. 111). Wawancara dalam penelitian ini akan digunakan sebagai sumber data utama atau data primer mengenai strategi yang digunakan oleh GIDKP dalam kampanye *public affairs* yang dilakukan. Sumber bukti dari wawancara akan didukung dengan sumber bukti lainnya yaitu dokumentasi dan rekaman arsip.

3.5 Instrumen Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan penelitian interpretif, sehingga penulis terlibat dalam memunculkan serangkaian isu-isu strategis, etis, dan personal dalam proses penelitian (Creswell, 2009: 264). Penulis diposisikan sebagai instrumen penelitian dalam menentukan narasumber dan data penelitian yang akan digunakan. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara yaitu dokumentasi, rekaman arsip dan wawancara. Penelitian ini juga akan didukung oleh instrumen penelitian penunjang berupa teknologi komunikasi dalam membantu pengumpulan informasi-informasi terkait.

3.6 Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan teknis analisis data menurut Creswell, yaitu (Creswell, 2009, hlm. 276-284):

1) Pengumpulan Data

Pengumpulan data mencakup mempersiapkan transkrip wawancara, pengumpulan data lapangan, dan studi kepustakaan.

2) Membaca Keseluruhan Data

Dengan membaca keseluruhan data, peneliti dapat menemukan gagasan-gagasan umum dan khusus dari data-data penelitian.

3) Pengelompokan Data

Pengelompokan data dilakukan dengan mengolah informasi-informasi kedalam kategori-kategori data terkait fokus dan tujuan penelitian.

4) Deskripsi Data

Data yang telah dikategorisasi kemudian di deskripsi berdasarkan kelompok gagasan yang akan dianalisis.

5) Penyajian Data

Deskripsi data disajikan kembali dengan pendekatan naratif/laporan kualitatif yang berisikan olahan analisis data penelitian.

6) Interpretasi dan Verifikasi

Interpretasi yang dimaksud ialah makna yang berasal dari perbandingan antara hasil penelitian dengan informasi yang berasal dari literatur atau teori. Dalam hal ini, peneliti akan membuat kesimpulan lalu menegaskan apakah hasil penelitian membenarkan atau justru menyangkal informasi sebelumnya (verifikasi).

3.7 Uji Keabsahan Data

Validitas dalam penelitian kualitatif merupakan upaya pemeriksaan terhadap akurasi hasil penelitian dengan menerapkan prosedur-prosedur tertentu. Prosedur atau strategi validitas yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini ialah triangulasi teknik dan *membercheck*.

3.7.1 Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dengan wawancara, kemudian dilakukan pula dokumentasi dan rekaman arsip. Bila dengan data yang dihasilkan berbeda, maka penulis melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar (Sugiyono, 2015, hlm. 27)

3.7.2 *Membercheck*

Membercheck adalah proses pengecekan data yang diperoleh penulis kepada pemberi data. Tujuan *membercheck* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh pemberi data berarti data tersebut sudah valid, sehingga semakin kredibel/dipercaya, tetapi apabila data yang ditemukan penulis dengan berbagai penafsirannya tidak disepakati oleh pemberi data, dan apabila

perbedaannya tajam, maka peneliti harus merubah temuannya, dan harus menyesuaikan dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. (Sugiyono, 2015, hlm. 129).

3.8 Pertanyaan Penelitian

Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan

No	Kategori	Kata Kunci	Pernyataan	Hasil Yang Di Harapkan
1	<i>Government Relations</i>	<i>Direct Lobbying</i>	1. Apakah GIDKP pernah melakukan lobi secara langsung terhadap pemerintah untuk mempengaruhi kebijakan plastik berbayar?	Menjelaskan bagaimana strategi yang dilakukan oleh objek penelitian terhadap pemerintah dalam melakukan lobi secara langsung.
			2. Siapa pemerintah yang GIDKP lobi secara langsung?	
			3. Dimana GIDKP melakukan lobi tersebut?	
			4. Kapan lobi tersebut dilakukan oleh GIDKP?	
			5. Kenapa pemerintah tersebut menjadi target dari lobi yang dilakukan secara langsung?	
			6. Bagaimana cara dan proses GIDKP saat melobi pemerintah?	
	<i>Grassroot Lobbying</i>	7. Apakah GIDKP melibatkan masyarakat dalam melobi <i>government</i> ?	Menjelaskan mengenai strategi yang dilakukan oleh objek penelitian untuk melibatkan masyarakat dalam proses lobi terhadap pemerintah.	
				8. Siapa/masyarakat mana yang pernah terlibat?
				9. Dimana GIDKP melibatkan masyarakat dalam hal tersebut?
				10. Kapan GIDKP melibatkan masyarakat untuk mempengaruhi

			pembuatan kebijakan?	
			11. Kenapa GIDKP melibatkan masyarakat tersebut untuk mempengaruhi pembuatan kebijakan?	
			12. Bagaimana cara GIDKP melibatkan masyarakat untuk mempengaruhi pembuatan kebijakan?	
		<i>Electroral Activities</i>	13. Apakah GIDKP pernah mendukung secara keorganisasian salah satu calon pemimpin daerah yang berkomitmen mendukung program diet kantong plastik?	Menjelaskan mengenai strategi yang dilakukan oleh objek penelitian untuk mengikuti proses politik dalam proses pendekatan terhadap pemerintah.
			14. Siapa calon pemimpin daerah yang pernah GIDKP dukung dalam pemilihan kepala daerah?	
			15. Kapan hal tersebut terjadi?	
			16. Kenapa calon pemimpin daerah tersebut didukung oleh GIDKP?	
			17. Bagaimana cara GIDKP mendukung calon kepala daerah tersebut?	
		<i>Litigation Communication</i>	18. Apakah GIDKP pernah melakukan kampanye untuk mempengaruhi hasil keputusan pengadilan?	Menjelaskan mengenai strategi yang dilakukan oleh objek penelitian untuk mempengaruhi hasis proses peradilan
			19. Dilembaga peradilan mana GIDKP melakukan hal tersebut?	
			20. Kapan aktivitas tersebut dilakukan?	

			21. Bagaimana cara GIDKP mempengaruhi keputusan pengadilan tersebut?	
2	<i>Interest Group Strategies</i>	<i>Containment Strategy / Engagement Strategy</i>	22. Apakah GIDKP membangun hubungan dengan <i>interest group</i> (IKAPPI/Aprindo)?	Menjelaskan mengenai <i>containment strategy /engagement strategy</i> yang digunakan oleh objek penelitian untuk menghadapi <i>interest group</i> /kelompok penekan.
			23. Siapa saja <i>interest group</i> tersebut?	
			24. Dimana biasanya GIDKP dan <i>interest group</i> berkomunikasi?	
			25. Kapan biasanya komunikasi dengan <i>interest group</i> terjadi?	
			26. Kenapa hal tersebut terjadi?	
			27. Bagaimana cara GIDKP dalam menghadapi <i>interest group</i> ?	
			<i>Opinion Leader Communication</i>	
	29. Siapa yang menjadi <i>opinion leader</i> yang menjadi perwakilan pendapat GIDKP?			
	30. Kapan GIDKP menggunakan <i>opinion leader</i> tersebut?			
	31. Kenapa GIDKP menggunakan dan memilih <i>opinion leader</i> tersebut			

			32. Bagaimana cara menyampaikan pesan kepada opinion leader tersebut ?	
		<i>Conflict Resolution: Mediation & Negotiation</i>	33. Apakah antara GIDKP dan Aprindo pernah mengalami konflik?	Menjelaskan mengenai strategi <i>Conflict Resolution: Mediation & Negotiation</i> yang digunakan oleh objek penelitian untuk menghadapi <i>interest group</i> /kelompok penekan.
			34. Dengan siapa GIDKP mengalami konflik tersebut?	
			35. Kapan konflik tersebut terjadi?	
			36. Kenapa konflik tersebut terjadi?	
			37. Bagaimana cara menyelesaikan konflik antara GIDKP dengan <i>Interest Group</i> tersebut?	
3	<i>Media Strategies</i>	<i>Proactive Media Relations</i>	38. Apakah GIDKP selalu berkomunikasi dengan media saat melakukan kampanye?	Menjelaskan mengenai strategi <i>proactive media relations</i> yang digunakan oleh objek penelitian untuk berhubungan dengan media saat melakukan kampanye.
			39. Siapa media yang dihubungi oleh GIDKP?	
			40. Dimana biasanya GIDKP melakukan kegiatan bersama media tersebut?	
			41. Kapan kegiatan tersebut dilakukan?	
			42. Kenapa kegiatan bersama media tersebut dilakukan?	

			43. Bagaimana cara GIDKP berkomunikasi dengan media?	
		<i>Semi control</i>	44. Apakah pernah salah satu pimpinan GIDKP menjadi pembicara atau narasumber media?	Menjelaskan mengenai strategi <i>semi control</i> yang digunakan oleh objek penelitian untuk berhubungan dengan media saat melakukan kampanye.
			45. Siapa saja pimpinan GIDKP yang pernah menjadi narasumber di media?	
			46. Di media mana hal tersebut terjadi?	
			47. Kapan hal tersebut terjadi?	
			48. Bagaimana cara pimpinan tersebut tampil sebagai narasumber agar dapat mempengaruhi pembuat kebijakan?	
		<i>Complete Control</i>	49. Apakah GIDKP pernah memasang iklan dalam media massa?	Menjelaskan mengenai strategi <i>complete control</i> yang digunakan oleh objek penelitian untuk berhubungan dengan media saat melakukan kampanye.
			50. Di media mana iklan tersebut di pasang?	
			51. Kapan iklan tersebut pernah di pasang?	
			52. Kenapa GIDKP memasang iklan tersebut?	
			53. Bagaimana bentuk iklan tersebut?	
		<i>Holding Media Accountable and Suing</i>	54. Adakah media yang menjadi langganan/ member dan terus mendukung aktivitas dari GIDKP?	Menjelaskan mengenai strategi <i>holding media accountable and suing</i> yang digunakan oleh
			55. Siapa Media yang mejadi	

			<p>member tersebut?</p> <p>56. Sudah berapa lama media tersebut mendukung GIDKP</p> <p>57. Kenapa media tersebut menjadi member dan terus mendukung GIDKP</p> <p>58. Bagaimana bentuk bentuk dukungan yang dilakukan oleh media tersebut?</p>	<p>objek penelitian untuk berhungan dengan media saat melakukan kampanye.</p>
		<i>Bypassing</i>	<p>59. Selain bergantung terhadap media-media massa umumnya, apakah GIDKP mengembangkan media massa milik sendiri?</p> <p>60. Apa saja media media tersebut?</p> <p>61. Kenapa GIDKP memilih menggunakan media tersebut?</p> <p>62. Bagaimana penggunaan/ pengelolaan media tersebut di GIDKP?</p>	<p>Menjelaskan mengenai strategi <i>bypassing</i> yang digunakan oleh objek penelitian untuk berhungan dengan media saat melakukan kampanye.</p>