

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata secara tertulis atau lisan dari informan dan dari lingkungan yang dapat diamati. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian untuk mengeksplorasi dan memahami makna oleh sejumlah individu atau sekelompok orang yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2009, hlm. 4).

Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui, memahami dan mengeksplorasi strategi komunikasi pada tahap perumusan (analisis situasi, rancangan strategi dan uji pengembangan), implementasi dan juga evaluasi yang dilakukan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam melaksanakan kampanye elektronifikasi jalan tol.

Proses penelitian kualitatif melibatkan upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari informan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema umum dan juga menafsirkan data (Creswell, 2014, hlm. 4). Berdasarkan hal tersebut, untuk mendapatkan hasil temuan, peneliti akan menyusun pertanyaan dan mewawancarai informan kemudian data yang didapatkan tersebut akan dianalisis oleh peneliti hingga dapat mendeskripsikan strategi komunikasi pada tahap perumusan (analisis situasi, rancangan strategi dan uji pengembangan), implementasi dan juga evaluasi yang dilakukan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam melaksanakan kampanye elektronifikasi jalan tol.

Penelitian kualitatif didasarkan pada asumsi-asumsi yang sangat berbeda dengan rancangan kuantitatif, tidak ada teori atau hipotesis-hipotesis yang dibangun secara priori (Creswell 2014, hlm. 293). “Metode kualitatif digunakan

untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan

suatu nilai di balik data yang tampak” (Sugiyono, 2008, hlm. 8). Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada mereka.

3.1.2 Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, dan bertujuan untuk menggambarkan suatu proses. Menurut Gay (1976) (dalam Hikmat, 2011, hlm. 44) metode penelitian deskriptif merupakan kegiatan yang meliputi pengumpulan data dalam rangka menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang menyangkut keadaan pada waktu yang sedang berjalan dari pokok suatu penelitian. Metode deskriptif merupakan metode yang bertujuan untuk membuat gambaran dari sebuah situasi atau kejadian, sehingga berkehendak mengadakan akumulasi data dasar (Hikmat, 2011, hlm. 57).

Metode deskriptif kualitatif adalah suatu penelitian sosial untuk melukiskan atau menggambarkan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti tanpa mempersoalkan hubungan antar variabel, penelitian kualitatif berusaha menampilkan secara *holistic* (utuh) yang membutuhkan kecermatan dalam pengamatan, sehingga kita dapat memahami secara menyeluruh hasil penelitian (Moleong, 2007, hlm. 16).

Berdasarkan pendapat dari para peneliti diatas, penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai suatu peristiwa atau situasi yang menjadi objek penelitian secara cermat dan tepat. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif karena memiliki tujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang mencakup analisis situasi, rancangan strategi dan uji pengembangan, implementasi dan juga evaluasi yang dilakukan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam melaksanakan kampanye elektronifikasi jalan tol.

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

3.2.1 Partisipan Penelitian

Supaya penelitian ini dapat lebih terarah dan lebih mendalam, maka peneliti memerlukan penjelasan yang cukup banyak dari partisipan penelitian. Partisipan atau subjek penelitian ini sebagai pemberi informasi mengenai data yang diperlukan Sugiyono (2013, hlm. 390) mengemukakan bahwa subjek penelitian merupakan sumber yang dapat memberikan informasi terkait dengan tujuan yang ingin dicapai. Subjek penelitian terdiri dari pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan kampanye.

Dalam penelitian ini terdapat delapan orang yang menjadi subjek penelitian. Enam orang merupakan informan utama. Keenam orang tersebut adalah Staf Divisi Operasional Jasa Marga Purbaleunyi, Humas Jasa Marga Purbaleunyi, Tim Lapangan dari Jasa Marga, Manajer Bagian SP PUR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat, Asisten Manajer Bagian SP PUR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat, dan Humas Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat. Dua orang lainnya merupakan informan pendukung. Informan pendukung merupakan masyarakat yang menggunakan tol.

Sugiyono (2013, hlm. 393) mengatakan bahwa penelitian kualitatif bersifat subjektif. Karena peneliti dapat menemukan atau memilih orang tertentu yang dipertimbangkan dapat memberikan data yang diperlukan dalam penelitian. Partisipan yang berperan sebagai informan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan *snowball sampling* (sampel bola salju) dan *accidental sampling* (sampling aksidental).

Snowball sampling atau bisa juga disebut sampel bola salju, digunakan untuk menentukan sampel yang diawali dengan jumlah sampel yang kecil. Kemudian sampel tersebut diminta mencari sampel lainnya, dan seterusnya sampai jumlah sampel tercapai (Sugiyono, 2013, hlm. 65). Teknik ini dilakukan untuk menentukan informan utama.

Teknik ini akan dilakukan kepada Staf Divisi Operasional Jasa Marga Purbaleunyi, Humas Jasa Marga Purbaleunyi, Tim Lapangan dari Jasa Marga, Manajer Bagian SP PUR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat, Asisten Manajer Bagian SP PUR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat, dan Humas Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat. Total informan pokok sebanyak enam orang. Teknik sampel bola salju ini dipilih peneliti karena meskipun jumlah karyawan di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dan Jasa Marga Purbaleunyi banyak, tetapi yang memiliki informasi yang penting hanya ada pada bagian tertentu, dan secara tidak langsung peneliti akan meminta kesediaan informan untuk merujuk informan lain.

Accidental Sampling (sampling aksidental) yakni pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Penggunaan teknik pengambilan sampel ini ditujukan untuk mengambil sampel masyarakat pengguna e-toll. Total informan pendukung dalam penelitian ini adalah dua orang. Disini peneliti dapat mengambil sampel siapa saja yang memenuhi kriteria dan dipilih secara acak (Hikmat, 2011, hlm.64).

Maka dari itu peneliti menentukan dua kelompok informan yaitu, informan pokok dan informan pangkal.

Tabel 3.1 Tabel Informan

Informan Pokok	Informan Pendukung
<ul style="list-style-type: none"> - Staf Divisi Operasional Jasa Marga Purbaleunyi - Humas Jasa Marga Purbaleunyi - Tim Lapangan dari Jasa Marga - Manajer Bagian SP PUR Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat - Asisten Manajer Bagian SP PUR Kantor Perwakilan Bank 	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat pengguna tol - Peserta West Java Fun Rally

Indonesia Provinsi Jawa Barat - Humas Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat.	
--	--

Sumber: Diolah Peneliti

Informan pokok atau informan kunci yang dapat memberikan informasi penting mengenai masyarakat, dengan demikian ini akan membantu peneliti untuk lebih cepat dalam memahami populasi penelitian dan lingkungan budaya. Informan kunci dapat memfasilitasi akses ke sumber daya tertentu, populasi, organisasi, penjaga gerbang, dan dapat membantu peneliti membuat hubungan antara fenomena yang mungkin tidak jelas bagi orang luar (Mack, dkk, 2011, hlm.20).

Informan pokok yang sudah ditentukan juga menjadi petunjuk untuk memperoleh sampel lainnya untuk melengkapi data yang dibutuhkan, yaitu informan pangkal atau informan pendukung. Untuk informan pangkal peneliti memilih subjek yang memiliki hubungan dan terlibat interaksi sosial.

3.2.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat. Pemilihan tempat didasari karena merupakan kantor perwakilan yang wilayah kerjanya di Jawa Barat. Selain itu juga, penelitian dilakukan di Kantor Jasa Marga Purbaleunyi. Pemilihan ini didasari karena merupakan wilayah kampanye yang diselenggarakan merupakan wilayah kerja Jasa Marga Purbaleunyi.

Kegiatan West Java GNNT Fun Rally yang merupakan rangkaian kampanye uang elektronik juga digelar di Bandung, yang merupakan wilayah kerja dari Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat. Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat sendiri berlokasi di Jalan Braga No. 108 Bandung.

3.3 Pengumpulan Data

3.3.1 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2016, hlm. 306) peneliti kualitatif sebagai *human* instrumen berfungsi untuk menetapkan fokus penelitian, memilih informan, mengumpulkan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas semuanya.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian interpretif, sehingga peneliti dapat terlibat dalam memunculkan serangkaian isu-isu strategis, etis dan personal dalam proses penelitian (Creswell, 2009, hlm. 264). Peneliti diposisikan sebagai instrumen penelitian dalam menentukan narasumber dan data penelitian yang akan digunakan. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara yaitu wawancara, observasi dan audio visual atau dokumentasi.

a. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara digunakan sebagai acuan dalam proses pengumpulan data wawancara. Pedoman wawancara ini nantinya akan diajukan kepada subjek penelitian yaitu karyawan pada divisi SP PUR dan Humas Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat. Serta karyawan dari Jasa Marga Cabang Purbaleunyi. Karena mereka dirasa memiliki pengetahuan lebih untuk bisa menjelaskan strategi komunikasi yang digunakan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam kampanye elektronifikasi jalan tol. Hasil pedoman wawancara ini nantinya akan diolah peneliti dan dijabarkan dalam bentuk deskripsi.

b. Pedoman Observasi

Pedoman observasi digunakan untuk mencatat hal-hal penting yang akan membantu penulis dalam permasalahan dan peristiwa-peristiwa yang terjadi saat sedang melakukan pengamatan. Pedoman observasi juga digunakan untuk pengecekan data (Triangulasi Data). Selain itu pedoman observasi dipergunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan tentang analisis situasi, rancangan strategi dan uji pengembangan, implementasi dan juga evaluasi yang dilakukan oleh Kantor

Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam melaksanakan kampanye elektronifikasi jalan tol.

c. Studi Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini berkaitan dengan data yang ditulis oleh pihak Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat, data yang disampaikan lewat website resmi Bank Indonesia, artikel serta pemberitaan yang memuat Bank Indonesia, dan dokumentasi selama penelitian. Dokumentasi ini menjadi data pendukung dan melengkapi data yang dibutuhkan pada penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

a. Wawancara Mendalam (*Dept Report*)

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-dept-interview*) dimana peneliti dan informan bertatap muka secara langsung. Sugiyono (2013, hlm.164) mengemukakan bahwa tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan dan menemukan apa yang ada di dalam pikiran orang lain. Dalam wawancara mendalam berlangsung suatu diskusi terarah diantara peneliti dan informan menyangkut masalah yang diteliti.

Dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk mendapatkan data utama sebagai sumber data primer. Data tersebut meliputi data mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam melaksanakan kampanye elektronifikasi jalan tol.

b. Observasi (Pengamatan)

Sugiyono (2013, hlm. 226) menggambarkan bahwa observasi sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis. Tujuan dari observasi adalah untuk mengerti ciri-

ciri dan luasnya signifikansi dari interelasinya elemen-elemen tingkah laku manusia pada fenomena sosial serba kompleks dalam pola-pola kultur tertentu.

Jenis observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi terus terang atau tersamar. Pada observasi terus terang ini, peneliti mengumpulkan data dengan mengatakan terus terang kepada informan bahwa peneliti sedang melakukan penelitian. Jadi informan yang diteliti mengetahui tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi. Hal ini untuk mengungkap data yang dirahasiakan. Kemungkinan jika dilakukan secara terus terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi (Sugiyono, 2016, hlm.312).

Sugiyono (2013, hlm. 153) mengemukakan dalam pengamatannya, bahwa peneliti bukan hanya mengamati gejala-gejala yang ada dalam kehidupan sehari-hari informan yang diteliti, melainkan juga melakukan wawancara, mendengarkan, merasakan, dan dalam batas-batas tertentu mengikuti kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh informan yang ditelitinya.

c. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan dari peristiwa yang telah berlalu. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental. Hasil penelitian akan lebih kredibel jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada (Sugiyono, 2016, hlm 367).

Sugiyono (2013, hlm.180) menyebutkan kajian dokumen merupakan sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, pernyataan tertulis kebijakan tertentu dan bahan-bahan tulisan lainnya. Pengumpulan data perlu didukung pula dengan pendokumentasian, dengan foto, dan video. Dalam penelitian ini, peneliti akan mendokumentasikan segala aktivitas yang dilakukan ketika sedang mengumpulkan data.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan studi literatur berupa jurnal, buku, dan laporan penelitian sebelumnya. Dokumen ini nantinya dapat menjadi informasi untuk mendukung data primer. Data dari studi literatur adalah data awal yang diperoleh dalam penelitian yang dapat menuntun peneliti saat penelitian di lapangan mengumpulkan data primer melalui wawancara mendalam.

3.5 Teknis Analisis Data

Analisis data merupakan proses pencarian dan penyusunan data secara sistematis. Data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data ini dilakukan dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pokok, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2016, hlm 367).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis metode kualitatif. Proses analisis data pada penelitian kualitatif dibagi menjadi analisis sebelum di lapangan dan analisis data di lapangan.

3.5.1 Analisis Sebelum di Lapangan

Penelitian kualitatif sudah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan dan akan digunakan untuk menjadi tolak ukur dalam menentukan fokus penelitian. Namun demikian fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan (Sugiyono, 2016, hlm 367). Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis sebelum di lapangan, dengan mengunjungi Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat.

3.5.2 Analisis Data di Lapangan Model Miles dan Huberman

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data, dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat melakukan wawancara, peneliti telah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis dan dirasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai memperoleh data yang dibutuhkan.

Miles dan Huberman (Sugiyono, 2016, hlm. 337) mengatakan bahwa proses analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berjalan secara terus menerus hingga tuntas. Aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion/verification*).

3.5.3 Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka dari itu perlu untuk dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono, 2016, hlm 369).

3.5.4 Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk teks naratif atau uraian singkat, bagan hubungan antar kategori, *flowchart*, tabel, grafik, *pie chart*, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan lebih mudah untuk dipahami (Sugiyono, 2016, hlm 369).

3.5.5 Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara. Hasil ini akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Namun apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal telah didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2016, hlm 369).

3.6 Uji Keabsahan Data

Bungin (2007, hlm. 261) mengatakan bahwa penelitian kualitatif akan menghadapi persoalan penting mengenai pengujian keabsahan hasil penelitian. Untuk menghindari ketidakadilan dan ketidaksesuaian instrumen penelitian, maka perlu diadakan pengujian keabsahan data dan menguji kredibilitas adalah model triangulasi.

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2016, hlm 369).

3.6.1 Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber berfungsi untuk menguji kredibilitas data. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber untuk selanjutnya dideskripsikan dan dikategorisasikan mana pandangan yang sama dan mana yang berbeda. Data akan dianalisis oleh peneliti hingga menghasilkan sebuah kesimpulan yang selanjutnya disepakati (*membercheck*) dengan tiga sumber data tersebut (Sugiyono, 2016, hlm 370).

3.6.2 Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik bertujuan untuk menguji kredibilitas data. Triangulasi ini dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Dalam penelitian ini, data diperoleh dengan observasi kemudian dilakukan wawancara. Bila dengan dua teknik tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti akan melakukan diskusi lebih lanjut kepada data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar (Sugiyono, 2016, hlm 370).

3.6.3 *Membercheck*

Membercheck merupakan proses pengecekan data yang telah diperoleh peneliti kepada informan. Tujuan dari *membercheck* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data atau informasi yang diperoleh. Apakah data sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh informan. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh informan berarti data tersebut sudah valid dan kredibel. Tetapi apabila data yang ditemukan peneliti dengan berbagai penafsirannya tidak disepakati oleh pemberi data, maka peneliti perlu melakukan diskusi dengan pemberi data, dan apabila perbedaannya tajam, maka peneliti harus merubah temuannya, dan harus menyesuaikan dengan apa yang diberikan oleh pemberi data (Sugiyono, 2016, hlm. 375-376).

Pelaksanaan *membercheck* dapat dilakukan setelah pengumpulan data selesai, atau setelah peneliti dapat membuat kesimpulan dari penelitian ini. Caranya dapat dilakukan secara individual, dengan cara peneliti datang ke informan, atau melalui forum diskusi kelompok. Setelah data disepakati bersama, maka informan diminta untuk menandatangani agar data lebih otentik sekaligus sebagai bukti bahwa peneliti telah melakukan *membercheck* (Sugiyono, 2016, hlm. 376).

3.7 Pertanyaan Penelitian

Berikut pertanyaan penelitian yang akan ditanyakan kepada informan utama yang terdiri dari Manajer Bagian SP PUR KPwBI Provinsi Jawa Barat, Asisten Manajer Bagian SP PUR KPwBI Provinsi Jawa Barat, dan Humas KPwBI Provinsi Jawa Barat. Sementara dari pihak Jasa Marga oleh Staf Divisi Operasional Jasa Marga

Purbaleunyi, Humas Jasa Marga Purbaleunyi, dan Tim Lapangan dari Jasa Marga Pertanyaan dapat berkembang lebih lanjut sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh narasumber:

Tabel 3.2 Pertanyaan Penelitian Informan

Kategori	Kata Kunci	Aspek	Pertanyaan	Hasil yang Diharapkan
Identitas Personal			• Siapakah nama anda?	Mengetahui identitas personal dari informan.
			• Berapakah usia anda?	
			• Apa jabatan anda di Bank Indonesia saat ini?	
			• Sudah berapa lama anda bekerja di Bank Indonesia?	
			• Dalam kampanye elektronifikasi jalan tol ini menjabat sebagai apa?	
Strategi Komunikasi	Perencanaan Strategi Komunikasi	Batasan Masalah <i>Public Relations</i>	• Apakah diadakan survei terlebih dahulu sebelum merumuskan satrategi kampanye?	Mengetahui tahapan awal apa yang dilakukan oleh KPwBI
			• Bagaimana bentuk survei yang dilakukan?	
			• Kenapa diadakan survei terlebih dahulu?	
			• Kapan survei tersebut dilaksanakan?	
			• Siapa saja yang	

			menjadi sasaran survei?	
			<ul style="list-style-type: none"> • Apa saja yang ingin diketahui dari hasil survei itu? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana hasil dari survei itu? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Apa tujuan yang ingin dicapai berkaitan dengan kampanye ini? 	
		Perencanaan dan Program	<ul style="list-style-type: none"> • Siapa saja yang terlibat dalam proses perumusan perencanaan kampanye? 	Mengetahui apa saja yang dipersiapkan sebelum melaksanakan kampanye
			<ul style="list-style-type: none"> • Kenapa menggunakan jasa EO tersebut? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Dimana perencanaan tersebut dibuat? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Kapan perencanaan tersebut dirumuskan? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana proses perencanaan kampanye dilakukan? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Apa saja yang di persiapkan dalam melaksanakan kampanye? 	

			<ul style="list-style-type: none"> • Apa saja faktor yang mempengaruhi pembuatan perencanaan kampanye? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana bentuk strategi kampanye yang diterapkan Bank Indonesia dalam melaksanakan kampanye? 	
		Pengambilan Tindakan Komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> • Apa saja kegiatan yang dilakukan selama kampanye berlangsung? • Dimana kampanye dilakukan? • Kapan kampanye dilaksanakan? • Bagaimana proses penyampaian kampanye? 	Mengetahui apa saja yang dilakukan selama pelaksanaan kampanye
		Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> • Apakah diadakan evaluasi setelah rangkaian kampanye selesai? • Mengapa diadakan evaluasi? • Siapa saja yang ikut serta dalam evaluasi? • Kapan evaluasi tersebut 	Mengetahui seperti apa tahapan evaluasi yang dilakukan

			dilaksanakan?	
			<ul style="list-style-type: none"> • Apa hasil dari evaluasi tersebut? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana tingkat keberhasilan kampanye yang ditargetkan Bank Indonesia? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana cara mengukur keberhasilan kampanye tersebut? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Apakah tingkat keberhasilannya sesuai dengan harapan? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana efek dari kampanye tersebut? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Adakah faktor pendukung dalam pelaksanaan kampanye tersebut? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Adakah faktor penghambat dalam pelaksanaan kampanye tersebut? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana cara mengatasi kendala dalam kampanye? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana cara menghindari atau meminimalisir kendala agar tidak terus 	

			terjadi?	
			<ul style="list-style-type: none"> Selain evaluasi, apakah diadakan monitoring juga setelah kampanye selesai dilaksanakan? 	
Faktor Strategi Komunikasi	Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi	Sasaran Komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> Siapa saja yang menjadi sasaran kampanye? 	Mengetahui siapa yang menjadi sasaran kampanye
			<ul style="list-style-type: none"> Mengapa mereka menjadi sasaran kampanye? 	
			<ul style="list-style-type: none"> Bagaimana cara menentukan sasaran kampanye? 	
			<ul style="list-style-type: none"> Bagaimana karakteristik sasaran kampanye? 	
		Pemilihan Media	<ul style="list-style-type: none"> Apakah Bank Indonesia berkomunikasi dengan media saat melakukan kampanye? 	Mengetahui bagaimana KPwBI berkomunikasi dengan media
			<ul style="list-style-type: none"> Media apa saja yang digunakan dalam menyampaikan informasi kampanye? 	
			<ul style="list-style-type: none"> Siapa saja media yang dihubungi? 	
			<ul style="list-style-type: none"> Bagaimana cara Bank Indonesia berkomunikasi dengan media? 	
			<ul style="list-style-type: none"> Bagaimana hubungan yang 	

			dijalin Bank Indonesia dengan media?	
			<ul style="list-style-type: none"> • Mengapa memilih untuk bekerja sama dengan media tersebut? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Apakah ada media yang diprioritaskan oleh Bank Indonesia? 	
		Pesan Komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> • Apa saja yang disampaikan dalam kampanye tersebut? 	Mengetahui seperti apa pesan yang disampaikan dalam kampanye
			<ul style="list-style-type: none"> • Siapa yang menyusun konsep pesan yang akan disampaikan? 	
			<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana struktur pesan yang digunakan dalam kampanye? 	
		Peran Komunikator	<ul style="list-style-type: none"> • Siapa yang menjadi pembicara dalam setiap rangkaian kampanye? 	Mengetahui siapa yang menjadi komunikator selama kampanye berlangsung
			<ul style="list-style-type: none"> • Mengapa orang tersebut yang menjadi pembicara? 	

Sumber: Diolah oleh Peneliti