

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 1.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ilmiah, sudah terdapat aturan dan urutan yang telah ditentukan sehingga terciptanya suatu ilmu yang benar dan sesuai dengan pedoman dari karya ilmiah yang telah diterbitkan. Desain penelitian menjadi sebuah pedoman yang jelas dan terstruktur untuk peneliti dalam melakukan penelitiannya (Mulyadi, 2013). Fokus utama penelitian ini adalah mengenai strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. Kanal Instagram, Facebook, Youtube, dan *Website* menjadi tempat untuk memberikan informasi mengenai perjalanan dan daya tarik wisata yang terdapat di kota Bandung. Tidak hanya memiliki peran dalam pemberian informasi kepada para calon wisatawan, tetapi lebih lanjutnya meningkatkan citra dari kota Bandung.

#### 1. Pendekatan Penelitian

Dilihat dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun penelitian kualitatif yaitu penelitian yang tidak bisa diuji menggunakan statistik. Menurut (Moleong, 2010, hal. 6) penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan maksud memahami fenomena tentang kejadian yang dialami oleh subjek peneliti seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan secara *holistic*, dilakukan pada konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian kualitatif dirasa sangat cocok digunakan dalam penelitian yang akan ditulis, karena penelitian kualitatif sangat memberikan kesempatan yang luas kepada peneliti untuk memungkinkan peneliti lebih fokus dalam permasalahan yang diteliti. Oleh karena ini, pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan sifat deskriptif dalam meneliti pemahaman sekaligus strategi pemasaran media digital yang dilakukan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata kota Bandung. Penelitian ini penulis melakukan analisis isi untuk melihat pesan yang disampaikan dalam konten di setiap media digital.

Instrumen penelitian kualitatif merupakan orang, yaitu peneliti itu sendiri (Sugiyono, 2015, hal. 15). Ketika menjadi instrumen penelitian, maka peneliti harus mempunyai bekal teori dan wawasan yang luas sehingga mampu bertanya dan menganalisis objek yang diteliti dengan jelas dan bermakna. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Namun wawancara menjadi instrumen utama dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi yang mendalam dari pemangku kepentingan.

#### 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan maksud dan tujuan untuk memahami dan mendeskripsikan strategi pemasaran digital yang dilakukan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata kota Bandung berfokus meneliti Instagram, Facebook, Youtube, dan *Website* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung melalui pengumpulan data sebanyak mungkin dari

sumber yang terkait. Metode studi kasus dipilih karena penelitian ini akan meneliti secara khusus kanal digital yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata kota Bandung ditambah fenomena yang diteliti merupakan sebuah kasus yang membutuhkan pengkajian secara deskriptif yang mendalam. (Prihatsanti et al., 2018) menyatakan studi kasus digunakan untuk memberikan sebuah pemahaman mengenai hal yang menarik perhatian, proses sosial, peristiwa konkret, atau pengalaman yang menjadi latar dari sebuah kasus. Kasus yang diangkat dalam penelitian ini yaitu berfokus pada satu isu atau persoalan tentang pemasaran Digital.

## 1.2 Waktu, Partisipan, dan Tempat Penelitian

### 1.2.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2021 dan selesai pada tanggal 22 April 2022.

### 1.2.2 Partisipan Penelitian

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sample*. Disesuaikan dengan metode penelitian sehingga sampel pada penelitian ini bersifat *purposive* yang artinya sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Jadi *purposive sampling* menjadi teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling mengerti tentang sebuah hal yang kita harapkan, atau bahkan dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajah objek yang akan diteliti.

**Tabel 3. 1 Partisipan Penelitian**

No.	Partisipan	Jabatan
1.	Tn A	Kepala Bidang Pemasaran
2.	Ny A	Fasilitator Promosi Pariwisata & Admin Youtube TIC
3.	Ny B	<i>Social Media Specialist Content Creator</i> DISBUDPAR
4.	Ny C	Pengelola <i>Tourist Information Center</i>
5.	Tn B	Pengelola Youtube <i>This is Bandung</i>
6.	Tn C	Ahli Pertama Pranata Komputer dan Admin <i>Website</i>

Sumber : Olahan Peneliti

Partisipan dalam penelitian ini merupakan para tenaga kerja yang berada di lingkungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung.

1. Tn A dipilih sebagai *key informan* dalam penelitian ini. Beliau merupakan kepala bidang pemasaran yang dirasa cocok menjadi *key informan* dikarenakan Kepala Bidang pemasaran sebagai orang yang mengambil keputusan mengenai teknik pemasaran seperti apa yang akan dilakukan oleh tim Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung.
2. Ny A yang merupakan Fasilitator Promosi Pariwisata Bidang Pemasaran Beliau menjadi salah satu informan dikarenakan

menjadi salah satu tenaga kerja yang aktif dalam membantu pemasaran di Dinas, Beliau juga merupakan salah satu ahli dalam membantu pemasaran di platform Bidang Pemasaran yang memang difokuskan untuk pemasaran. Beliau sangat memahami bagaimana promosi yang dilakukan oleh tim *Tourist Information Center*.

3. Ny B yang menjadi *social media specialist content creator* beliau merupakan salah satu tenaga ahli dari sub bagian data dan informasi DISBUDPAR sekalian menjadi Admin dari Instagram dan Facebook, selain itu beliau juga yang memantau jalannya Instagram @disbudpar.bdg dengan melihat *insight* dan analisis pihak ketiga demi perkembangan akun Instagram.
4. Ny C yang merupakan Admin dari Instagram @tic.bandung beliau merupakan pengelola akun Instagram tersebut, karena hanya beliau yang mengetahui dan paham mengenai Instagram tim pemasaran.
5. Tn B beliau merupakan tenaga ahli sebagai pengelola Youtube *This is Bandung* dan sebagai yang melakukan evaluasi terhadap Youtube. Beliau memang berfokus pada Youtube *This is Bandung* sehingga dirasa cocok untuk menjadi informan guna menggali informasi mengenai Youtube.
6. Tn C yang merupakan tenaga ahli pranata komputer sekalian menjadi admin dari *Website* DISBUDPAR, beliau menjadi informan karena peneliti memerlukan data mengenai *website* mengingat wawancara dengan *key informan* dan tenaga ahli DISBUDPAR lainnya yang kurang memahami mengenai *website*.

### 1.2.3 Tempat Penelitian

Guna memperoleh data sebagai bahan penulisan proposal sekaligus menjawab permasalahan yang telah disebutkan, penelitian ini dilakukan di Kota Bandung khususnya di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung. Kota Bandung dipilih karena merupakan kota kembang yang memiliki Daya Tarik Wisata terkenal, hal ini dilihat dari berita [humas.bandung.go.id](http://humas.bandung.go.id) yang menyatakan bahwa kota Bandung sebagai kota pariwisata terbaik pada penyelenggaraan Indonesia *Attractiveness Award* (IAA) 2018. Kota Bandung juga telah memfokuskan perkembangan pariwisatanya melalui pelaksanaan sistem *smart* citra pariwisata menggunakan teknologi *smart city* hal ini tercantum dalam PERWALI No. 1470 tahun 2018. Sebagai pertimbangan lokasi peneliti juga melihat keaktifan kanal Digital Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung sebelum dan saat pandemi. Oleh sebab itu peneliti tertarik menjadikan kota Bandung sebagai objek penelitian terkhusus di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata kota Bandung yang menangani setiap kegiatan terkait pariwisata, kebudayaan, dan ekonomi kreatif di kota Bandung.

## 1.3 Pengumpulan Data

### 3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan dokumen pribadi

(Sugiyono, 2015, hal. 23). Data kualitatif penelitian ini berupa kegiatan Digital yang dilakukan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung melalui akun Instagram @disbudpar.bdg dan @tic.bandung, Facebook @disbudparkotabandung, Youtube *This is Bandung* dan *Tourist Information Bandung*, dan Website *disbudpar.bandung.go.id* dalam proses pemasaran pariwisata di kota Bandung. Metode kualitatif dipilih untuk mendapatkan data yang mendalam dan menyeluruh untuk suatu data yang memiliki makna tertentu. Makna di sini merupakan data yang sebenarnya data yang pasti merupakan sebuah nilai, sehingga dalam penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna (Sugiyono, 2015, hal. 15). Sumber data dalam penelitian ini sebagai berikut.

#### 1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian yaitu responden penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung kepada subjek sebagai sumber informasi yang dibutuhkan. (Sugiyono, 2015, hal. 193) menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti. Untuk mendapatkan data primer dilakukan penelitian secara langsung yaitu wawancara ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung ditambah dengan observasi akun Instagram, akun Facebook, akun Youtube, dan *website*.

#### 2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan peneliti dari sumber-sumber tertentu. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2015, hal. 193) sumber data sekunder menjadi sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, data sekunder ini dapat berasal dari orang lain atau dokumen tertentu. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder yang dipakai adalah baik dari buku, artikel ilmiah, dokumen, dan berita di internet yang sudah tersedia mengenai Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata kota Bandung. Dokumen yang digunakan oleh peneliti yaitu Dokumen mengenai rencana strategi DISBUDPAR kota Bandung 2018 – 2023 dan dokumen pemanfaatan media digital di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang didapatkan dari Kepala Bidang Pemasaran.

### 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menjadi langkah yang paling utama dalam sebuah penelitian, karena penelitian membutuhkan data dan tanpa memahami teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data (Sugiyono, 2015, hal. 308). Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa untuk mendapatkan data yang diperlukan dari sumber data maka perlu teknik pengumpulan data yang baik dan benar. Sehingga pengumpulan data yang dilakukan dapat menjawab pertanyaan penelitian. Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi dan dokumentasi mengenai media digital (Instagram, Facebook, Youtube, dan *Website*) yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung. Instrumen

utama dalam penelitian ini yaitu wawancara. Berikut teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti.

#### 1. Teknik Observasi

Observasi atau pengamatan yaitu dasar dari semua ilmu pengetahuan karena para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data yaitu fakta mengenai kenyataan yang ada dan didapatkan melalui observasi Nasution (1988) dalam (Sugiyono, 2015, hal. 310). Adanya observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk mengamati dan mempelajari seluruh kegiatan mekanisme pemasaran dari media sosial Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung. Kegiatan yang dilakukan peneliti adalah mencatat interaksi 2 akun Instagram, 1 akun Facebook, 2 Akun Youtube, dan 1 *Website*. Setelah itu hasil observasi dibuat dalam bentuk *word* dan peneliti menyimpulkan sementara dari hasil observasi yang telah dilakukan. Bahwa tidak seluruh akun Digital digunakan sebagai media pemasaran. Teknik observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu Observasi secara tidak langsung.

Kemudian peneliti akan melakukan pencocokan dengan data hasil dari wawancara sehingga hasilnya akan lebih akurat. Observasi yang dilakukan dimulai sejak 05 Januari 2022 sampai dengan tanggal 21 Maret 2022. Hasil dari observasi untuk Instagram terlihat bahwa Instagram *@disbudpar.bdg* difungsikan dalam memberikan sosialisasi kebijakan, informasi, dan edukasi seputar kegiatan internal dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung. sedangkan akun Instagram yang difungsikan untuk pemasaran yaitu Instagram *@tic.bandung* yang merupakan Instagram milik Bidang Pemasaran. Dalam Instagram terdapat berbagai konten mengenai daya tarik wisata, kebudayaan, dan ekonomi kreatif.

Hasil observasi dari akun Facebook terlihat bahwa setiap konten dan *caption* semuanya sama dengan Instagram *@disbudpar.bdg*. Sehingga Facebook memang terkait langsung dengan akun Instagram, karena hasil observasi peneliti konten apapun dan di jam berapapun di unggah sebuah konten di Instagram akan otomatis terdapat dalam kanal Facebook. Namun untuk konten *Reels* tidak diunggah dalam kanal Facebook. Dan interaksi dengan pengguna Facebook juga tidak begitu besar, terlihat masih sedikit jumlah *like* dan komentar yang masuk.

Hasil observasi dari 2 kanal Youtube yaitu Youtube *This is Bandung* yang merupakan akun resmi milik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung. Youtube tersebut memiliki fungsi hanya sebagai upaya sosialisasi kebijakan, edukasi, dan pemberian informasi kepada masyarakat luas dengan konten mengenai pariwisata, kebudayaan, dan ekonomi kreatif. Setiap konten dikemas dengan menarik sehingga akan menarik minat pengguna Youtube dalam menonton setiap konten yang diunggah. Sedangkan akun Youtube *Tourist Information Bandung* merupakan akun Youtube milik Bidang Pemasaran yang difungsikan sebagai akun

Youtube untuk pemasaran. Konten yang disajikan juga terdapat berbagai video mengenai daya tarik wisata, kebudayaan, dan ekonomi kreatif. Dari hasil observasi akun Youtube TIC ini tidak serapi dan teratur seperti akun Youtube milik *This is Bandung*.

Hasil observasi untuk *website* resmi milik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung. Ternyata situs web tersebut hanya berisikan mengenai berita-berita terbaru tentang kegiatan yang dilaksanakan. Terdapat berbagai fitur yang tersedia, tetapi setiap fitur kegunaan utamanya untuk mendukung pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Dalam situs web juga terdapat konten informasi mengenai kebudayaan dan pariwisata. Sedangkan untuk ekonomi kreatif akan dialihkan ke situs web yang berbeda.

## 2. Teknik Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin mengetahui hal tertentu secara mendalam dari responden. Sehingga dalam penelitian ini penulis akan melakukan wawancara kepada partisipan yang telah ditentukan sebelumnya menggunakan *purposive sampling* sesuai dengan kriteria terkait dari penelitian mengenai strategi *social media marketing* yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata kota Bandung. Wawancara yang akan dilakukan adalah wawancara semi-terstruktur, oleh karena itu, peneliti akan menyiapkan panduan wawancara dan pertanyaan kunci mengenai topik penelitian guna mendapatkan informasi yang sesuai dengan kajian penelitian. Pendekatan wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu *in depth interview*.

Wawancara yang dilakukan terhadap *key informan* yaitu Tn A. Lalu dengan Ny A. Lalu dengan Ny B. dan dengan Ny C dilakukan secara tatap muka langsung dikarenakan di kota Bandung kegiatan sudah tidak dibatasi lagi. Tetapi untuk wawancara dengan Tn B sebagai Pengelola akun Youtube *This is Bandung* dilakukan secara *asynchronous* dengan menggunakan *voice note*, hal tersebut memang keinginan dari narasumber dan bertepatan pada saat itu kota Bandung menetapkan PPKM level 3. Wawancara yang berikutnya dengan Tn B sebagai admin *website* dilakukan melalui aplikasi *zoom meeting*, hal tersebut merupakan kesepakatan antara peneliti dan narasumber dan bertepatan dengan adanya aturan PPKM level 3 di kota Bandung.

## 3. Teknik Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, biasanya dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya. Teknik dokumentasi digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melengkapi data hasil observasi dan wawancara. Pendapat ini selaras seperti dalam buku (Sugiyono, 2015, hal. 329) teknik dokumentasi merupakan pelengkap penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumen yang menjadi acuan peneliti merupakan dokumen mengenai rencana strategi DISBUDPAR kota Bandung 2018 – 2023. Dokumen ini berisi mengenai rencana strategis kota Bandung peneliti melihat Struktur

Organisasi dan visi misi. Sedangkan dokumen kedua yaitu dokumen pemanfaatan media digital di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang didapatkan dari Kepala Bidang Pemasaran. Dokumen tersebut berisi penjelasan mengenai setiap platform digital yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung. Selain itu terdapat juga hambatan yang dialami oleh tim pengelola dan manfaat bagi pengelola dan pengguna platform Digital. Dalam dokumen tersebut juga terdapat data performa media Digital milik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung pada tahun 2019.

#### 1.4 Analisis Data

Analisis data Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan lainnya yang mudah dipahami dan diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2015, hal. 334). Dalam penyimpulan data dipergunakan pola berpikir induktif dengan cara melihat fakta-fakta dan peristiwa-peristiwa secara khusus yang kemudian digeneralisasikan. Model analisis data kualitatif dalam penelitian ini akan menggunakan komponen analisis data menurut Miles dan Huberman. Tahapan analisis data menggunakan model Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2015, hal. 338-345). Miles dan Huberman menjabarkan langkah-langkah sebagai berikut.

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

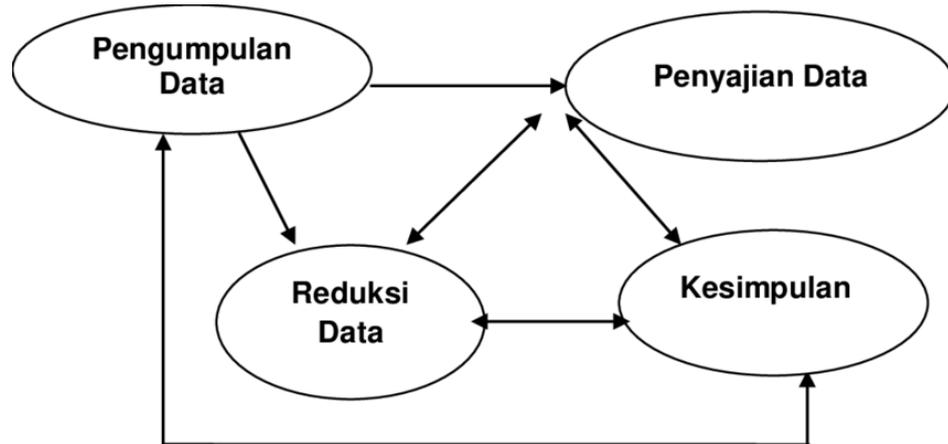
Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memfokuskan pada hal penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Oleh karena itu data yang telah direduksi akan menghasilkan gambaran yang lebih jelas yang dapat mempermudah peneliti untuk pengumpulan data selanjutnya dan mencari data bila diperlukan. Selanjutnya peneliti melakukan klasifikasi dan pencocokan data wawancara terhadap observasi dan membuat suatu pola.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi yang tersusun dan kemungkinan dapat memberikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif penyajian data yang sering digunakan bersifat teks naratif. Tetapi penyajian data juga dapat berbentuk matriks, grafik, jaringan, dan bagan.

c. Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Kesimpulan awal yang dikemukakan bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap reduksi data hasilnya sama dengan kesimpulan yang didapat di akhir saat peneliti kembali kelapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.



Gambar 3. 1 Analisis Data

Gambar analisis data di atas menunjukkan bahwa reduksi data sudah mulai dilakukan sejak pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang relevan terkait penelitian. Reduksi data dilakukan agar dapat mempermudah penyajian data sehingga akan menghasilkan kesimpulan yang akurat dan kredibel sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

### 1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Keabsahan dari data yang terkumpul dalam penelitian kualitatif, sering ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek dengan data yang dilaporkan oleh peneliti, terdapat dua macam validitas dalam penelitian yaitu validitas internal dan eksternal (Sugiyono, 2015, hal. 363). Dengan cara seperti ini data yang valid merupakan data yang sesuai yang dilaporkan oleh peneliti dan sesuai dengan keadaan sesungguhnya dalam sebuah obyek penelitian. Dalam pengambilan kesimpulan diperlukan teknik keabsahan data yang baik. Menurut (Sugiyono, 2015, hal. 366) uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *Credibility* (validitas internal), *Transferability* (Validitas eksternal), *Dependability* (Reliabilitas), dan *Confirmability* (Objektivitas). Uji ini dimaksudkan untuk memberikan data yang lebih mendalam dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan data yang telah ditranskrip untuk dibaca ulang oleh partisipan.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Untuk menguji validitas penelitian, triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi Sumber. Triangulasi sumber merupakan pengujian kredibilitas data penelitian kualitatif dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2015, hal. 373). Data dalam penelitian ini akan dilakukan triangulasi berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan.

### 3.6 Etika Penelitian

Etika penelitian yaitu bentuk tanggung jawab normal peneliti dalam melakukan penelitian. Aspek etik merupakan bagian penting dalam proses penelitian. Permasalahan etik dalam penelitian terjadi akibat bertemunya dua atau lebih kepentingan berbeda pada saat bersamaan, misalnya peneliti untuk

memperoleh hasil penelitian ilmiah dan penghormatan terhadap hak informan yang terkait. Prinsip etik penelitian yang diatur dalam peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2020 tentang komisi etik penelitian dan pengembangan kesehatan nasional pasal 1 ayat 2 menyatakan etik penelitian dan pengembangan kesehatan adalah prinsip/kaidah dasar yang harus diterapkan dalam pelaksanaan penelitian dan pengembangan kesehatan yang meliputi:

1. Prinsip menghormati harkat martabat manusia (*respect for persons*),
2. Prinsip berbuat baik (*beneficence*), dan Tidak merugikan, dan
3. Prinsip keadilan (*justice*)