



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini mengambil pendekatan kualitatif adalah dengan pertimbangan bahwa penelitian kualitatif lebih tepat digunakan dalam meneliti secara lebih mendalam dan terperinci dari sebuah fenomena serta kasus yang terjadi.

Kriyantono (2006) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif yang lebih ditekankan adalah tingkat kedalaman (kualitas) dari data, dan bukan banyaknya (kuantitas) data. Lebih lanjut, Kriyantono menyebutkan bahwa semua riset yang menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan sebuah fenomena sedalam – dalamnya melalui pengumpulan data yang sedalam – dalamnya.

Kirk & Miller menjelaskan penelitian kualitatif adalah tradisi khusus dalam ilmu – ilmu sosial, yang secara fundamental bergantung pada mengamati orang dalam batas teritorial mereka dan interaksinya dengan bahasa dan istilah mereka sendiri. Seperti teridentifikasi dalam sosiologi, antropologi budaya, dan ilmu – ilmu lainnya, penelitian kualitatif dipandang sebagai sesuatu yang naturalistic, etnografik, dan partisipatoris. (Salam, 2011 : 26)

Selain itu, penelitian kualitatif mempresentasikan data yang berupa kata – kata, grafik, dan bukan angka, walaupun ada angka – angka, sifatnya hanya sebatas penunjang. Data yang dimaksud adalah transkrip wawancara, catatan dari lapangan, dokumen pribadi, memorandum, dan catatan – catatan lainnya. (Danim, 2002 : 61)

Adapun jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif. Jenis penelitian deskriptif adalah penelitian yang menjabarkan dan memberikan uraian sejelas mungkin dari sebuah fenomena yang diangkat. Secara umum, jenis penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat uraian secara sistematis, factual, dan akurat tentang fakta – fakta dan sifat – sifat populasi atau objek tertentu. (Bungin, 2007:68)

Jalaludin Rakhmat (2000:24) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak menjelaskan atau mencari hubungan, tidak mencari hipotesis atau membuat prediksi.

3.3 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah kerangka berpikir yang menjelaskan cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan apa yang dilakukan oleh peneliti terhadap ilmu dan teori. Bogdan dan Biklen menjelaskan bahwa “Paradigma dimaknai sebagai kumpulan longgar tentang asumsi yang secara logis dianut bersama, konsep, atau proposi yang mengarahkan cara berpikir dan cara penelitian” (Prastowo, 2011 : 36)

Paradigma yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah paradigma post positivis. Paradigma ini melihat bahwa realitas dipandang memang ada dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam tetapi suatu hal yang mustahil apabila manusia dapat melihat realitas itu secara benar. (Denzin & Guba, 2001:40). Aliran post – positivis ini meyakini bahwa subjek tidak mungkin dapat mencapai atau melihat kebenaran, apabila pengamat berdiri di belakang layar tanpa ikut terlibat secara langsung. Oleh karena itu, hubungan antara peneliti dan objek yang diteliti harus bersifat interaktif, dengan catatan bahwa peneliti harus bersifat senetral dan mengurangi subjektivitas menjadi seminimal mungkin. Dalam penelitian ini, penulis mencoba terpisah dari narasumber dengan tidak mengarahkan mereka untuk memberikan suatu jawaban tertentu.

Paradigma post positivis merupakan pandangan yang menyatakan bahwa kebenaran tidak hanya satu tetapi lebih kompleks, sehingga tidak dapat dikaitkan oleh satu teori saja. Pernyataan tersebut didukung oleh pendapat Yemis dan Adang (2008:60) yang menyatakan bahwa post positivistik merupakan cara pandang yang menganggap bahwa pengalaman merupakan hal yang terpenting dalam hidup. Paradigma ini menekankan bahwa “proses” lebih penting dibandingkan dengan “hasil”. Jadi, kebenaran lewat pemahaman secara holistic, dan tidak semata tergantung pada data atau informasi yang teramati, melainkan pula pada informasi yang tidak tampak dan digali secara rinci.

Paradigma post positivis merupakan paradigma yang paling tepat untuk mendukung penelitian ini karena tidak ada kebenaran mutlak dalam mengkaji

sebuah program komunikasi dalam ilmu sosial yang selalu berubah dan bersifat dinamis.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus merupakan metode penelitian yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi, atau peristiwa secara sistematis. (Kriyantono, 2006:65).

Robert K. Yin (2013:9) menjelaskan bahwa pada dasarnya, penelitian dengan metode studi kasus mencari jawaban atas pertanyaan “Bagaimana” dan “Mengapa”. Pertanyaan “Bagaimana” dan “Mengapa” dalam studi kasus akan diarahkan ke serangkaian peristiwa kontemporer, dimana peneliti hanya memiliki peluang yang kecil sekali atau tak mempunyai peluang sama sekali untuk melakukan control terhadap peristiwa tersebut. Oleh karena itu, oleh karena itu, peneliti dituntut sebisa mungkin untuk menggali dan menjabarkan data sedalam dan sedetail mungkin.

Stake menjelaskan penelitian studi kasus memfokuskan pada apa yang dapat dipelajari secara khusus pada kasus tunggal (Denzin dan Lincoln, 2009:300). Penelitian studi kasus menekankan pada pemahaman tentang kasus yang dipelajari, bukan untuk mendapatkan generalisasi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Penelitian difokuskan pada strategi kampanye sosial Gerakan Indonesia Berkibar melalui social media Twitter di tahun 2012. Penelitian ini mempelajari bagaimana dan mengapa sebuah kampanye sosial dapat berkembang dan mendapat respons baik di kalangan masyarakat lewat penggunaan media sosial.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan data yang digunakan adalah dengan menggunakan dua sumber data, yaitu :

3.4.1 Data Primer

Data primer yang didapat oleh penulis didapatkan dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan para informan yang dianggap kredible. Wawancara mendalam (*depth interview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. *Depth Interview* dilakukan secara intensif dan umumnya tidak berstruktur yang bertujuan untuk mendapatkan data secara mendalam. (Kriyantono, 2006:100)

Kriyantono (2006) menambahkan, wawancara mendalam merupakan pengumpulan data dengan tatap muka secara langsung dengan informan guna mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. Sehingga sebuah fenomena yang terjadi di tengah masyarakat dapat dijelaskan. Bungin (2012:101) menjelaskan bahwa pelaksanaan wawancara tidak dapat hanya dilakukan satu kali ataupun dua

kali, melainkan berulang – ulang dan memerlukan cek dan ricek dari hasil wawancara dengan pengamatan di lakukan, atau dari informan yang satu ke informan lainnya.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2008 : 129). Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan oleh peneliti adalah keterangan – keterangan lain seputar Gerakan Indonesia Berkibar yang telah muncul di media masa, salinan *press release*, foto dan lain sebagainya yang kiranya dapat membantu penulis dalam penulisan ini.

3.5 Objek Penelitian

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah akun Twitter dari Gerakan Indonesia Berkibar (@IDberkibar). Gerakan Indonesia Berkibar dipilih karena merupakan salah satu kampanye sosial yang berhasil mendapatkan dukungan dari masyarakat Indonesia lewat penggunaan media sosial. Dalam mensosialisasikan kampanye sosial ini kepada masyarakat, Gerakan Indonesia Berkibar menggunakan media digital Facebook, web, dan Twitter. Hingga awal Mei 2013, Twitter Gerakan Indonesia Berkibar telah di-*follow* oleh lebih dari 4700 pengguna Twitter dan selalu aktif setiap harinya. Yang diamati adalah bagaimana Gerakan Indonesia Berkibar dapat menyampaikan nilai – nilai yang dibawa dan

mendapatkan dukungan dari masyarakat luas melalui kampanye sosial di media sosial Twitter.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada beberapa pihak yang terlibat aktif dalam Gerakan Indonesia Berkibar di tahun 2012, yaitu :

1. **Shafiq Pontoh**, selaku ketua Indonesia Berkibar.

Narasumber ini dipilih karena merupakan ketua dari Indonesia Berkibar. Beliau turut aktif dari tahap perencanaan hingga menjaga hubungan baik dengan para pemangku kepentingan yang terlibat dalam Indonesia Berkibar. Selain itu, beliau juga telah berpengalaman dalam membentuk kampanye sosial di media sosial Twitter dan didukung oleh banyak *followers*. Contoh kampanye sosial yang telah dibuat sebelumnya adalah : @ID_AyahASI dan @Idberkebun.

2. **Bambang Irianto**, Sekretaris Jendral Gerakan Indonesia Berkibar dan Pakar Pendidikan

Narasumber ini dipilih karena berperan sebagai Sekretaris Jendral yang terlibat aktif dalam setiap *event* yang diadakan oleh Indonesia Berkibar sejak awal dibentuk. Beliau juga merupakan salah satu ahli di bidang pendidikan dan telah lama bekerja di dalam dunia pendidikan.

3. **Muhammad Fickry**, aktivis dan administrator dari akun Twitter @IDberkibar

Narasumber ini dipilih karena memiliki tanggung jawab dan terlibat aktif dalam setiap komunikasi di media sosial Twitter Indonesia Berkibar (@IDBerkibar) sejak tahun 2012.

4. **Adithya Wardhana**, pakar dan pemerhati *social media*.

Adithya Wardhana merupakan salah satu anggota dari tim konsultasi *social media* di salingsilang.com dan saat ini bekerja di situs berita mobile, beritagar.com. Narasumber ini dipilih karena dipercaya dapat memberikan pendapat mengenai fenomena – fenomena yang terjadi di *social media*, terutama penggunaan *social media* dalam sebuah kampanye sosial.

3.6 Fokus Penelitian

Peneliti memfokuskan penelitian pada perencanaan komunikasi strategis yang mengacu pada *Strategic Communication Planning for Nonprofit Organization* Patterson dan Radtke (2009) dan Twitter sebagai taktik kampanye sosial Indonesia Berkibar yang mengacu pada *Social Media Tactics for Nonprofits* Mathos (2012).

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan, dan materi – materi lain yang telah dikumpulkan oleh peneliti sebelumnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti

sendiri terhadap materi tersebut dan mempersiapkan peneliti dalam menyajikan apa yang sudah ditemukan kepada orang lain. Analisis data melibatkan pekerjaan dengan data, penyusunan, dan pemecahannya ke dalam unit – unit yang dapat ditangani, perangkumannya, pencarian pola – pola, dan penemuan apa yang penting dan apa yang perlu dipelajari, dan pembuatan keputusan apa yang akan peneliti katakan pada orang lain. (Emzir, 2012:85)

Salah satu teknik analisis data dalam penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan analisis triangulasi. Analisis triangulasi yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data) yang tersedia. Peneliti melakukan verifikasi atau *cross-check* dengan dokumen yang ada. (Kriyantono, 2006:70)

Analisis triangulasi sendiri memiliki beberapa macam (Dwidjowinoto,2002). Dalam penelitian ini menggunakan analisis triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya dengan membandingkan hasil pengamatan wawancara dari satu narasumber dengan narasumber lainnya. (Kriyantono,2006:72)