

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

*Strategi Kampanye Public Relations* merupakan salah satu kegiatan yang digunakan untuk menginformasikan, mengenalkan dan mensosialisasikan suatu program dalam meningkatkan kesadaran serta pengetahuan khalayak dengan maksud memperoleh respon positif atau dukungan dari masyarakat. Tujuan dari *Strategi Kampanye Public Relations* yaitu untuk menciptakan kesadaran yang kuat di masyarakat terhadap pesan yang ingin disampaikan oleh suatu perusahaan, organisasi atau instansi pemerintahan.

Salah satu instansi pemerintah yang melakukan aktivitas kampanye *public relations* adalah Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat. Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu instansi pemerintah yang melakukan aktivitas *Strategi Kampanye Public Relations* untuk mengenalkan dan mensosialisasikan program kerja dalam bidang perhubungan sebagai bentuk cara untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan bagi khalayak. Salah satu program kerja yang dilaksanakan Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat adalah program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *Electronic Registration and identification* (ERI) Korp Lalu Lintas Polri (Korlantas Polri) pada Desember 2024, semua jenis kendaraan bermotor di Kota Bandung mencapai 2.370.000 unit, dengan rincian sepeda motor roda dua sebanyak 1.800.000 unit, kendaraan beroda empat umum sebanyak 453.100 unit, kendaraan roda empat pribadi sebanyak 8.982 unit,

kendaraan bus sebanyak 6.218 unit, kendaraan khusus (ransus) sebanyak 101.700 unit. Berdasarkan data yang ada, jelas terlihat bahwa kendaraan pribadi, terutama sepeda motor dan mobil penumpang, masih mendominasi transportasi di Kota Bandung. Angka 2.370.000 unit kendaraan bermotor di kota ini menunjukkan kebutuhan akan perubahan dalam pola mobilitas masyarakat.

Sebagian besar kendaraan yang ada adalah sepeda motor, yang cenderung menyebabkan kemacetan di jalan-jalan sempit, sementara mobil penumpang juga turut memperburuk situasi tersebut. Selain itu, program ini juga memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas udara di Kota Bandung, serta memberikan kemudahan akses transportasi bagi masyarakat. Diharapkan dengan adanya fasilitas transportasi umum yang lebih baik, masyarakat akan lebih tertarik untuk beralih dari kendaraan pribadi ke kendaraan umum yang lebih efisien dan ramah lingkungan.

Perlu diketahui bahwa, data penelitian yang berhubungan mengenai pemanfaatan Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans ini merupakan salah satu program yang dilakukan oleh Kementerian Perhubungan Republik Indonesia melalui Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat. Kegiatan Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans ini dilaksanakan di Kota Bandung pada tahun 2025 dengan bentuk sosialisasi atau edukasi kepada masyarakat kota Bandung untuk menggunakan Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans, menggunakan bus untuk memberikan layanan mobilitas yang cepat, nyaman, dan terjangkau. Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans memiliki jalur khusus yang terpisah dari kendaraan pribadi atau publik lainnya.

Diadakannya Program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans oleh Dinas Perhubungan Provinsi merupakan anjuran dari Kementerian Perhubungan

Republik Indonesia dalam upaya untuk mengurangi kemacetan di kota Bandung, dengan jumlah penduduk kurang lebih 2.579.837 jiwa . Berdasarkan data resmi dari website metrotvnews.com bahwa kota Bandung masuk dalam jajaran kota memiliki tingkat kemacetan tinggi ke-12 di dunia. Hal itu berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan TomTom Traffic Index pada 2024. Berdasarkan hasil data pra penelitian TomTom Traffic Index 2024 yang dilakukan di 500 kota di 62 negara dari 6 benua dengan menggunakan variabel yang mengacu pada waktu tempuh rata-rata dan tingkat kemacetan.

Berdasarkan data pra penelitian resmi dalam website itdp-indonesia.org Tingginya tingkat kendaraan bermotor pribadi serta rendahnya pengguna transportasi umum khususnya di perkotaan menjadi masalah yang semakin penting untuk dihadapi. Sudah menjadi suatu keharusan bagi pemerintah kota untuk menyediakan transportasi massal yang layak bagi warganya demi menunjang kegiatan sosial dan ekonomi. Konsensus yang muncul dalam mengatasi masalah transportasi dan mobilitas di perkotaan ialah dengan cara mereformasi sistem transportasi publik dan membangun sistem transportasi massal. Sistem transportasi massal seperti Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans muncul sebagai solusi untuk meningkatkan mobilitas masyarakat di kawasan perkotaan.

Berdasarkan hasil pra penelitian permasalahan-permasalahan mengenai kasus kemacetan tersebut menjadi salah satu fokus utama Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat untuk melaksanakan program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans merupakan sistem transportasi massal berbasis bus yang dirancang untuk memberikan layanan yang cepat, efisien, dan nyaman. Bus Rapid Transit Metro

Jabar Trans biasanya dilengkapi dengan jalur khusus, halte yang terintegrasi, dan teknologi modern untuk meningkatkan efisiensi perjalanan. Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans yang dikelola oleh Dinas Perhubungan (Dishub) berfungsi sebagai solusi untuk mengatasi masalah transportasi perkotaan seperti kemacetan, polusi, dan aksesibilitas. Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans memiliki karakteristik jalur khusus, halte modern, dan frekuensi tinggi, menawarkan alternatif transportasi yang lebih cepat, nyaman, dan andal dibandingkan dengan transportasi umum konvensional.

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari sosial media instagram @dishub\_jabar dan @brt\_metrojabartrans bahwa strategi kampanye ini telah melakukan sosialisasi tentang rute-rute yang akan dilayani oleh Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans, Direktur Utama Bapak Indrawan Sumantri beserta Tim BRT Jasa Sarana dalam agenda seremonial *Re- Branding* Bus Rapid Transit yang merupakan transportasi massal berbasis jalan di kawasan Perkotaan Cekungan Bandung.

Sebagai BUMD yang mendapatkan penugasan langsung dari Pemdaprov Jawa Barat, Jasa Sarana telah siap untuk menerima peralihan operasional BRT yang bertransformasi & rebranding menjadi Metro Jabar Trans (MJT) seiring dengan statement Pejabat Gubernur Jawa Barat Bapak @bey.machmudin bahwa peluncuran nama "MJT" merupakan komitmen bersama untuk sungguh-sungguh dalam menjalankan program transportasi umum yang terintegrasi dan inklusif. Berdasarkan data pra penelitian mengenai penggunaan transportasi antar moda ini kini masyarakat bisa menjelajahi Kota Bandung lebih mudah dan nyaman dengan

berbagai pilihan moda transportasi *public*. Dengan Metro Jabar Trans masyarakat kota Bandung bisa menikmati perjalanan yang ekonomis, nyaman dan ramah lingkungan.

Mengenai penggunaan transportasi Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans ini bisa meningkatkan penggunaan transportasi publik dan bantu kurangi kemacetan di kota Bandung bersama-sama, membangun dan wujudkan Bandung yang lebih baik dan bebas dari kemacetan. Keuntungan seperti mengurangi waktu perjalanan, mengurangi kemacetan, dan meminimalkan dampak lingkungan sering ditekankan. Metro Jabar Trans kini hadir di Aplikasi Mitra Darat, Informasi tentang jadwal keberangkatan dan kedatangan juga disampaikan agar masyarakat dapat merencanakan perjalanan dengan lebih baik.

Berdasarkan data pra penelitian Kampanye *Public Relations* ini menekankan pada peningkatan standar keselamatan dan kenyamanan penumpang selama perjalanan, termasuk keberadaan fasilitas pendukung seperti AC, tempat duduk yang nyaman, dan pengawasan keamanan di dalam bus dan di halte. Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat berharap melalui kampanye ini masyarakat semakin sadar akan pentingnya beralih ke transportasi umum yang terjangkau dan ramah lingkungan, serta berkontribusi pada pengurangan kemacetan dan pencemaran udara di Jawa Barat.

*Strategi Kampanye Public Relations* yang dilaksanakan oleh Dinas Perhubungan Jawa Barat melibatkan peran krusial dari seorang humas, dalam *Strategi Kampanye Public Relations* diharapkan dapat dengan cermat mengidentifikasi dan mengatasi tantangan yang sesuai dengan keadaan dan kondisi

yang ada. Praktisi humas juga perlu menyusun suatu strategi komunikasi dalam menghadapi situasi pada organisasi, perusahaan ataupun lembaga. Peran humas yang mencakup pembinaan hubungan dengan publik diaplikasikan melalui *Strategi Kampanye Public Relations* sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran dikalangan masyarakat. Setiap organisasi, perusahaan atau instansi memiliki berbagai tujuan dalam kampanye *public relations* yang ditentukan oleh kepentingan dan konteks khususnya dari masing masing entitas.

Berdasarkan penjabaran di atas terkait permasalahan yang terjadi dan usaha yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat untuk menekan angka kemacetan di kota Bandung, peneliti memiliki temuan yang menarik untuk dapat diteliti yaitu terkait Kampanye *Public Relations* tentang penggunaan Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif karena peneliti ingin mengumpulkan informasi dan mengetahui secara detail dengan memfokuskan suatu kasus atau fenomena secara intensif yaitu tentang maraknya kemacetan di Kota Bandung. Sehingga diluncurkannya program penggunaan Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat.

## 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan hasil data penelitian pada latar belakang penelitian di atas, pertanyaan penelitiannya adalah:

1. Bagaimana tahapan *planning* pada kegiatan *Strategi Kampanye Public Relations* program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans?
2. Bagaimana tahapan *implementation* pada *Strategi Kampanye Public Relations* program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans?
3. Bagaimana tahapan *evaluation* pada *Strategi Kampanye Public Relations* program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Tahapan *planning* dalam *Strategi Kampanye Public Relations* program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans.
2. Tahapan *implementation* dalam *Strategi Kampanye Public Relations* program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans.
3. Tahapan *evaluation* dalam *Strategi Kampanye Public Relations* program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini memiliki kegunaan akademis yang penting dalam mengembangkan kerangka teoritis di bidang kampanye *public relations*. *Strategi Kampanye Public Relations* Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat terkait program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans menawarkan berbagai kegunaan

akademis dalam bidang komunikasi publik, kebijakan transportasi, dan hubungan masyarakat. Kampanye ini dapat dijadikan studi kasus untuk menganalisis strategi komunikasi publik, termasuk efektivitas saluran komunikasi seperti media sosial, iklan, dan event publik, serta penerapan teori komunikasi seperti komunikasi dua arah, agenda-setting, dan framing. Penelitian dapat menilai bagaimana pesan kampanye mempengaruhi opini dan perilaku masyarakat, khususnya dalam meningkatkan kesadaran tentang pentingnya penggunaan transportasi umum.

Kampanye ini juga dapat dievaluasi untuk mengidentifikasi perubahan perilaku masyarakat, seperti peralihan dari kendaraan pribadi ke transportasi umum, dan dampaknya terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, kampanye ini memberikan peluang untuk menganalisis manajemen isu dan krisis dalam sektor publik, serta bagaimana kegiatan *public relations* berperan dalam menjaga citra positif pemerintah dan meredakan potensi krisis. Secara keseluruhan, kampanye ini menawarkan kesempatan untuk penelitian interdisipliner yang menghubungkan teori komunikasi, kebijakan publik, dan studi transportasi dalam memahami dinamika *public relations* sektor publik.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini dapat memberikan wawasan praktis untuk meningkatkan efektivitas *Strategi Kampanye Public Relations* Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat dengan mengidentifikasi saluran komunikasi yang paling efektif, seperti media sosial dan event publik. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi mengenai penerapan strategi komunikasi dua arah yang memperbaiki persepsi masyarakat terhadap Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans.

Penelitian ini juga membantu dalam pengelolaan isu dan krisis yang mungkin timbul, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta memberi panduan bagi pembuat kebijakan dalam merancang kebijakan transportasi publik yang lebih tepat. penelitian ini dapat membantu membangun citra positif pemerintah terkait kebijakan transportasi ramah lingkungan.

## **1.5 Kajian Penelitian**

### **1.5.1 Landasan Teoritis**

Penelitian ini membahas tentang *Strategi Kampanye Public Relations* Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat Dalam Penggunaan Program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans. Menggunakan model PIE (*planning, implemation, evaluation*) bertujuan untuk menganalisis kampanye, Bobbit dan Sullivan (2014: 7) Model PIE (*Planning, Implemation, Evaluation*) menggabungkan penelitian dan perencanaan dalam satu proses yang efektif dan fleksibel. Terdiri dari tiga tahap utama: perencanaan, implementasi, dan evaluasi, model ini mendukung keberhasilan suatu program dengan pendekatan yang saling terintegrasi.

Pada tahap perencanaan, fokus pada pengumpulan data dan analisis situasi untuk memastikan *strategi* sesuai kebutuhan. Tahap implementasi menekankan pelaksanaan *strategi* dengan sumber daya yang ada, disertai fleksibilitas terhadap perubahan. Tahap evaluasi mengukur pencapaian tujuan dan memberikan umpan balik untuk perbaikan. Model PIE dipilih karena kemampuannya beradaptasi dengan dinamika lapangan, mendukung keberhasilan kampanye dan program. Berikut elemen-elemen penting pada model kampanye PIE:

### **1. *Planning* (Perencanaan)**

Perencanaan berfokus pada melakukan penelitian dan analisis terhadap masalah saat ini untuk memahami dasar masalah dan menentukan solusi terbaik. Hal ini meliputi riset latar belakang target audiens, metode kampanye, tujuan dan sasaran kampanye, pesan dan tema kampanye, strategi media pada kampanye. Tim humas kampanye dapat mencapai hasil yang diinginkan dengan memahami masalah secara menyeluruh.

### **2. *Implementation* (Pelaksanaan)**

Praktisi hubungan masyarakat menangani dan melaksanakan semua perencanaan, taktik, dan media diterapkan. Mencapai target yang telah ditetapkan dapat dilakukan melalui sosialisasi, penyebaran konten di media sosial, kampanye langsung di lapangan, atau menggunakan media lainnya. Tahap ini penting dilakukan, pemantauan berkala untuk memastikan bahwa semua tugas berjalan sesuai rencana yang telah ditetapkan dan rencana dapat dilaksanakan dengan efektif.

### **3. *Evaluation***

Tahap evaluasi dilakukan setelah kampanye dijalankan. Dilakukan dengan cara mengumpulkan data, dokumentasi kegiatan kampanye, menetapkan tercapai atau tidaknya indikator keberhasilan. Evaluasi membuat humas dapat menilai keberhasilan kampanye, mengidentifikasi hal-hal yang perlu diperbaiki, dan menentukan langkah selanjutnya untuk mempertahankan atau meningkatkan hasil di masa depan.

### 1.5.2 Ladasan koseptual

*Strategi Kampanye Public Relations* merupakan proses yang sistematis dan berkelanjutan yang dilakukan oleh seorang profesional *public relations* untuk mengelola reputasi dan citra suatu organisasi serta mencapai tujuan komunikasi yang spesifik. (Ruslan, 2008:23) *Public Relations* adalah kunci keberhasilan suatu organisasi dalam menjalin hubungan yang harmonis dengan lingkungan eksternal. *Public Relations* berperan penting dalam mengelola persepsi publik terhadap organisasi.

Ruslan, (2008) menyatakan *Strategi Kampanye Public Relations* merupakan kegiatan teknik komunikasi yang memberikan penerangan secara berkelanjutan atau terus-menerus dalam memberikan motivasi masyarakat pada suatu program kegiatan yang sedang dijalankan melalui proses komunikasi yang telah terancang untuk mendapatkan opini positif dari masyarakat sehingga terbentuknya citra yang baik dalam pandangan masyarakat. *Strategi Kampanye Public Relations* ini dijalankan dengan maksud memengaruhi masyarakat, mengubah perilaku masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki pengetahuan menjadi lebih terinformasi, mengembangkan keyakinan terhadap organisasi atau perusahaan, serta menghasilkan minat masyarakat untuk menggunakan produk atau layanan yang diperkenalkan melalui kampanye.

## 1.6 Langkah-Langkah Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Objek atau sasaran dari hasil penelitian ini berlokasi di kantor Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat yang beralamat di Jl. Sukabumi No. 1,

Kacaping, Kec. Batununggal, Kota Bandung Jawa Barat 402761. No.Telepon (022)7272258.

### 1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang diterapkan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Menurut Glasersfeld seperti yang dijelaskan dalam Anggriamurti (2009), konstruktivisme adalah salah satu pendekatan dalam filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan yang kita miliki saat ini merupakan hasil dari konstruksi yang dilakukan oleh manusia. Pengetahuan yang ada dibentuk melalui pemikiran dan konsep yang dikembangkan oleh individu dalam interaksinya dengan lingkungan sekitarnya seiring berjalannya waktu. Penelitian ini didasarkan pada pendekatan kualitatif. Moleong (1992:6) menggambarkan pendekatan kualitatif sebagai suatu metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata, baik tertulis maupun lisan, yang diperoleh dari individu yang diamati.

Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk menggali penjelasan mendalam mengenai fenomena yang dipelajari dan untuk menggali pengalaman yang mendasari fakta-fakta di lapangan. Selain itu, penelitian ini berlandaskan dalam paradigma konstruktivis pada rangka menyampaikan proses aplikasi kampanye *public relations* tentang penggunaan Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans yg sudah peneliti jalankan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kampanye sosialisasi " Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans ". Tujuan

utama penelitian ini adalah untuk menilai efektivitas kampanye dalam mengubah persepsi dan perilaku masyarakat terkait penggunaan transportasi.

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode naratif. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2016), metode ini memungkinkan peneliti untuk mendeskripsikan secara sistematis dan akurat fenomena yang terjadi. Dalam konteks penelitian ini, metode naratif digunakan untuk menguraikan secara rinci proses pelaksanaan kampanye *public relations* mengenai program "Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans" yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat. Hal ini melibatkan tahapan-tahapan mulai berdasarkan identifikasi masalah, pengelolaan perencanaan, hingga tahap evaluasi kampanye.

### **1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data**

#### **1.6.4.1 Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang berupa kata-katadan deskripsi untuk memahami secara mendalam bagaimana Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat melaksanakan program kampanye "Mengenai Penggunaan Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans". Data ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan petugas terkait, observasi langsung terhadap kegiatan kampanye, serta analisis dokumen yang relevan.

#### **1.6.4.1 Sumber data**

##### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari informan-informan yang telah ditentukan sebelumnya. Penentuan informan dilakukan secara *purposive*, yaitu memilih individu-individu yang dianggap kompeten

dan memiliki pemahaman mendalam tentang data yang relevan dengan tujuan dan permasalahan penelitian. Sugiyono, (2016:137) menjelaskan sumber data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti selama penelitian itu berlangsung yang berasal dari objek utama penelitian atau informan yang terlibat dalam penelitian tersebut.

Proses pengumpulan data primer ini dilakukan tidak hanya melalui wawancara, tetapi juga dengan keterlibatan aktif dalam pengamatan terhadap situasi atau kondisi yang berkaitan dengan fenomena yang sedang diteliti. Selain itu, peneliti mendokumentasikan momen melalui fotografi dan merekam audio selama sesi wawancara.

## **2. Sumber Data Sekunder**

Informasi dari sumber data sekunder digunakan sebagai pelengkap atau pendukung dalam penelitian ini. Data tersebut tidak diperoleh langsung dari subjek penelitian, melainkan melalui pihak ketiga atau melalui berbagai tulisan tertentu. Jenis data sekunder yang digunakan mencakup berbagai sumber, seperti media sosial, situs web, dokumen terkait, dan sumber lain sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data sekunder ini berperan dalam memperkaya penelitian dengan informasi yang relevan dan mendalam, sehingga mendukung temuan dan analisis yang lebih komprehensif.

### **1.6.5 Teknik Pemilihan Informan**

Penetapan informan dalam penelitian merupakan aspek yang sangat penting, karena mereka menjadi sumber utama dari data yang akan dikumpulkan selama penelitian berlangsung. Pemilihan informan dilakukan dengan

mempertimbangkan pengetahuan mereka yang mendalam mengenai topik yang sedang diteliti, sehingga mereka dapat membantu dalam proses analisis yang berlangsung di lapangan. Creswell & Poth (2018:124) menjelaskan bahwa proses identifikasi individu atau kelompok dalam tahap eksplorasi fenomena dapat melibatkan sejumlah partisipan yang bervariasi, mulai dari tiga hingga empat individu, dengan batas maksimal sekitar 15 orang. Artinya, proses pemilihan informan harus dilakukan dengan cermat agar data yang diperoleh mencakup keragaman dan mendalamitas aspek yang diteliti.

Informan yang menjadi subjek utama dalam penelitian ini adalah Sindividu-individu yang terlibat langsung dalam penyusunan *Strategi Kampanye Public Relations* di Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat . Peneliti berharap untuk memperoleh data yang akurat dan relevan sesuai dengan tujuan penelitian. Informan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga kelompok, yang meliputi:

1. Informan yang memiliki sumber data utama yang diperlukan dalam penelitian *Strategi Kampanye Public Relations* Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat Dalam Penggunaan Program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans. Informan tersebut merupakan kepala humas Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat yang memiliki peran dan tanggung jawab dalam kegiatan *Kampanye Public Relation*.
2. Informan yang terlibat dalam pelaksanaan *Strategi Kampanye Public Relations* Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat Dalam Penggunaan Program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans. Informan tersebut merupakan staff

kehumasan yang memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan *Kampanye Public Relations*.

3. Informan yang dapat memberikan data pendukung pelaksanaan kampanye *Public Relations*. Informan tersebut merupakan divisi pengamat yang memperhatikan transportasi di Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat lebih dari enam bulan .

Peneliti dalam hal ini memilih tiga orang informan dari Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat untuk memberikan informasi yang relevan dan mendalam terkait topik penelitian. Pemilihan informan ini didasarkan pada pedoman menurut Creswell (2014:122) yang menetapkan bahwa dalam penelitian kualitatif setidaknya mengambil 3-10 informan agar data lebih kredibel. Kriteria pemilihan informan didasarkan pada peran dan pengalaman mereka yang sesuai dengan topik penelitian.

Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang jelas dan mendalam tentang *Strategi Kampanye Public Relations* di Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat dengan ini, proses pengumpulan data tidak hanya sesuai dengan metode penelitian yang baik, tetapi juga memastikan hasil yang relevan dan dapat dipercaya.

#### **1.6.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data penelitian merupakan data yang penting karena tanpa data yang relevan dan valid, hasil penelitian tidak akan dapat memberikan pemahaman yang mendalam. Fokus, tujuan, dan jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian ditentukan oleh teknik yang digunakan untuk pengumpulan data.

Menurut Harahap (2020: 76), pengumpulan data bersifat tentatif menyesuaikan dengan kebutuhan penelitian dan konteks permasalahan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data sebagai berikut:

### **1. Wawancara mendalam (*in-deep Interview*)**

Wawancara mendalam merupakan pengumpulan data kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk medata yang kaya dan mendalam melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian. Proses wawancara melibatkan perencanaan yang matang, pelaksanaan wawancara yang efektif, dan menjaga etika penelitian. Tujuan utama wawancara adalah untuk mendapatkan informasi langsung dari narasumber.

Peneliti akan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun secara cermat untuk menggali pemahaman yang lebih dalam tentang topik penelitian. Peneliti menggunakan teknik ini memberikan keuntungan dalam menggali makna yang mendalam dan mendalam yang mungkin tidak terlihat dengan metode pengumpulan data lain. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami perspektif dan pengalaman individu dalam konteks sosial dan budaya tertentu.

### **2. Observasi Partisipasif Pasif**

Observasi partisipasif pasif merupakan teknik penelitian yang melibatkan pengamatan secara sistematis terhadap suatu objek penelitian. Dengan mengamati langsung, peneliti dapat memperoleh data yang lebih kaya dan mendalam. data dan kemudian menganalisisnya dalam bentuk deskripsi. Observasi ini berfokus pada *Strategi Kampanye Public Relations* program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans.

Peneliti menggunakan teknik ini sebagai pengumpulan data secara observasi untuk melihat pengamatan langsung tentang kampanye *public relations*. Peneliti tidak terlibat secara aktif dalam kegiatan tersebut namun merasakan secara langsung fenomena yang sedang terjadi.

#### **1.6.7 Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui analisis dokumen, seperti laporan kegiatan, unggahan media sosial, dan artikel terkait kampanye Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans. Data-data ini diperoleh langsung dari sumber resmi, sehingga kualitas dan keabsahannya dapat dijamin. Dokumentasi ini merupakan hasil pengumpulan jenis informasi sudah ada, seperti foto, tulisan, atau laporan, yang berkaitan dengan *Strategi Kampanye Public Relations* Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans. Informasi ini diperoleh dari sumber-sumber yang terpercaya, seperti Dinas Perhubungan Jawa Barat dan media sosial mereka. Data yang diperoleh dari dokumentasi ini sangat berguna untuk melengkapi data yang sudah ada dan meningkatkan kualitas penelitian.

#### **1.6.8 Teknik Analisis Data Penelitian**

Teknik analisis data merupakan sebuah proses yang mengacu pada pengelolaan data yang diperoleh selama penelitian. Cresswell (2018) menjelaskan bahwa analisis data diperlukan untuk mempermudah pemahaman data dalam sebuah penelitian. Teknik analisis data pada penelitian ini digunakan sebagai langkah-langkah pengolahan data sehingga nantinya akan dihasilkan serangkaian informasi yang disajikan sebagai hasil penelitian dalam bentuk kategoriasi.

Terdapat empat proses menganalisis data kualitatif yang dijabarkan sebagai berikut:

### **1. Menyiapkan dan Mengelola Data**

Pada tahapan ini langkah awal yang dilakukan yaitu, menyiapkan data yang telah peneliti dapatkan terkait kampanye *public relations* melalui observasi partisipan pasif dan wawancara mendalam dengan pihak Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat yang didapatkan dari hasil pengumpulan informasi dilapangan, dilanjutkan dengan menyusun dan memilah data secara terstruktur untuk melihat data yang sesuai dan akurat dengan penelitian.

Peneliti menyiapkan dan mengelola data dikumpulkan untuk *Strategi Kampanye Public Relations* program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans. Melalui observasi partisipan pasif dan wawancara mendalam dengan pihak Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat sehingga dalam proses ini peneliti memiliki resume catatan untuk dianalisis untuk memastikan data yang relevan.

### **2. Membaca Data Secara Menyeluruh**

Pada tahapan ini peneliti melakukan membaca data secara menyeluruh dengan tujuan agar peneliti bisa memberi gambaran terkait *Strategi Kampanye Public Relations* yang peneliti dapatkan melalui observasi partisipan pasif dan wawancara mendalam dengan pihak Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat. Peneliti melakukan teknik ini secara menyeluruh serta menganalisis data yang relevan mengenai *strategi*

kampanye *public relations* menggunakan model konsep bobbit dan Sullivan.

### 3. Membuat Deskripsi dan Tema

Pada tahap ini peneliti membuat deskripsi dan proses untuk menghasilkan deskripsi dari ranah dan partisipan sesuai dengan tema yang dipilih yaitu kampanye *public relations*. Deskripsi meliputi penggabungan berbagai informasi mengenai partisipan, tempat ataupun fenomena *Strategi Kampanye Public Relations* di instansi Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat. Pada tahapan ini peneliti menganalisis data secara menyeluruh untuk memahami informasi yang ada, mendapatkan data yang valid dan relevan mengenai *Strategi Kampanye Public Relations* menggunakan model konsep bobbit dan Sullivan.

### 4. Menyajikan Deskripsi dan Tema

Pada tahapan ini peneliti menyajikan atau penyampaian deskripsi dan tema terkait kampanye *public relations* yang telah peneliti dapatkan melalui observasi partisipan pasif dan wawancara mendalam dengan pihak instansi Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat ke dalam laporan penelitian kualitatif. Peneliti melakukan tahapan ini bertujuan untuk membuat menjelaskan analisis data terkait *Strategi Kampanye Public Relations* program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans. Agar penelitian pamparan naratif data ini bisa mendapatkan gambaran utama dari data yang sudah di *coding*. Pada tahapan ini peneliti mendapatkan gambar data yang

sudah dianalisis terkait *Strategi Kampanye Public Relations* Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans, untuk memudahkan dalam penelitian laporan ini.

## 5. Menginterpensi Makna Data

Pada tahapan terakhir terkait teknik analisis data dengan menginterpensi data yang diperoleh untuk menemukan jawaban dari hasil penelitian. Peneliti memberikan interpersi dari temuan penelitian dengan tema utama Kampanye *Public Relation* menggunakan model bobbit dan Sullivan. Tahapan penelitian ini juga membandingkan temuan penelitian sebelumnya dari teori yang digunakan Interpretasi makna dari data yang terkait yaitu *Strategi Kampanye Public Relation* Dinas Provinsi Jawa Barat Program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans inimerupakan kata kunci untuk mengungkap maknayang telah di dapatkan. Pada teknik ini peneliti dapat menggabungkan hasil penelitian dengan pertanyaan penelitian. Bertujuan untuk mengenali *Strategi Kampanye Public Relation* Dinas Provinsi Jawa Barat Program Bus Rapid Transit Metro Jabar Trans. Pada tahapan terakhir ini peneliti dapat memahami Sebagian besar hasil dan memberikan wawasan yang relevan bagi khalayak.