

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Awal Desember 2013 lalu, Pemerintah Kota Bandung dan Konsorsium Gerakan Sejuta Biopori menggagas program Gerakan Sejuta Biopori. Gerakan ini dipimpin oleh Badan Pengelola Lingkungan Hidup Kota Bandung (BPLHD) yang ditargetkan dapat melibatkan lebih dari 400.000 kepala keluarga di 9.691 RT, 1.561 RW, 151 kelurahan, dan 30 kecamatan. Gerakan Sejuta Biopori ini pun menjadi ajang bagi masyarakat dan Pemerintah kota Bandung dalam berbagi peran untuk meningkatkan kualitas alam. Maka dari itu, untuk tercapainya tujuan program Gerakan Sejuta Biopori diperlukan adanya upaya sosialisasi dan pengenalan program tersebut kepada masyarakat.

Sosialisasi Gerakan Sejuta Biopori dilakukan dengan cara sosialisasi langsung ke lapangan dan sosialisasi dengan menggunakan media sebagai saluran komunikasi. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan, keterampilan dan motivasi kepada masyarakat. Kegiatan sosialisasi pun menjadi kegiatan yang sangat penting dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Bandung demi terlaksananya program tersebut.

Melakukan sosialisasi sebuah program bukanlah suatu hal yang mudah, mengingat tujuan akhir dari sosialisasi ini adalah agar masyarakat memahami dan mau mengikuti program Gerakan Sejuta Biopori dengan membuat lubang resapan biopori dilingkungan rumahnya masing-masing.

Untuk mencapai tujuan yang telah dirancang, dibutuhkan sebuah perencanaan dalam melaksanakan sebuah program. Karena perencanaan merupakan salah satu unsur penting dalam mencapai keberhasilan sebuah program. Perencanaan menjadi penting dalam kegiatan sosialisasi sebuah program karena memberikan fokus terhadap usaha yang dilakukan. Selain itu, perencanaan juga sebagai pedoman dalam melaksanakan sosialisasi.

Sebelum merancang dan merencanakan kegiatan sosialisasi, Humas Pemerintah Kota Bandung harus terlebih dahulu mengetahui hambatan-hambatan yang mungkin nantinya akan dihadapi atau dengan segera dapat mengantisipasi agar tidak terjadi kegagalan. Dengan demikian sebelum menjalankan sebuah kegiatan sosialisasi, haruslah dibuat strategi komunikasinya terlebih dahulu.

Dalam strategi komunikasi terdapat segala bentuk kegiatan komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat. Melalui sebuah strategi komunikasi yang dirancang matang dapat menghasilkan program yang efektif. Strategi yang disusun akan dapat memberikan gambaran kepada pelaksana program Gerakan Sejuta Biopori mengenai perkembangan program dan juga hambatan yang akan dihadapi, serta gambaran bagaimana implementasi program tersebut kepada masyarakat Kota Bandung.

Pemilihan media sebagai saluran komunikasi pun menjadi hal yang sangat penting dalam kegiatan sosialisasi. Penggunaan media merupakan bagian dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh praktisi Humas. Media yang biasa digunakan dalam kegiatan sosialisasi adalah media tradisional atau media konvensional. Namun saat ini, praktisi humas harus bisa memanfaatkan

penggunaan media baru yaitu media berbasis internet, mengingat dewasa ini pengguna internet di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun.

Saat ini, penggunaan media sosial telah membentuk dan mendukung cara baru dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan berkolaborasi. Media sosial menawarkan cara yang lebih cepat dan tepat untuk berpartisipasi dalam pertukaran informasi melalui daring (dalam jaringan/online). Dengan melihat efektivitas media sosial dalam membangun komunikasi dan interaksi dengan masyarakat, Humas Pemerintah Kota Bandung harus mampu memanfaatkan media sosial untuk meraih perhatian dan dukungan khalayak luas serta tidak lagi semata-mata bertahan dengan cara-cara komunikasi yang konvensional.

Kehadiran media sosial telah menambah sarana penyebaran informasi dan sosialisasi program-program pemerintah. Penggunaan dan pemanfaatan media sosial merupakan salah satu cara dalam mempromosikan serta menyebarluaskan program dan kebijakan pemerintah serta berinteraksi dan menyerap aspirasi masyarakat sehingga mencapai saling pengertian untuk kepentingan bersama antara pemerintah dan masyarakat. Selain itu, media sosial dapat menghubungkan dan mempersatukan khalayak yang memiliki minat dan kepentingan yang sama, tanpa dibatasi faktor geografi, profesi, usia, dan sekat-sekat lainnya. Media sosial hadir sebagai alat komunikasi dua arah yang efektif dan intensif.

Pemanfaatan media sosial oleh Humas Pemerintah Kota Bandung mampu merubah wajah lama pemerintahan Kota Bandung dengan wajah baru yang lebih *humanis*, dekat dan bersahabat. Hal tersebut berdampak pada penerimaan pesan sosialisasi oleh masyarakat menjadi sangat mudah. Walaupun demikian, Humas

Pemerintah Kota Bandung menyadari bahwa setiap kebijakan program-program pemerintah harus dibuat dengan cara semenarik dan sekreatif mungkin, sehingga tidak hanya menjadi sebuah slogan saja. Rencananya program Gerakan Sejuta Biopori ini akan terus di gerakan, mengingat penanganan banjir di Kota Bandung bukanlah hal yang mudah. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti strategi sosialisasi yang dilancarkan oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan program Gerakan Sejuta Biopori yang saat ini tidak hanya menggunakan media konvensional saja namun Humas Pemerintah Kota Bandung tengah memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasinya kepada masyarakat. Maka dari itu, peneliti mengambil judul “Strategi Humas Pemerintah Kota Bandung dalam Menyosialisasikan Program Gerakan Sejuta Biopori dengan Memanfaatkan Facebook Sebagai Media Komunikasi”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, pokok permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi Humas Pemerintah Kota Bandung dalam menyosialisasikan program Gerakan Sejuta Biopori dengan memanfaatkan facebook sebagai media komunikasi?

1.3 Identifikasi Masalah

- 1) Bagaimana langkah Humas Pemerintah Kota Bandung dalam mengenal khalayak sebagai sasaran komunikasi?
- 2) Bagaimana langkah Humas Pemerintah Kota Bandung dalam menyusun pesan-pesan sosialisasi program Gerakan Sejuta Biopori?

- 3) Bagaimana langkah Humas Pemerintah Kota Bandung dalam memanfaatkan Facebook sebagai media komunikasi?
- 4) Bagaimana langkah Humas Pemerintah Kota Bandung dalam menetapkan komunikator sebagai tokoh komunikasi?
- 5) Bagaimana respons masyarakat terhadap pesan-pesan sosialisasi yang disampaikan melalui Facebook Fanpage Ridwan Kamil Untuk Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Mengetahui langkah Humas Pemerintah Kota Bandung dalam mengenal khalayak sebagai sasaran komunikasi.
- 2) Mengetahui langkah Humas Pemerintah Kota Bandung dalam menyusun pesan-pesan sosialisasi program Gerakan Sejuta Biopori.
- 3) Mengetahui langkah Humas Pemerintah Kota Bandung dalam memanfaatkan facebook sebagai media komunikasi.
- 4) Mengetahui langkah Humas Pemerintah Kota Bandung dalam menetapkan komunikator sebagai tokoh komunikasi.
- 5) Mengetahui respons masyarakat terhadap pesan-pesan sosialisasi yang disampaikan melalui Facebook Fanpage Ridwan Kamil Untuk Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dalam kegiatan akademik, yaitu untuk menambah wawasan tentang perkembangan teknologi informasi, terutama media sosial yang saat ini sedang di gemari oleh masyarakat luas. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat berguna dalam Pengembangan Ilmu Kehumasan dan pemanfaatan media sosial.

1.5.2 Kegunaan Praktis

- 1) Bagi peneliti, penelitian ini merupakan usaha untuk meningkatkan kemampuan berfikir melalui penulisan karya ilmiah dan untuk menerapkan teori-teori yang peneliti peroleh selama perkuliahan program S1 jurusan Ilmu Komunikasi Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- 2) Bagi Pemerintah Kota Bandung, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumbangan pemikiran kepada Humas Pemerintah Kota Bandung, sebagai masukan dalam merancang sebuah strategi komunikasi. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan bahan evaluasi bagi Pemerintah Kota Bandung dalam melancarkan kegiatan sosialisasi melalui media sosial.
- 3) Untuk Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung khususnya prodi Hubungan Masyarakat penelitian ini diharapkan dapat memberi inspirasi bagi mahasiswa yang hendak melakukan penelitian mengenai tema yang berhubungan.

1.6 Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai strategi memang telah banyak dilakukan dan di temukan, akan tetapi karena luasnya lingkup strategi maka penelitian semacam ini masih terus dapat dilakukan dengan cakupan yang berbeda-beda. Untuk menunjang penelitian dalam kaitannya dengan originalitas, peneliti telah meninjau beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian mengenai Strategi *Public Relation*.

Penelitian dengan judul "*Startegi Humas Dikti dalam Mensosialisasikan Program Beasiswa Pendidikan Misi Untuk Pemerataan Akses Pendidikan*" yang ditulis oleh Winda Chahayani, Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta (2010). Jenis penelitian yang dilakukannya memakai jenis penelitian kualitatif. Adapun hasil penelitian Winda Chahayani tersebut menyimpulkan bahwa Humas Dikti memiliki strategi dalam pemerataan akses pendidikan dengan strategi awal mereka yaitu perencanaan, karena tanpa perencanaan kita tidak tahu langkah berikutnya, perencanaan mereka diawali dengan mengadakan seminar ke beberapa sekolah menengah atas yang ada di Indonesia. Selain itu pihak Dikti juga mengadakan acara *talk show* di beberapa stasiun televisi swasta.

Selain skripsi dari Winda Chahayani, tinjauan pustaka lainnya dari Endah Sulistyaningsih, Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda (2013). Judul penelitiannya adalah "*Strategi Sosialisasi Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional (Bkkbn) Provinsi Kalimantan Timur Dalam Meningkatkan Pengguna Program*

Keluarga Berencana (Kb) Dikota Samarinda". Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang berusaha menggambarkan atau melukiskan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada dilapangan. Dengan menggunakan informan sebagai sumber data, teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi laporan dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dengan model intraktif dari Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. Hasil menunjukkan bahwa Strategi Sosialisasi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional dalam Meningkatkan Pengguna Program Keluarga Berencana di Kota Samarinda yang paling efektif yaitu sosialisasi melalui penyuluhan. Dan beberapa strategi belum terlaksana dengan efektif dikarenakan beberapa media sosialisasi yang digunakan belum menjangkau semua sasaran program.

Skripsi yang peneliti tinjau selanjutnya dari Anita Irawati, Mahasiswi Program S1 Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana (2011). Judul penelitiannya adalah "*Strategi Humas Polda Metro Jaya dalam Mensosialisasikan Program "Tilang Elektronik" (periode April-Juli 2011)*". Jenis penelitian yang dilakukannya memakai jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Peneliti juga mencoba mengacu pada teori Strategi Humas milik Ronald D Smith yang menurut peneliti sangat penting dan dapat diterapkan dalam penelitian ini. Sedangkam untuk teknik analisa data pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisa triangulasi.

Dari hasil penelitian dengan menganalisis data primer dan data sekunder dapat diketahui bahwa Strategi Humas yang dibuat oleh Ronald D Smith juga

dibuat dalam Strategi Humas Polda Metro Jaya dalam mensosialisasikan program “Tilang elektronik”.

Berdasarkan hasil penelitian, didapat bahwa program Tilang Elektronik ini dapat dikatakan cukup berhasil. Penurunan angka pelanggaran lalu lintas dan kesadaran masyarakat dalam tertib berlalu lintas mulai tumbuh dengan program ini.

Dari semua tinjauan pustaka yang telah peneliti paparkan diatas, segi originalitas yang ada dalam penelitian ini terletak pada penggunaan media komunikasi dalam strategi sosialisasi yang dilakukan oleh humas pemerintah Kota Bandung, yang tidak terdapat pada ketiga penelitian diatas.

1.7 Kerangka Pemikiran

1.7.1 Kajian Konseptual

Menurut Cutlip dan Center dalam Effendy (2009:116) Humas adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik.

Sedangkan Menurut Onong Uchjana Effendy (2006:23) Humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan pemenuhan kepentingan bersama.

Strategi menurut Thompshon dalam Oliver (2007:2) adalah “sebuah cara untuk mencapai hasil akhir, yang menyangkut tujuan dan sasaran organisasi”.

Sedangkan menurut Bennet dalam Oliver (2007:2) adalah “Strategi merupakan arah yang dipilih orang untuk diikuti dalam pencapaian misinya”.

Menurut Onong Uchjana (2003:300) strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Sosialisasi adalah sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lain dalam sebuah kelompok atau masyarakat, Wikipedia (2010). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007:085) sosialisasi adalah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami dan dihayati oleh masyarakat. Selanjutnya menurut MacBride dalam onong uchjana (2003:27) mendefinisikan bahwa “sosialisasi adalah penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif didalam masyarakat”.

Situs media sosial merupakan media percakapan dimana orang atau konsumen saling terhubung satu sama lain. Media ini bersifat interaktif bahkan conversation yang terjadi lebih aktif dan efektif daripada website (Zarela, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.). Situs media sosial paling baik dijelaskan dalam konteks paradigma industri media tradisional. Media tradisional seperti televisi, koran, radio dan majalah merupakan organisasi besar yang mendistribusikan konten yang mahal kepada konsumen dan

pemasang iklan akan membayar mahal untuk menyisipkan promosi mereka di dalam konten. Jika khalayak tak setuju dengan konten yang diunggah maka khalayak tak dapat memprotes langsung redaktornya atau tak dapat melakukan kontak langsung dengan salah satu tokoh idola yang sering muncul di media tradisional tersebut. Tetapi dalam situs media sosial semua orang dapat membuat, mengunggah dan menyebar luaskan konten mereka dengan mudah. Pemasang iklan pun tak harus membayar mahal kepada penerbit dan distributor untuk memasang iklan.

1.7.2 Kajian Teoretis

Teori fusi Inovasi, menurut Everett M. Rogers dalam Onong (2003:248) difusi sebagai suatu proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial. Difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses dimana para pelakunya menciptakan informasi dan saling pertukaran informasi tersebut untuk mencapai pengertian bersama.

Mengenai saluran komunikasi sebagai sarana untuk menyebarkan inovasi, Rogers menyatakan bahwa media massa lebih efektif untuk menciptakan pengetahuan tentang inovasi. Sedangkan saluran antar pribadi lebih efektif dalam pembentukan dan percobaan sikap terhadap ide-ide baru.

Penerimaan terhadap sesuatu inovasi oleh suatu masyarakat tidak terjadi secara serempak. Ada yang memang sudah menanti datangnya inovasi (karena sadar akan kebutuhan), ada yang melihat dulu sekelilingnya, ada yang baru

menerima setelah yakin benar akan keuntungan-keuntungan yang kelak diperoleh dengan penerimaan itu, dan ada pula yang tetap bertahan untuk tidak mau menerima.

Menurut Roudhonah (2007:56) menyatakan bahwa model adopsi inovasi memberikan gambaran tentang lima tahap yang dilalui dalam proses pembuatan keputusan untuk menerima atau menolak inovasi. Terjadinya suatu keputusan adopter dalam hal mengadopsi suatu inovasi tidak terlepas dari proses unsur-unsur difusi inovasi, sehingga menimbulkan suatu bentuk komunikasi yang efektif.

Hanafi (1987:24) menyatakan bahwa unsur-unsur difusi (penyebaran) ide-ide baru ialah : (1) inovasi yang (2) dikomunikasikan melalui saluran tertentu (3) dalam jangka waktu tertentu, kepada (4) anggota suatu sistem sosial. Unsur waktu merupakan unsur yang membedakan difusi dengan tipe riset komunikasi lainnya. Pada hakekatnya keempat unsur difusi itu sama dengan unsur pokok dalam model komunikasi pada umumnya, seperti yang tertera pada gambar berikut ini :

Gambar 1.1

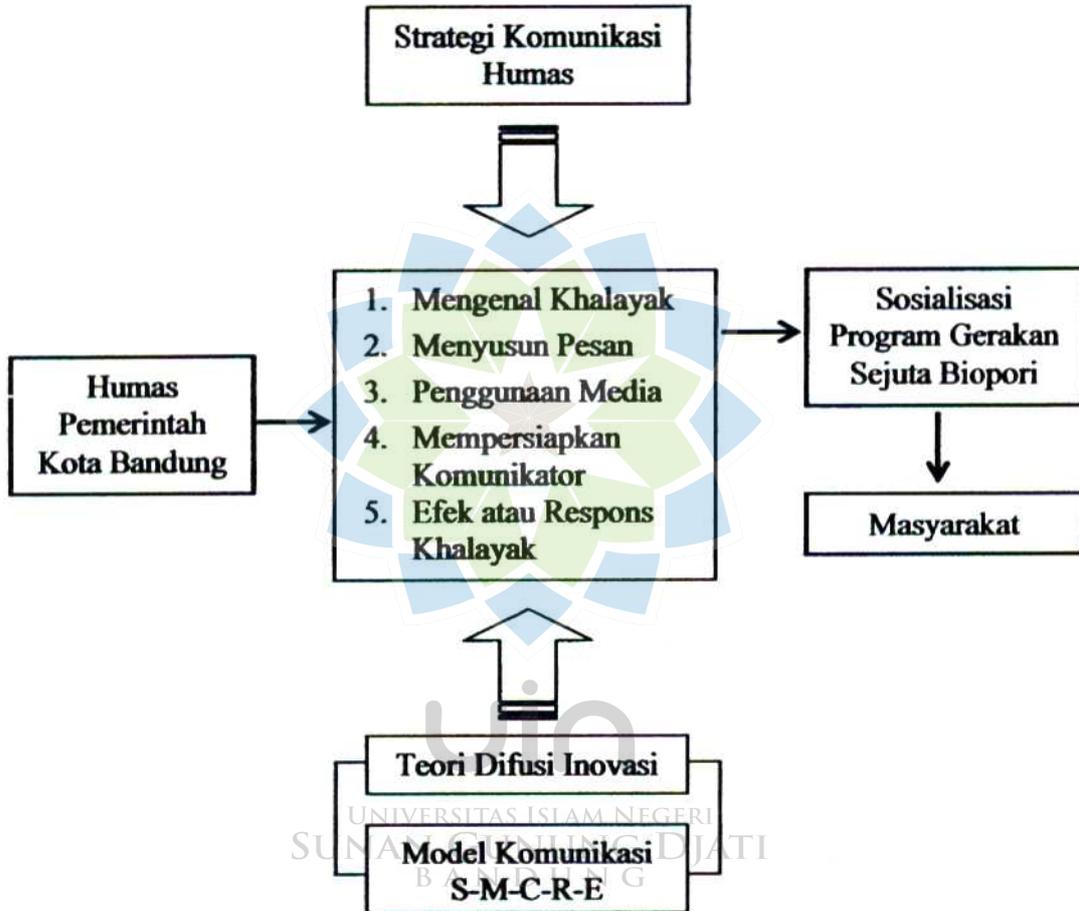
Unsur-unsur difusi dan kesamaannya dengan model komunikasi S-M-C-R-E

Unsur-unsur dalam model komunikasi S-M-C-R-E	Sumber (S)	Pesan (M)	Saluran (C)	Penerima (R)	Efek (E)
Unsur-unsur dalam difusi inovasi	<ul style="list-style-type: none"> - Penemu - Ilmuwan - Agen pembaru - Pemuka pendapat 	Inovasi	Saluran komunikasi : <ul style="list-style-type: none"> - Media massa - Media interpersonal 	Anggota Sistem sosial	Konsekuensi <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan - Perubahan Sikap - Perubahan tingkah laku

(Sumber : Hanafi, 1987:25)

Adapun gambar kerangka pemikiran dari penelitian ini yang berdasarkan pada pemaparan di atas adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran



(Sumber: Hasil Olahan Penulis)

Kerangka pemikiran penulisan skripsi ini meliputi teori dan konsep yang terkait dengan permasalahan penelitian yaitu penggunaan saluran komunikasi media baru (Facebook) sebagai salah satu strategi komunikasi inovasi program pemerintah. Pendekatan teori difusi inovasi dari Everett M. Rogers menjadi landasan guna memahami bagaimana strategi komunikasi Humas Pemkot

Bandung dalam melancarkan kegiatan sosialisasi program Gerakan Sejuta Biopori khususnya melalui penggunaan saluran komunikasi media baru (Facebook) untuk mempengaruhi masyarakat dalam mengadopsi inovasi tersebut. Selain itu digunakan pula konsep-konsep mengenai strategi komunikasi dalam proses adopsi program pemerintah.

1.8 Langkah Penelitian

1.8.1 Metode Penelitian

Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti (Taylor dan Bogdan dalam Bagong, 1991:203). Sedangkan John W. Creswell dalam buku Metode Penelitian Kualitatif, mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia, berdasarkan pada penciptaan gambar holistik yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar ilmiah (Patilima, 2007:2-3).

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Studi kasus digunakan karena dapat menyajikan data-data dan temuan yang sangat berguna sebagai dasar untuk membangun latar permasalahan bagi perencanaan penelitian yang lebih besar dan dalam rangka pengembangan ilmu-ilmu sosial (Aziz dalam Bungin, 2005:23). Selain itu studi kasus memiliki beberapa kelebihan antara lain: luwes dalam metode pengumpulan data yang digunakan, dapat dilaksanakan secara

praktis di dalam banyak lingkungan sosial (Black dan Champion dalam Bungin, 2005:23).

Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti tentang strategi Humas pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan program Gerakan Sejuta Biopori melalui Facebook. Penelitian ini akan disajikan dalam bentuk deskriptif, yaitu gambaran mengenai strategi sosialisasi program Gerakan Sejuta Biopori yang dilakukan oleh Humas pemerintah Kota Bandung melalui Facebook.

1.8.2 Sumber Data

1) Data Primer

Data primer dalam penulisan ini berupa wawancara mendalam kepada 4 (empat) orang narasumber yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Tujuannya adalah supaya peneliti dapat menemukan permasalahan secara terbuka, dimana para narasumber yang diajak wawancara bersedia diminta pendapat dan pandangannya sebagai bahan pengumpulan data.

2) Data Sekunder

Data Sekunder berupa penelusuran literatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu buku-buku, makalah-makalah, tesis, dan sumber lainnya yang berhubungan dengan karya ilmiah ini.

1.8.3 Teknik Pemilihan Informan

Pemilihan informan dalam penulisan ini dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu melalui beberapa pertimbangan tertentu yaitu yang menguasai/memiliki kedalaman dan kekayaan data untuk dapat memahami

masalah yang diteliti. Informan dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Informan adalah seorang praktisi Humas
- 2) Informan merupakan pengguna Facebook yang aktif
- 3) Informan merupakan pengguna Facebook yang telah berpengalaman
- 4) Informan memiliki keterkaitan dengan Fanpage Ridwan Kamil Untuk Bandung
- 5) Informan memiliki pengetahuan tentang penggunaan Fanpage Ridwan Kamil Untuk Bandung
- 6) Informan mempunyai pengetahuan tentang sosialisasi
- 7) Informan mempunyai pengetahuan tentang program Gerakan Sejuta Biopori

Tabel 1.2
Daftar Informan

No.	Informan	Jabatan
1	Dewi Mulyani	KABID. HUMAS DISKOMINFO
2	Peni Setiati	Staff DISKOMINFO Pemkot Bandung
3	R. Gumilar Hadiningrat, M.I.L	KASUBID Rehabilitasi Air dan Tanah BPLH Kota Bandung
4	Rahmat Saputra	Social Media Manager for Ridwan Kamil
5	Sandy Kharisma	Social Media Admin for Ridwan Kamil

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu wawancara dan observasi. Teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur dengan informan. Wawancara dipilih sebagai teknik pengumpulan data utama karena dari wawancara dapat dihasilkan data tentang persepsi atau penilaian bersifat sangat subyektif dan kualitatif. Wawancara dilakukan secara langsung (tatap muka) dan melalui email.

1) Wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide-ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2005:72). Penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya (Sugiyono, 2005:73).

2) Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan (Patilima, 2005:69). Dalam penelitian ini observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran secara jelas mengenai strategi Humas pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan program Gerakan Sejuta Biopori. Dalam penelitian ini dilakukan observasi partisipan. Dalam observasi partisipan, peneliti ikut menjadi *likers* dari Facebook Fanpage “Ridwan Kamil Untuk Bandung”.

1.8.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara mengklasifikasikan atau mengkategorikan data berdasarkan beberapa tema sesuai fokus penelitiannya (Bagong, 1991:208).

Sebelum di lapangan, peneliti melakukan analisis terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang kredibel. (Sugiyono, 2005:90-91).

Berikut beberapa langkah yang penulis lakukan dalam analisis data:

1. Transkrip data hasil wawancara

Data hasil wawancara berupa data dalam bentuk audio (suara). Kemudian data tersebut dituangkan ke dalam bentuk tulisan tanpa menghilangkan kata yang diucapkan oleh informan. Bahasa yang digunakan adalah sesuai dengan yang digunakan oleh informan.

2. Reduksi data

Pada proses ini dilakukan pembuangan kata yang tidak penting dan tidak berguna untuk kelanjutan proses penelitian

3. Pembuatan matriks wawancara

Matriks wawancara dibuat untuk memudahkan dalam analisis data. Dalam matriks wawancara jawaban informan dikelompokkan berdasarkan kategori tertentu.

4. Analisis data

Berdasarkan data dari hasil wawancara yang telah dituangkan dalam matriks wawancara dan diperkuat dengan hasil observasi, kemudian data tersebut dianalisis dan diinterpretasikan untuk kemudian ditarik kesimpulan.

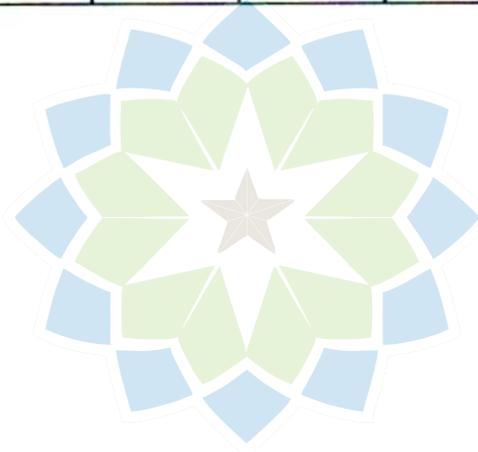
1.8.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian dilakukan di Dinas Komunikasi dan Informasi yang berlokasi di Gedung Pemerintah Kota Bandung, lantai 1, Jalan Wastukencana No. 2 Bandung. Alasan memilih tempat ini, karena tempat ini yang menangani segala bentuk penyampaian informasi mengenai kegiatan pemerintahan Kota Bandung termasuk kegiatan program gerakan sejuta biopori. Proses penelitian ini dilakukan selama 5 bulan mulai dari observasi awal sampai kepada penyusunan laporan skripsi. Adapun jadwal penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	April 2014	Mei 2014	Juni 2014	Juli 2014	Agustus 2014
1	Tahap Pertama : Observasi Lapangan dan Pengumpulan Data					
	Pengumpulan Data Proposal Penelitian					
	Penyusunan Proposal Penelitian					
	Bimbingan Proposal Penelitian					
	Revisi Proposal penelitian					
2	Tahap Kedua : Usulan Penelitian					
	Sidang Usulan Penelitian					
	Revisi Usulan					

	Penelitian					
3	Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi					
	Pelaksanaan Penelitian					
	Analisis dan Pengolahan Data					
	Penulisan Laporan					
	Bimbingan Skripsi					
4	Tahap Keempat : Sidang Skripsi					
	Bimbingan Akhir Skripsi					
	Sidang Skripsi					
	Revisi skripsi					



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG