

BABI

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Surabaya Juang adalah sebuah event yang dicetuskan oleh Komunitas Surabaya Juang yang diselenggarakan setiap menjelang dan saat memperingati Hari Pahlawan yang jatuh pada tanggal 10 Nopember. Surabaya Juang mulai digelar pada tahun 2008, dan sekarang merupakan event surabaya juang yang ke-empat dalam pelaksanaannya.

Untuk mensukseskan bejalannya acara ini tentulah dibutuhkan perencanaan yang matang untuk melakukan promosinya. Dimana promosi ini bertujuan untuk mencapai hasil yang maksimal dalam capaian kemeriahan acara yang dituju. Bukan hanya kemeriahan sebagai ajang seremoni dalam sebuah perayaan. Namun juga promosi ini dilakukan untuk membangkitkan kembali kecintaan atas Bangsa serta bentuk penghormatan kepada para pahlawan yang telah berjuang untuk kemerdekaan ini.

Hari Pahlawan yang diperingati setiap tanggal 10 November sesungguhnya bukan hanya milik warga kota Surabaya, melainkan milik bangsa Indonesia. Ketika kota Surabaya dikukuhkan sebagai Kota Pahlawan, maka hal itu menjadi suatu inspirasi bagi bangsa ini agar menjadi produktif menatap masa depan. Kepahlawanan bukan hanya bermakna lepas dari penjajahan dan menjadi bangsa yang merdeka secara politis, namun juga harus dipahami dari perspektif ekonomi untuk mensejahterakan rakyat.

Hakekat kepahlawanan adalah semangat untuk memberi, berbakti dan berkorban atas kepentingan pribadi demi kepentingan yang lebih luas. Itu sebabnya semangat kepahlawanan harus terus menerus dikobarkan agar bangsa ini tidak terjebak dalam hedonisme, ego sektoral dan sikap-sikap yang lebih mementingkan diri sendiri.

Ir. Soekarno mengatakan, “Pahlawan sejati tidak minta dipuji jasanya, bunga mawar tidak mempropagandakan harumnya, tetapi harumnya dengan sendiri semerbak ke kanan - kiri. Hanya bangsa yang tahu mengharagai pahlawan-pahlawannya, dapat menjadi bangsa yang besar.

Memperingati Hari Pahlawan di Kota Pahlawan, adalah suatu kepentingan Nasional yang dimulai di Surabaya. Atas dasar pemikiran seperti itulah maka dirancang sebuah acara yang bernama SURABAYA JUANG.¹

Pada dasarnya Event ini memang dipersembahkan untuk masyarakat Surabaya. Namun dengan perkembangannya, panitia Surabaya Juang telah menambah semangatnya dengan slogan “ Dari Surabaya Untuk Indonesia”. Maka dari itu Event ini setiap tahunnya semakin diperbaiki mulai dari kinerja hingga bentuk acaranya. Dengan kerja keras dan semangat yang tinggi dari panitianya. Surabaya Juang pun semakin semarak dan semakin ditunggu kemeriahannya oleh warga Surabaya dan sekitarnya.

Acara-acara yang tersaji dalam Event Surabaya Juang pun terbilang menarik dan variatif. Mulai dari study tour kebangsaan, pemutaran film dokumenter, tri lomba juang. Surabaya juang juga mengadakan upacara dan

¹ Heri “lenth” Prasetyo, Ketua Pelaksana Surabaya Juang.

panghargaan untuk beberapa orang di hari pahlawan. Serta acara yang paling semarak yaitu Parade Surabaya Juang. Acara parade ini diikuti oleh beberapa kelompok masyarakat hingga berbagai instansi pemerintahan di kota Surabaya. Acara yang turun langsung melawati jalan-jalan protokol di kota pahlawan ini terasa dekat oleh hati warganya. Sehingga warga Surabaya begitu semangat untuk berdiri ditepi jalanan hanya untuk menikmati jalannya parade untuk memperingati hari pahlawan tersebut.

Kemeriahan Event Surabaya Juang tak bisa lepas dari bentuk pemasaran atau publikasi acaranya yang turun kepada warga Surabaya. Cara bagaimana bisa memotivasi masyarakat agar bangkit untuk memeriahkan hari Pahlawan yang notabenenya merupakan hasil perjuangan Pahlawan-pahlawan dari kota ini. Bentuk acaranya pun dikemas dengan tema-tema kepahlawanan agar bisa tetap memberi semangat perjuangan kepada warga Surabaya. Sehingga dukungan dari instansi-instansi pemerintahan kota Surabaya juga bisa mendukung jalannya acara ini.

B. Fokus Penelitian

Dari kajian lapangan dan latar belakang yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka fokus penelitian pada penelitian ini adalah bagaimana strategi dan langkah-langkah promosi event Surabaya Juang 2012 dalam memeriahkan hari pahlawan di Surabaya.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah tersaji, peneliti kali ini memiliki tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan memahami strategi dan Langkah-langkah promosi event Surabaya Juang 2012 dalam memeriahkan hari pahlawan di surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan kontribusi pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi khususnya tentang kajian promosi dan pemasaran.

2. Manfaat praktis

Sebagai bahan masukan atau sumbangan keilmuan untuk Program Study Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya serta sebagai bahan pertimbangan untuk organisasi event dalam mempromosikan acara yang akan dilaksanakan olehnya.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Table 1.1

No	Nama Peneliti	Jenis Karya	Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Temuan Penelitian	Tujuan Penelitian	Perbedaan
1	Anak Agung Ayu Ambarawati	Skripsi (Evaluasi strategy promosi dinas pariwisata propinsi bali dalam event pesta kesenian bali untuk menarik wisatawan mancanegara)	2011 (UPN "Veteran Jogjakarata)	Kualitatif	Dari ketiga penelitian yang sudah dilaksanakan diatas. Kesemuanya hampir sama dalam mendeskripsikan hasil temuan penelitiannya. Dimana terdapat deskripsi tentang proses promosi yang dijalankan oleh subjek penelitian serta menerangkan tingkat keberhasilan atas tercapainya objek penelitian masing-masing. Dengan berbagai teori yang digunakan ketiga penelitian tersebut mampu menjelaskan hasil temuan dan tingkat keberhasilan proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh subjek penelitian dalam mencapai target dan tujuan promosinya masing-masing.	Untuk mendeskripsikan strategy komunikasi pemasaran dan elemen promosi yang diterapkan dinas pariwisata propinsi Bali dalam menarik minat para wisatawan asing dengan diadakannya pesta kesenian bali.	Perbedaan yang ada pada penelitian ini adalah pada karakteristik objek penelitian. Dimana pada penelitian terdahulu berobjek pada lembaga pemerintahan dan yayasan kesenian daerah setempat. Sedangkan objek peneliti saat ini pada lembaga kepanitiaan. Serta pada kajian hasil yang dicari. Pada penelitian terdahulu lebih pada evaluasi acara. Sedangkan peneliti sekarang mengutamakan hasil berjalannya sebuah acara.
2	Diana rakhmawati	Skripsi (Bauran komunikasi pemasaran jember fashion carnival council dalam meningkatkan potensi wisata kabuten jember)	2008 (Universitas Muhammadiyah Malang)	Kualitatif	keberhasilan atas tercapainya objek penelitian masing-masing. Dengan berbagai teori yang digunakan ketiga penelitian tersebut mampu menjelaskan hasil temuan dan tingkat keberhasilan proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh subjek penelitian dalam mencapai target dan tujuan promosinya masing-masing.	Untuk mendeskripsikan bauran komunikasi pemasaran jember fashion carnival council dalam meningkatkan potensi wisata kabupaten jember.	Sedangkan objek peneliti saat ini pada lembaga kepanitiaan. Serta pada kajian hasil yang dicari. Pada penelitian terdahulu lebih pada evaluasi acara. Sedangkan peneliti sekarang mengutamakan hasil berjalannya sebuah acara.
3	Berta caturina	skripsi (Strategy komunikasi pemasaran festival seni surabaya dalam menarik pengunjung)	2011 (IAIN Sunan Ampel Surabaya)	kualitatif	keberhasilan atas tercapainya objek penelitian masing-masing. Dengan berbagai teori yang digunakan ketiga penelitian tersebut mampu menjelaskan hasil temuan dan tingkat keberhasilan proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh subjek penelitian dalam mencapai target dan tujuan promosinya masing-masing.	mengetahui dan memahami strategi dan Langkah-langkah komunikasi pemasaran Festival Seni Surabaya dalam menarik pengunjung.	Sedangkan objek peneliti saat ini pada lembaga kepanitiaan. Serta pada kajian hasil yang dicari. Pada penelitian terdahulu lebih pada evaluasi acara. Sedangkan peneliti sekarang mengutamakan hasil berjalannya sebuah acara.

F. Definisi Konsep

Konsep atau pengertian, merupakan unsur pokok dari suatu penelitian. konsep sebenarnya adalah devinisi secara singkat. Dari kelompok fakta atau gejala yang menjadi pokok perhatian. jika masalah dan kerangka teoritisnya sudah jelas, sudah diketahui pula fakta yang mengenai gejala-gejala yang menjadi pokok perhatian, dan suatu konsep sebenarnya adalah devinisi secara singkat dari sekelompok fakta atau gejala itu. Untuk lebih memudahkan dalam melakukan penelitian dan pemahaman dalam penelitian, maka perlu di buat definisi operasional sebagai berikut :

1. Strategi Promosi

Strategi adalah sebuah cara atau rencana untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Serta keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan tersebut. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi yang ada. Hal ini dimaksudkan selain agar kekuatan penangkal yang dimiliki khalayak dapat “dijinakan” juga untuk mengalahkan kekuatan pengaruh dari pesan – pesan lain yang berasal dari sumber (komunikator) lain.

Sedangkan Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Sesuai dengan pendapat tersebut di atas, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa strategi promosi ialah sebuah usaha dengan sadar yang

dilakukan oleh individu atau perusahaan untuk mengubah sikap, pandangan organisasi atau perorangan lain untuk tujuan dan maksud tertentu. Selain itu promosi juga merupakan metode atau tahapan dan media dalam pemasaran produk. Kegiatan promosi produk yang sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanakan, diarahkan dan dikendalikan dengan baik, dapat berperan secara berarti dalam mengembangkan laju penjualan hasil produksi. Sebaliknya, kegiatan promosi yang tidak terarah, akan merupakan sumber pemborosan yang tidak kalah besarnya dengan kekeliruan kegiatan pemasaran yang lainnya².

Strategi promosi yang dilakukan untuk melancarkan pemasaran sebuah produk sudah seharusnya mempunyai perencanaan yang matang. Pengendalian yang kuat agar bentuk promosi bisa lebih terarah dan bisa dievaluasi apakah kegiatan promosi ini sudah berjalan sesuai dengan tujuan yang sudah ditentukan.

2. Event Surabaya Juang

Kota Surabaya merupakan sebuah kota yang selalu dikenang dengan sejarah kepahlawanannya. Dimana telah terjadi berbagai tragedi perjuangan yang melibatkan pahlawan-pahlawan surabaya untuk mewujudkan kemerdekaan republik indonesia. Serta banyak pula yang merelakan nyawanya untuk gugur sebagai pembela bangsanya.

² Siswanto Sutojo, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Pustaka Binaan Presindo, 1988), hlm. 178.

Dari hal inilah maka diselenggarakan acara Surabaya Juang untuk memperingati hari pahlawan yang jatuh pada setiap tanggal sepuluh november. Ditahun 2012 ini Surabaya Juang sudah menjalankan acaranya yang keempat. Dimana acarnya akan dilaksanakan pada tanggal 01 sampai 11 november 2012 ini.

Surabaya Juang juga mempunyai maksud dan tujuan sebagai berikut:

- a. Menggelorakan kembali semangat kepahlawanan untuk menumbuhkan jiwa berbakti demi bangsa dan negara.
- b. Memberikan kesempatan pada masyarakat luas untuk mengekspresikan semangat kepahlawanan
- c. Menciptakan ruang ekspresi bagi karya-karya kesenian bernafaskan kepahlawanan
- d. Menanamkan jiwa kepahlawanan pada generasi muda sebagai penerus pembangunan sebagai wujud transformasi dasar bersosialisasi bagi kepentingan yang lebih mulia.
- e. Memperingati Hari Pahlawan (10 November)

Dari berbagai maksud dan tujuan diselenggarakan Surabaya Juang inilah. Maka panitia Surabaya Juang harus bekerja keras untuk menjalankan acara yang telah dikonsep sebelumnya. Juga harus bekerja keras untuk melakukan promosi dan pemasaran terhadap warga surabaya pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya untuk bisa memeriahkan acara Surabaya Juang ini.

3. Peringatan Hari Pahlawan

Hari Pahlawan merupakan hari Nasional yang diperingati untuk mengenang perjuangan warga Indonesia khususnya warga Surabaya yang telah berjuang mempertahankan kemerdekaan Republik ini. Dimana berbagai peristiwa berdarah yang telah merenggut banyak nyawa dari para tentara rakyat Indonesia yang gugur dalam pertempuran tersebut.

Dari sinilah peringatan Hari Pahlawan ini sudah semestinya untuk diperingati secara meriah oleh generasi muda Bangsa ini sebagai wujud rasa syukur atas kemerdekaan yang telah diberikan oleh para pahlawan dimasa lalu. Namun peringatan ini bukanlah sebuah ajang seremoni yang bertujuan untuk membuat acara-acara besar dengan bentuk peringatan yang memunculkan keramaian belaka. Namun juga harus mempunyai maksud dan tujuan yang bisa memunculkan sebuah gagasan dan pesan positif bagi generasi baru untuk lebih bisa mengabdikan kepada Bangsa dan Negara ini.

Dari sinilah sebuah gagasan anak bangsa yang dilakukan oleh panitia Surabaya Juang untuk menyelenggarakan sebuah event dalam rangka memperingati sejarah panjang hari Pahlawan dengan meriah serta mempunyai pesan dan tujuan untuk membangkitkan lagi jiwa-jiwa nasionalisme kepada generasi penerus Bangsa ini. Oleh karena itulah untuk mensukseskan acara ini panitia tersebut melakukan berbagai rangkaian kegiatan promosi untuk

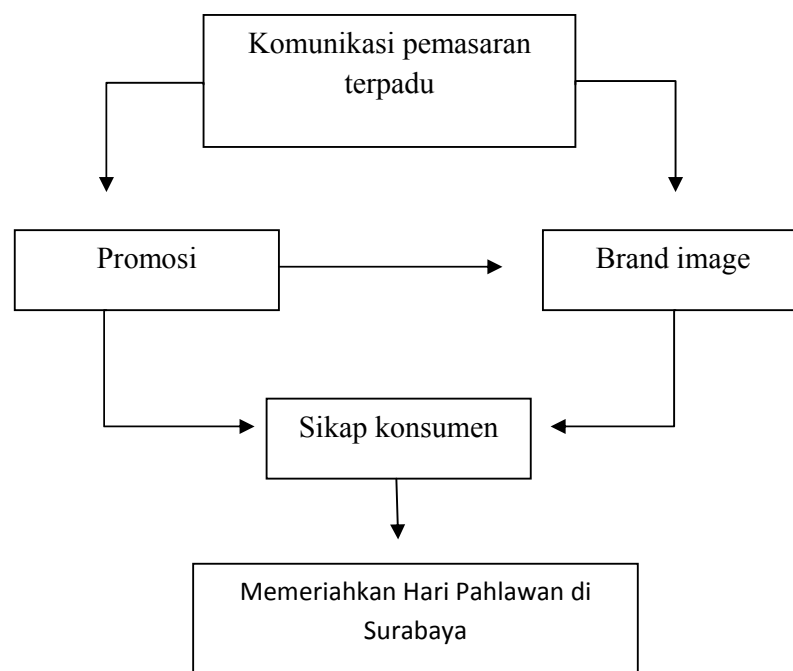
menyebarkan informasi yang terkait atas berjalannya acara tersebut agar bisa berjalan dengan baik dan sesuai target yang telah ditentukan sebelumnya.

G. Kerangka Pikir Penelitian

Dalam penelitian ini menentukan tiga variabel yang mendukung penggunaan teorinya, yaitu promosi, *brand image*, dan sikap konsumen. Dimana kesemuanya mempunyai keterkaitan dengan tujuan penelitian, yaitu promosi yang dilakukan mempengaruhi brand image terhadap pemikiran dan sikap konsumen yang dituju. Sehingga ketiga variabel ini membantu peneliti untuk menentukan alur dalam sebuah penelitiannya.

Bagan 1.1

Kerangka Pikir Penelitian



1. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang menunjang untuk mengenalkan sebuah produk. Dimana hal tersebut tentunya membutuhkan media untuk mengantarkan pesan kepada khalayak yang dituju. Dimana dalam promosi terdapat tiga indikator yang memuat tentang pengenalan produk, pengantaran pesan, dan media dalam beriklan.

2. *Brand Image*

Dalam sebuah produk, citra merek merupakan sebuah kesan yang begitu mendalam dari benak khalayaknya. Dimana citra sebuah merek merupakan bentuk yang diciptakan atau dipersepsikan oleh khalayak itu sendiri. Tergantung bagaimana pemasar merek mengkomunikasikannya kepada khalayak. Untuk menciptakan citra yang baik kepada khalayak, ada tiga komponen dalam menjalankan konsepnya. *Brand association*, yang mengarahkan khalayak untuk membuat asosiasi berdasarkan pengetahuannya terhadap merek. *Brand value*, yang mengarahkan persepsi khalayak dalam memilih merek sesuai dengan nilai-nilai yang telah diyakini. Juga *brand positioning*, yang menanamkan kepercayaan akan kualitas merek yang telah mereka pilih berdasarkan persepsi khalayak tersebut.

3. Sikap Konsumen

Sikap konsumen merupakan ungkapan perasaan konsumen terhadap suatu objek yang akan disukai atau tidak disukai, dan sikap ini juga bisa menggambarkan kepercayaan terhadap berbagai atribut dan

kualitas yang ada dalam objek tersebut. Dimana dalam sebuah sikap ini mempunyai tiga unsur dari psikologis sosialnya, yaitu kognitif (pengetahuan), afektif (emosi, perasaan), konatif (tindakan).

Tiga variabel ini yang menjadi acuan penelitian kali ini. Dimana langkah promosi yang dilakukan merupakan langkah yang diambil untuk membuat brand image yang positif untuk bisa mendapat perhatian dan bisa dipilih oleh khalayak yang menjadi sasaran untuk dijadikan target konsumen. Sehingga citra yang sudah dibuat bisa mempengaruhi sikap konsumen tersebut sesuai dengan pengetahuan yang didapat, yang kemudian memunculkan sebuah emosi yang bisa mengarahkan pada sebuah tindakan. Dimana dalam event Surabaya Juang ini yang menjadi tujuannya adalah bagaimana bisa mengarahkan tindakan khalayak untuk berpartisipasi dalam memeriahkan peringatan Hari Pahlawan, sesuai dengan pengetahuan dan emosi yang dibangun melalui berbagai media dalam berpromosinya.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan *fenomenologi*, yaitu mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati. metode deskriptif kualitatif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan yang sedang berlangsung. Tujuan dalam menggunakan metode ini adalah menggambarkan suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala itu, atau dengan kata lain penelitian ini dapat dipahami sebagai sesuatu penelitian yang berupaya untuk menerangkan fakta yang ada.³ Jenis penelitian ini adalah Kualitatif yaitu pandangan berfikir yang menekankan pada focus kepada pengalaman-pengalaman subyektif manusia dan intreprastasi-intrepretasi dunia.⁴

2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian

Yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah tim kepanitiaan Surabaya Juang diantaranya ada bapak Heri Prasetya sebagai ketua pelaksana, . Mbak Nia sebagai humas, serta beberapa sumber yang mendukung. Obyek penelitian pada penelitian ini adalah Strategi Promosi. Lokasi penelitiannya adalah di komplek taman budaya jawa timur jalan genteng kali no.85 sebagai tempat penelitian event Surabaya Juang tahun 2012.

³ Levy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosyadarkarya, 2006), hlm. 6.

⁴ *Ibid.*, hlm. 15.

3. Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, jenis data di bagi menjadi dua yaitu data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, di amati dan dicatat untuk pertama kalinya, sedangkan data skunder adalah data yang akan diusahakan sendiri pengumpulanya oleh peneliti, misalnya dari publikasi lainya.⁵ Berpijak dari peneliti bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan sekaligus menganalisa suatu permasalahan secara lebih rinci dengan maksud dapat menerangkan, menjelaskan dan menjawab permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua macam sumber data dan kalau diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Data Primer

Dalam hal ini yang dihimpun adalah data tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran Surabaya Juang dalam menarik produksi, hal ini diperoleh melalui permintaan keterangan – keterangan dari humas dari pengurus dengan wawancara langsung. Dengan informan antara lain Bapak Hari prasetya sebagai ketua pelaksana, karena beliau merupakan pimpinan pelaksana acara ini sehingga informasi lengkap tentang berjalannya Surabaya Juang bisa lebih banyak dan jelas di dapat dari beliau. Kemudian ada mbak Nia sebagai Humas, kerena promosi yang dilakukan oleh Surabaya Juang pastinya atas inisiatif dan sepegatuhuan beliau. Juga ada informan dari jajaran Pemkot Surabaya, terutama oleh walikota, karena peran

⁵ Marzuki, *Metedologi Riset* (Yogyakarta: PT. Haninda Offset, 1995), hlm. 55-56.

walikota Surabaya dalam event ini adalah sebagai penanggung jawab dan pendukung atas terselenggaranya acara ini.

b. Data Skunder

Peneliti akan menggunakan data apapun yang dapat mendukung data primer, misalnya dari foto, proposal dan company profil yang ada di Surabaya Juang.

4. Tahap – Tahap Penelitian

Dalam penelitian kali ini kami sebagai peneliti membagi tahapan penelitian menjadi tiga tahap penelitian.

a. Tahap Pra Lapangan

Dalam tahap pra lapangan ini terdiri dari beberapa cara seperti:

1) Menyusun rancangan penelitian

Dalam konteks ini peneliti terlebih dahulu membuat permasalahan yang akan dijadikan obyek penelitian, untuk kemudian membuat matrik usulan judul penelitian sebelum melaksanakan penelitian hingga membuat proposal.

2) Memilih lapangan penelitian

Dalam hal ini peneliti memilih lapangan penelitian di Surabaya Juang.

3) Mengurus perizinan

Dalam tahap ini peneliti mengurus perizinan pada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, kemudian diteruskan kepada ketua pelaksana Surabaya Surabaya untuk mendapatkan data yang diperlukan oleh peneliti.

4) Menjajaki dan menilai di lapangan

Pada tahap ini peneliti langsung meninjau keadaan lapangan dengan datang langsung ke ketua pelaksana Surabaya Juang dan Humas nya untuk berbincang – bincang dengan mereka serta mempelajari kebiasaan – kebiasaan yang terjadi di acara tahunan Surabaya Juang.

b. Tahap Pekerjaan Lapangan

Dalam hal ini meliputi kegiatan sebagai berikut:

1) Memasuki lapangan

Untuk memahami tahap ini, peneliti perlu memahami kondisi lapangan yang meneliti obyek penelitian terlebih dahulu, baru setelah itu peneliti mempersiapkan diri untuk terjun langsung ke lokasi penelitian.

2) Berperan serta sambil mengumpulkan data

Peran serta peneliti dalam hal ini adalah dengan mengamati secara sekilas dan langsung ke lokasi sambil mengumpulkan data melalui wawancara langsung.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran Surabaya Juang dalam menarik pengunjung, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data agar data yang dihasilkan lebih akurat. Untuk itu beberapa teknik pengumpulan data yang dipakai adalah:

1) Wawancara (*Interview*)

Wawancara (*interview*) adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁶ Yang dimaksud dengan interview adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam.

2) Pengamatan (*observasi*)

Observasi diartikan pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena – fenomena yang diselidiki⁷. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan pada obyek peneliti di Festival seni surabaya.

Secara luas observasi atau pengamatan berarti setiap kegiatan untuk melakukan pengukuran. Akan tetapi observasi disini diartikan secara sempit, yaitu pengamatan dengan menggunakan indera

⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 135.

⁷ Tayang M. Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995), hlm. 130.

penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan – pertanyaan. Dengan melakukan observasi, peneliti akan melihat secara langsung tingkah laku yang diharapkan untuk muncul⁸.

3) Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subyek penelitian. Dokumen yang diteliti dapat berupa berbagai macam misalnya buku. Studi dokumen tidak hanya berupa dokumen resmi. Dokumen dapat dibedakan menjadi dua, dokumen primer dan skunder. Dokumen primer adalah dokumen yang ditulis langsung oleh seseorang yang mengalami peristiwa yang bersangkutan. Sedangkan dokumen skunder adalah dokumen yang ditulis oleh orang yang menceritakan kembali pengalaman orang lain⁹.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data disini menggunakan model interaktif serta model alir. Dimana proses analisis ini mengalir dari tahap awal hingga pada penarikan simpulan dari hasil penelitian. Dengan interaksi secara langsung yang dilakukan dalam analisis ini bisa mengorganisasikan data melalui proses reduksi, penyajian hingga penarikan atas simpulan data yang telah didapat.

Proses analisis data ini dimulai dengan seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu: observasi, wawancara dan dokumentasi yang

⁸ Moleong, *Metode Penelitian, ...* , hlm. 125-126.

⁹ *Ibid.*, hlm. 70.

pernah ditulis dalam catatan lapangan, yang selanjutnya di klarifikasi sesuai dengan deskripsi kualitatif yang menggambarkan kondisi latar penelitian yang diperoleh dari lapangan, hukum yang dibangun. Analisa data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan kedalam suatu pola kategori dan suatu uraian dasar¹⁰. Analisis data penelitian bersifat literatif (berkelanjutan) dan dikembangkan secara program. Analisa data penelitian dilakukan mulai penetapan masalah penelitian, peneliti sudah melakukan analisis terhadap permasalahan tersebut dalam berbagai prespektif teori dan metode yang digunakan. tahap analisis data dalam penelitian kualitatif secara umum dimulai sejak pengumpulan data, reduksi data yaitu data yang diperoleh di lapangan akan di bentuk dalam uraian yang lengkap. Penyajian data (*display data*) dan penarikan kesimpulan serta verifikasi yaitu dipolakan, difokuskan dan disusun secara sistematis¹¹. Untuk langkah selanjutnya dari data yang telah terkumpul dan selanjutnya dilakukan ialah mengelola data tersebut secara induktif, yaitu menyimpulkan teori dari data. Pengolahan data tersebut menggambarkan kondisi yang ada dilapangan atau obyek yang diteliti dengan bentuk penulisan. Hal tersebut tentu saja berlandaskan kepada teori – teori yang telah disebutkan di atas. Yaitu antara lain menggambarkan atas kondisi lapangan melalui proses wawancara langsung dengan pihak Surabaya Juang dan penelitian ini tidak menggunakan metode hipotesis

¹⁰*Ibid.*, hlm. 103.

¹¹ Imam Suprayogo, *Metode Penelitian Sosial Agama* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), hlm. 92.

sehingga dari analisa yang dicapai dan penelitian tidak memerlukan pengujian ulang.

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam sebuah penelitian kualitatif, keilmiahan merupakan faktor utama menjaga keilmiahan tersebut dapat dilihat dari data yang ada, karena kesalahan kemungkinan bisa saja terjadi dalam pencarian data, sedangkan distori data bisa terjadi dalam penelitian sendiri dan mungkin juga terjadi dari informan.

Maka untuk mengurangi atau mengadakan keabsahan data, peneliti perlu mengecek kembali sebelum diproses dalam bentuk laporan yang disajikan, agar tidak terjadi kesalahan maka digunakan teknik sebagai berikut¹².

a. Perpanjangan Keikutsertaan

Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan itu tidak dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan peneliti pada latar penelitian. Dengan memperpanjang keikutsertaan peneliti dapat menguji ketidakbenaran informasi baik berasal dari responden maupun kesalahan pemahaman peneliti sendiri dalam menangkap informasi tersebut. Juga guna mendeteksi dan memperhitungkan distori yang mengotori data tersebut. Hal ini dilakukan untuk memperkuat pengumpulan data

¹² Moleong, *Metode Penelitian, ...*, hlm. 175.

dengan kata lain supaya data yang terkumpul benar-benar valid dan dapat di pertanggung jawabkan.

b. Triangulasi

Triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain di luar data itu untuk kepentingan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap informasi yang didapatkan terlebih dahulu. Dalam hal ini peneliti akan berbincang – bincang dengan warga yang lain tentang data yang sudah didapatkan dari informan sebelumnya.

I. Sistematika Pembahasan

Dalam mengemukakan pembahasan terhadap permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti menyusun sistematika pembahasan yang terbagi dalam 5 bab yang terdiri dari :

1. BAB I: PENDAHULUAN

Meliputi : latar belakang permasalahan yang diteliti peneliti, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan definisi konsep.

2. BAB II: PENYAJIAN DATA

Meliputi : Kajian Pustaka (beberapa referensi yang digunakan untuk menelaah obyek kajian), Kajian Teoritik (teori yang digunakan

untuk menganalisis masalah penelitian), dan Penelitian Terdahulu yang Relevan (referensi hasil penelitian oleh peneliti terdahulu yang mirip dengan kajian peneliti).

3. BAB III: ANALISIS DATA

Meliputi : Pendekatan dan jenis Penelitian, subyek penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik pemeriksaan keabsahan data.

4. BAB IV: PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Meliputi : Setting Penelitian, Penyajian data, analisis data dan Pembahasan.

5. BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini, akan ada dua sub bab yang dihadirkan. Sub bab yang pertama adalah kesimpulan di mana berisi tentang kesimpulan akhir dari penelitian ini. Kemudian sub bab yang kedua adalah saran yang berisi tentang permohonan saran dari berbagai pihak untuk melengkapi dan menyempurnakan penelitian ini.