BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Sesuai mottonya "Sidoarjo PERMAI / BERSIH HATINYA (Pertanian Maju, Andalan Industri, Bersih, rapi, Serasi, Hijau, Sehat, Indah dan Nyaman)", kabupaten Sidoarjo sebagai salah satu penyangga Ibukota Propinsi Jawa Timur merupakan daerah yang mengalami perkembangan pesat. Keberhasilan ini dicapai karena berbagai potensi yang ada di wilayahnya seperti industri dan perdagangan, pariwisata, serta usaha kecil dan menengah yang dapat dikemas dengan baik dan terarah. Sektor industri kecil dan menengah yang berkembang cukup baik, diantaranya sentra industri kerajinan tas dan koper di Tanggulangin.

Sebagai daerah penghasil produk unggulan perindustrian tas dan koper di wilayah Sidoarjo, tentu saja Tanggulangin mendapat perhatian khusus dari pemerintah kabupaten. Dalam mendorong perkembangan industri ini agar semakin meningkat, maka pemerintah melakukan berbagai upaya. Salah satunya adalah mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper.

Sebagaimana diketahui, sebelum bencana lumpur Lapindo yang terjadi di Sidoarjo, koperasi INTAKO Tanggulangin memberi banyak harapan bagi penduduk setempat untuk menjadi sentra ekonomi kerakyatan. Banyak lembaga keuangan/Bank mengucurkan kredit untuk pengrajin. Tapi, ketika

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bencana lapindo melanda, akses jalan menuju ke INTAKO terganggu dan Bank Indonesia memberikan peringatan kepada Bank-bank di Indonesia untuk tidak menerima jaminan sertifikat di wilayah Sidoarjo. Ditambah lagi dengan adanya presepsi orang tentang tenggelamnya industri tas dan koper secara keseluruhan sebagai akibat dari bencana lapindo sehingga jumlah pengunjung semakin menurun yang berimbas pada menurunnya omset para pengusaha tas dan koper Tanggulangin.[1]

Berbagai kendala tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi INTAKO dan pemerintah kabupaten Sidoarjo untuk tetap mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper di Sidoarjo.

Berpijak dari paparan di atas, maka peneliti tergugah untuk mengupas dan ingin menganalisa tentang "**Strategi Pemerintah Kabupaten Sidoarjo Dalam Mempertahankan Citra Tanggulangin Sebagai Sentra Industri Tas dan Koper**"

B. Fokus Penelitian

Sesuai dengan paparan pada konteks penelitian mengenai strategi Pemerintah kabupaten Sidoarjo dalam mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper tersebut, maka fokus dari penelitian ini adalah:

[1] http://wikimapia.org/10755344/id/Koperasi-INTAKO-tempat-wisata-belanja-TAS-KOPER-dan-kerajinan-kulit

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Upaya apa yang dilakukan pemerintah kabupaten Sidoarjo untuk mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper di tengah krisis lapindo yang cenderung merusak citra Tanggulangin?
2. Apa saja kendala yang dihadapi pemerintah kabupaten Sidoarjo dalam mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan dan memahami upaya pemerintah kabupaten Sidoarjo untuk mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper di tengah krisis lapindo yang cenderung merusak citra Tanggulangin.
2. Untuk mendeskripsikan dan memahami kendala yang dihadapi pemerintah kabupaten Sidoarjo dalam mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper.

D. Manfaat Penelitian

Setelah disebutkan fokus dan tujuan penelitian, maka dalam pembahasan ini peneliti berharap ada manfaat yang dapat diambil oleh pihak-pihak terkait dalam penelitian ini, khususnya bagi peneliti dan para pembaca pada umumnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian studi Ilmu Komunikasi pada konsentrasi PR, yang terfokus pada strategi dalam mempertahankan citra perusahaan/institusi.
2. Secara praktis manfaat penelitian ini adalah:
   a. Bagi mahasiswa ilmu komunikasi:

      Untuk menambah wawasan tentang strategi pemerintah kabupaten Sidoarjo dalam mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper.

   b. Bagi Kabupaten Sidoarjo:

      Sebagai masukan dan referensi pada Pemerintah Kabupaten Sidoarjo tentang dinamika Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper.

   c. Bagi masyarakat umum:

      Sebagai bahan referensi untuk menambah wawasan tentang strategi pemerintah kabupaten Sidoarjo dalam mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper.

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Jenis Karya	Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Temuan Penelitian	Tujuan Penelitian	Perbedaan
1.	Dini Fatmawati	Skripsi	2010	Metode Kualitatif dengan menggunakan Pendekatan Deskriptif.	Humas berperan sebagai pemegang informasi program-program apa saja yang telah dijalankan Yayasan Masjid Mujahidin serta mengawal opini publik.	Ingin mengetahui peran humas serta faktor-faktor yang mempengaruhi dalam meningkatkan citra Yayasan Masjid Mujahidin sebagai lembaga pendidikan.	
2.	Mustaghisah	Skripsi	2011	Metode Kualitatif dengan menggunakan Pendekatan	Pembentukan citra yang terjadi di MA Ihyaul Ulum dilakukan dengan	Untuk mengetahui secara mendalam pembentukan citra dan faktor-faktor yang mempengaruhi melalui	

				Deskriptif.	beragam cara, antara lain dengan komunikasi pendidikan.	komunikasi pendidikan yang terjadi di di MA Ihyaul Ulum, Dukun Gresik.	
3.	Afiatin Nuuroini (Peneliti)	Skripsi	2011	Metode Kualitatif dengan menggunakan Pendekatan Deskriptif.	-	Ingin mengetahui upaya dan kendala yang dilakukan pemerintah kabupaten Sidoarjo agar dapat mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper.	Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori pembentukan citra dari John Nimpoeno. Teori ini menjadi landasan berpikir yang disesuaikan dengan konteks penelitian, yakni dalam mempertahankan citra perusahaan / institusi. Jadi hasil dari penelitian ini akan berbeda dari penelitian terdahulu meskipun menggunakan teori yang sama dengan peneliti terdahulu.

F. Definisi Konsep

Judul penulisan proposal yang dibuat peneliti adalah strategi kabupaten Sidoarjo dalam mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper. Dari judul ini disadari kiranya ada penjelasan kata-kata atau istilah agar mudah dipahami. Oleh karena itu di sini dikemukakan batasan-batasan makna yang terdapat dalam judul tersebut, yakni sebagai berikut:

1. Strategi: menurut Glueck dan Jauch (1989) strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.[2]
2. Citra: Katz dalam Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.

Jadi, dari beberapa istilah yang telah dijelaskan di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud konsep "strategi pemerintah Kabupaten Sidoarjo dalam mempertahankan citra Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper" dalam penelitian ini adalah rencana yang ditempuh oleh pemerintah Kabupaten Sidoarjo untuk mengatasi kesalahan persepsi masyarakat akibat pemberitaan media mengenai lumpur Lapindo dalam mempertahankan pandangan pihak lain terhadap Kecamatan Tanggulangin sebagai sentra industri tas dan koper.

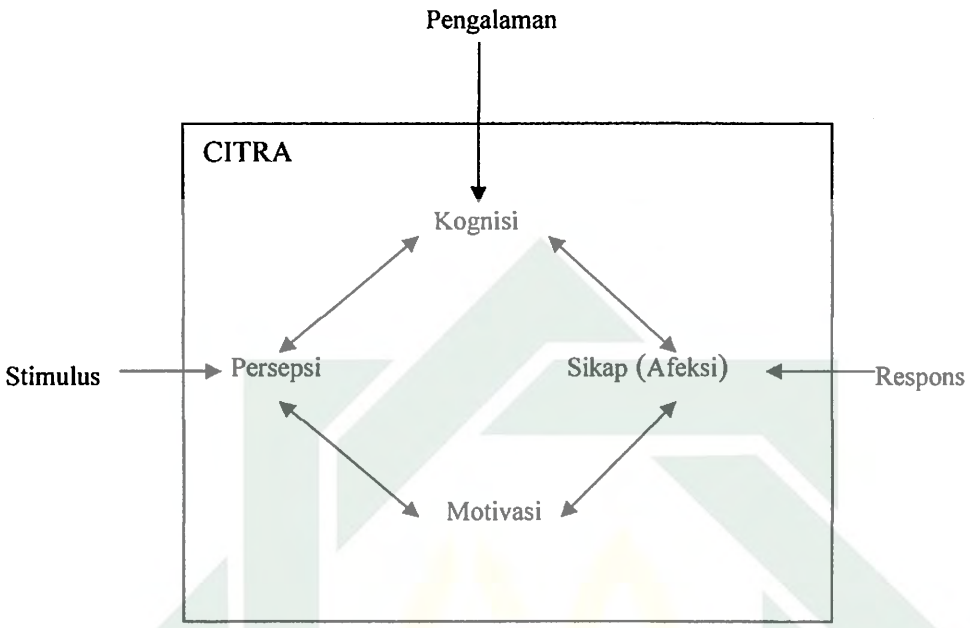
---

[2] http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/konsep-strategi-definisi-perumusan.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Kerangka Pikir Penelitian

Image Theory(Teori Citra)[3]



Gambar 1: Model pembentukan citra menurut John Nimpoeno: pengalaman mengenai stimulus

Keterangan:

Menurut John Nimpoeno, "Proses-proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu diartikan sebagai mental rerpesentation (citra) dari stimulus"[4]

Public Relations digambarkan sebagai input output, proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi – kognisi – motivasi – sikap.

---

[3] Elvionaro Ardianto, *Metodologi Penelitian untuk Public Relation* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2010), hlm. 165-167.

[4] *Ibid*, hlm. 165.

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Winangsih dan Syam, citra merupakan serangkaian pengetahuan, pengalaman, perasaan (emosi) dan penilaian yang diorganisasikan dalam sistem kognisi manusia; atau pengetahuan pribadi yang sangat diyakini kebenarannya. Mardi John Harrowitz mengemukakan bahwa citra terbentuk pada struktur kognisi manusia. Pendekatan yang digunakannya adalah psikiatri. "*Image is any though representation that has a sensory quality.*" Jefkins menyebutkan, "*an image is immpression gained according to knowledge and understanding of facts. Wrong or incomplete information can result in imperpect image.*" Citra diistilahkan Lipmman, "*the picture in our head*"; Galton, "*mental picture*"; Nimpoeno, "*mental representation.*"[5]

Citra adalah peta anda tentang dunia. Tanpa citra anda akan selalu berada dalam suasana yang tidak pasti. Citra adalah gambaran tentang realitas dan tidak harus selalu sesuai dengan realitas. Rakhmat mengatakan, "Citra adalah dunia menurut persepsi kita".[6] Namun menurut Canton, "Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi"[7].

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan.[8] Menurut Katz, "Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas."[9] Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak

---

[5] *Ibid.*
[6] *Ibid.*
[7] *Ibid.*
[8] Soleh Soemirat, Elvionaro Ardianto, *Dasar-dasar Public Relations* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 114.
[9] *Ibid.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staff perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan.

Citra, menurut Sandra Oliver adalah "Suatu gambaran tentang mental; ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi, dan sebagainya."[10] Namun Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto menyatakan, citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan.[11] Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut. Jalaluddin Rakhmat menyatakan semua sikap bersumber pada organisasi kognitif (pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki).[12]

Danasaputra mengatakan bahwa tidak akan ada teori sikap atau aksi sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan tentang dasar-dasar kognitif. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi (informasi yang diterima seseorang). Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan.[13]

---

[10] Sandra Oliver, *Strategi Public Relations* (Jakarta: Esensi Erlangga Group, 2007), hlm. 50.
[11] Soemirat, Ardianto, *Dasar-dasar Public Relations*, ..., hlm. 114.
[12] *Ibid.*
[13] *Ibid.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Citra mencerminkan pemikiran, emosi dan persepsi individu atas apa yang mereka ketahui. Terkadang, pesepsi diyakini sebagai realitas karena persepsi membentuk citra. Untuk itu, diperlukan peningkatan dan pemasaran citra (*image marketing*) yang bukan sekedar bisa tampil elegan dengan iklan atau menyatakan sebagai yang terbesar atau terbaik, melainkan–lebih dari itu–mengupayakan agar nama dan reputasi (perusahaan/produk) serta persepsi publik semakin positif. Kumpulan citra di benak khalayak atau publik membentuk reputasi korporat (*corporate reputation*).

Sutisna mengemukakan bahwa *image* adalah realitas, seperti yang dikemukakan Bernstain dalam Gronroos. Oleh karena itu, program pengembangan dan perbaikan citra harus didasarkan pada realitas. Jika citra tidak sesuai dengan realitas dan kinerja kita tidak baik, itu adalah kesalahan kita dalam berkomunikasi. Jika citra sesuai dengan realitas dan merefleksikan kinerja kita yang buruk, itu berarti kesalahan kita dalam mengelola organisasi.[14]

Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak. Jika rangsang ditolak proses selanjutnya tidak akan berjalan, hal ini menunjukkan bahwa rangsang tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak ada perhatian dari individu tersebut. Sebaliknya, jika rangsang itu diterima oleh individu, berarti terdapat komunikasi dan terdapat perhatian dari organisme, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan.

---

[14] Ardianto, *Metodologi Penelitian untuk Public Relation,* ....., hlm. 166.

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam konteks mempertahankan citra, stimulus yang dimaksud dalam konteks penelitian ini adalah kesan lembaga yang diterima dari luar individu.

Sedangkan pengalaman merupakan konsep citra terdahulu atau yang telah ada dan terbentuk di masyarakat. Dalam penelitian ini citra terdahulu yakni bahwa Tanggulangin merupakan sentra industri tas dan koper.

Empat komponen persepsi – kognisi – motivasi – sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang (stimulus). Ini disebut sebagai "*picture in our head*" oleh Walter Lipman. Jika stimulus mendapat perhatian, individu akan berusaha untuk mengerti tentang rangsang tersebut. Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang.

Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh stimulus dapat memenuhi kognisi individu. Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti stimulus tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.

Motivasi dan sikap yang ada akan menggerakkan respons seperti yang diinginkan oleh pemberi stimulus. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sikap adalah kencenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kencenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan. Sikap mengandung aspek evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sikap ini juga dapat diperteguh atau diubah.

Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku umum. Untuk mengetahui bagaimana citra suatu perusahaan atau lembaga di benak publiknya dibutuhkan adanya suatu penelitian. Melalui penelitian, perusahaan dapat mengetahui secara pasti sikap publik terhadap lembaganya, mengetahui apa yang disukai dan apa yang tidak disukai oleh publiknya.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan jenis penelitiannya menggunakan deskriptif kualitatif, dimana peneliti mendeskripsikan dan mengkonstruksi wawancara-wawancara mendalam terhadap subjek penelitian. Di sini peneliti bertindak selaku fasilitator dan realitas dikonstruksi oleh subjek penelitian. Selanjutnya peneliti bertindak sebagai aktivis yang ikut

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberi makna secara kritis pada realitas yang dikonstruksi subyek penelitian.

2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

Yang menjadi subyek atau informan dalam penelitian ini adalah Pemerintah kabupaten Sidoarjo. Sedangkan obyek dari penelitian ini adalah strategi dalam mempertahankan citra. Lokasi penelitian ini dilakukan di Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, khususnya pada Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan ESDM serta Dinas Pemuda Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata. Sebagai data tambahan, maka penelitian juga dilakukan di Desa Kedensari Kecamatan Tanggulangin, yang mayoritas penduduknya adalah pengrajin industri tas dan koper.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Berdasarkan sumbernya, jenis data dapat digolongkan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1) Data Primer

Data primer adalah suatu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi.[15] Data tersebut diperoleh dari pihak yang diminta keterangan (informan) yang berupa jawaban-jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

[15] Rosady Ruslan, *Metodologi Penelitian Public Relation dan Komunikasi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006), hlm. 29.

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan untuk mendukung data primer.

Dalam penelitian ini data sekunder didapatkan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.[16] Observasi adalah penghimpunan data penelitian melalui pengamatan pancaindra peneliti. Wawancara adalah sebuah proses memeperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Dokumentasi digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagaian besar data yang tersedia berbentuk surat, catatan harian, kenang-kenangan, dan laporan.

b. Sumber Data

Yang menjadi populasi informan dalam penelitian ini adalah Pemerintah Kabupaten Sidoarjo dan para pengrajin atau pengusaha tas dan koper di Tanggulangin. Sedangkan informan dari populasi sasaran penelitian ini ditentukan berdasarkan teknik *purposif*, karena tidak adanya kerangka sampling dari seluruh unsur-unsur yang terdapat dalam populasi tersebut. Dari sini informan akan dipilih secara purposif sesuai dengan keperluan karena yang digali dalam penelitian ini adalah kedalaman informasi, bukan kuantitas informan. Adapun

[16] Ardianto, *Metodologi Penelitian untuk Public Relation*, ..., hlm. 165-167.

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informan yang dimaksud di sini adalah mereka yang memiliki kriteria-kriteria sebagai berikut:

1) Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, yakni:
   a) Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan Energi Sumber Daya Mineral, karena industri tas dan koper di Tanggulangin termasuk dalam bidang perindustrian dan UKM.
   b) Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata, karena Tanggulangin dikenal sebagai lokasi wisata belanja tas dan koper di Sidoarjo.
2) Pengusaha/pengrajin tas dan koper tanggulangin. Dalam hal ini ada 3 klasifikasi, yaitu:
   a) Industri Rumah Tangga: "Qomari Pengrajin Tas dan Koper", karena merupakan industri rumah tangga yang perkembangannya dinamis dan masih bertahan hingga saat ini.
   b) Industri Kecil: "Ryan *Collection*", karena merupakan industri kecil yang perkembangannya dinamis dan masih bertahan hingga saat ini.
   c) Industri Menengah: "UD. Karya Tanggulangin", karena merupakan industri menengah yang perkembangannya dinamis dan masih bertahan hingga saat ini.
   d) Industri Besar: "INTAKO", karena merupakan industri rumah tangga yang perkembangannya dinamis dan masih bertahan hingga saat ini.

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Klasifikasi tersebut didasarkan pada penggolongan industri oleh Badan Pusat Statistik (BPS) berdasarkan jumlah tenaga kerja (berdasarkan klasifikasi lapangan usaha Indonesia) yaitu:[17]

(1) Industri rumah tangga yaitu usaha industri yang memiliki tenaga kerja 1 sampai 4 orang.

(2) Industri kecil yaitu usaha industri yang memiliki tenaga kerja paling sedikit 5 orang dan paling banyak 19 orang.

(3) Industri sedang atau menengah yaitu usaha industri yang mempunyai jumlah tenaga kerja 20 – 99 orang.

(4) Industri besar adalah usaha industri dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang.

4. Tahap-Tahap Penelitian

Ada 3 tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, yakni:

a. Pra lapangan

Pada tahapan pra lapangan, kegiatan yang dilakukan adalah mengurus perijinan penelitian dari pihak Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah, IAIN Sunan Ampel Surabaya kepada pihak Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, dan pada para pengusaha/pengrajin tas dan koper di Tanggulangin.

b. Penelitian/Pelaksanaan Lapangan

---

[17] Prabu Setiawan, "Pengertian Usaha Kecil dan Menengah" dalam *http://prabusetiawan.blogspot.com/2009/05/pengertian-usaha-kecil-dan-menengah.html*

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adalah tahap dimana peneliti melakukan penelitian pada para pengusaha/pengrajin tas dan koper kecamatan Tanggulangin sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

c. Laporan

Adalah tahapan kegiatan dimana peneliti menyusun laporan yang berisi tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara yang mendalam (*in depth interview)*[18] pada setiap subyek penelitian. Wawancara ini merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara tatap muka antara peneliti dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi(berulang-ulang) secara intensif. Selanjutnya dibedakan antara informan yang hanya diwawancarai sekali dengan informan yang diwawancarai beberapa kali. Di sini peneliti adalah instrument utama penelitian.

Selain melalui wawancara mendalam, teknik pengumpulan data pada penelitian ini juga dilakukan melalui observasi terlibat (*partisipatory observation*)[19] dan dokumentasi.

Seperti namanya, metode ini memungkinkan peneliti untuk terjun langsung dan menjadi bagian dari yang diteliti bahkan hidup bersama-sama ditengah individu atau kelompok yang diobservasi dalam jangka

[18] Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi,* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 100.
[19] *Ibid*, hlm. 110.

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

waktu yang cukup lama. Peneliti memungkinkan untuk memahami apa yang terjadi memahami pola-pola dan interaksi. Di sini pada dasarnya, peneliti mempunyai dua peran, yaitu sebagai partisipan dan sebagai peneliti (observer). Selain itu peneliti dituntut untuk tidak teridentifikasi oleh orang lain. Jika tidak, maka data yang diperoleh bisa tidak valid atau kehilangan obyektifitasnya.

Pada teknik dokumentasi peneliti mencari dan mendokumentasikan segala informasi yang dapat mendukung fokus penelitian, misalnya foto, dokumen-dokumen tertulis, dan lain-lain.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini berfungsi untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah, karenanya digunakan model Miles dan Huberman.[20]

Menurut Miles dan Huberman ada tiga jenis kegiatan dalam analisisi data:

a. Reduksi. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan. Reduksi data terjadi secara berkelanjutan hingga laporan akhir. Bahkan sebelum data secara aktual dikumpulkan, reduksi data antisipasi terjadi sebagaimana diputuskan oleh peneliti. Sebagaimana pengumpulan data

[20] Ardianto, *Metodologi Penelitian untuk Public Relation*, ..., hlm. 223.

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berproses, terdapat beberapa bagian selanjutnya dari reduksi data (membuat rangkuman, membuat tema-tema, membuat gugus-gugus, membuat pemisahan-pemisahan, menulis memo-memo).

b. Model data (data display). Bentuk yang paling sering dari model data kualitatif adalah teks naratif.

c. Penarikan/verifikasi kesimpulan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi-proposisi.

Data hasil wawancara mendalam dan observasi terlibat akan dianalisis dengan membuat kategori-kategori atau domain-domain tertentu. Setelah itu data diinterpretasi dengan memadukan konsep-konsep atau teori-teori yang telah dipaparkan dalam pembahasan kerangka teoritis pada penelitian ini.

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data pada pendekatan kualitatif-konstruktivis dilakukan melalui upaya mengungkap *trustworthinest* dari para subjek penelitian. *Trustworthinest* yaitu menguji kebenaran dan kejujuran subyek penelitian dalam mengungkap realitas. *Trustworthinest* ini diuji melalui dua pengujian: *credibility* subyek, dengan menguji jawaban-jawaban pertanyaan berkaitan dengan pengalaman dan pengetahuan mereka yang khas. Berikutnya adalah menguji *authenticity*,

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yaitu peneliti memberi kesempatan dan memfasilitasi pengungkapan konstruksi personal yang lebih detail. Selanjutnya peneliti melakukan *triangulation analysis*, yaitu menganalisis jawaban subyek penelitian dengan meneliti autentisitasnya berdasarkan data empiris yang ada. Peneliti menjadi fasilitator untuk menguji keabsahan setiap jawaban berdasarkan dokumen atau data lain, serta alasan yang logis. Tahapan berikutnya adalah melakukan *intersubjectivity analysis*. Artinya semua pandangan, pendapat ataupun data dari suatu subyek penelitian, didialogkan dengan pendapat, pandangan, ataupun data dari subjek lainnya.[21] Dalam penelitian ini peneliti mendialogkan pandangan, pendapat ataupun data dari Pemerintah Kabupaten Sidoarjo dengan para pengrajin tas dan koper Tanggulangin.

I. Sistematika Penelitian

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab yang terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang gambaran umum yang meliputi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, metode penelitian yanng digunakan dan definisi konsep.

[21] Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, ..., hlm. 70-71.

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini dibahas mengenai kajian pustaka dan perspektif teoritis.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Berisi tentang deskripsi subyek, obyek, dan lokasi penelitian serta deskripsi data penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA

Pada bab ini akan dibahas mengenai temuan penelitian dan konfirmasi temuan dengan teori.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab akhir yang berisi tentang penutup yang meliputi kesimpulan dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id