BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kampanye merupakan sebuah gerakan yang di dasarkan dari sebuah perilaku. Perilaku itu cenderung sejalan dengan norma dan nilai yang ada. Apabila sebuah kampanye tersebut bertentangan dengan norma dan nilai yang ada di khawatirkan akan terjadi salah paham antara subyek (penyebar kampanye) dengan obyek (penerima atau target dari kampanye tersebut). Kampanye biasanya pengarah dan pemerkuat dari kecenderungan yang ada ke arah tujuan yang diharapkan secara sosial seperti pemungutan suara, pengumpulan dana, dan lain sebagainya.

Dalam arti lebih umum atau lebih luas, kampanye tersebut memberikan penerangan secara terus menerus serta pengertian dan motivasi terhadap suatu kegiatan atau program tertentu melalui proses dan teknik komunikasi yang berkesinambungan dan terencana untuk mencapai publisitas dan citra yang positif.[1]

Proses kampanye melalui komunikasi tersebut, antara lain merupakan penyebaran informasi, pengetahuan, gagasan, kesadaran dan ide untuk membangun atau menciptakan kesadaran dan pengertian melalui teknik komunikasi. Sedangkan bentuk dan komunikasi dalam melakukan kampanye adalah komunikasi interpersonal, komunikasi antarpersonal (*face to face*), komunikasi kelompok (*group communication*), komunikasi

[1] Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi: Kampanye Public Relations.* Edisi Revisi, cet.3, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), Hal 66

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

massa (*mass communication*), komunikasi melalui media massa dan media nirmassa.[2]

Pengemis sudah menjadi masalah klasik yang sering di jumpai dalam kota-kota besar tidak terkecuali di kota Gresik. Karena terlalu banyak menjadi masalah, sampai-sampai banyak sekali peneliti yang ingin membahas masalah tersebut guna untuk menemukan formulasi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Semua manusia tidak menginginkan untuk hidup berkekurangan, akan tetepi keadaanlah yang memaksa mereka untuk hidup seperti itu. Keadaan yang dimaksud ialah kurangnya lapangan pekerjaan yang mengakomodir masyarakat untuk bisa bekerja mencari nafkah untuk keluarganya. Akibatnya, banyak sekali diluar sana pengangguran-pengangguran. Dampak dari banyaknya pengangguran ini salah satunya adalah munculnya para pengais rezeki atau yang biasa disebut pengemis.

Banyaknya pengemis yang ada di Kota Gresik merupakan fenomena sosial yang masih kurang mendapat perhatian serius dari pemerintah Gresik maupun masyarakat. hampir di setiap jalan-jalan, perkampungan, objek wisata, pasti menemui mereka. Mereka terkadang menyusuri jalanan guna mencari belas kasihan orang-orang dengan menggunakan berbagai macam atribut mulai dari pakaian yang compang-camping, memasang wajah penuh kesedihan dan lain sebagainya.

Dalam proses menangani pengemis yang ada dalam sebuah wilayah pastilah ada beberapa langkah-langkah yang dilakukan salah

[2] *Ibid*, Hal:60-61

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

satunya adalah menggunakan kampanye sosial. Kampanye sosial merupakan sebuah proses komunikasi yang dilakukan untuk menyebarluaskan pesan-pesan yang diperlukan masyarakat. Dalam prosesnya sendiri kampanye sosial memiliki banyak sekali inovasi, ide, gagasan yang bersifat sosial, dan penting untuk diketahui publik. Salah satu yang menggunakan metode kampanye sosial ini adalah sebuah komunitas yang bernama "Ketimbang Ngemis".

Ketimbang Ngemis merupakan sebuah komunitas yang memiliki *tagline* "Say NO to 'Mengemis : Belilah Walau Tidak Butuh Sekalipun". Komunitas ini terbentuk awalnya dari kegelisahan seorang pemuda yang bernama Rizky dari Yogyakarta. Pada awalnya ia sekedar memposting di akun instagram pribadinya karena haru melihat perjuangan dari seorang nenek dan kakek dalam menjalani hidup. Akan tetapi, dia tidak menyangka kalau postingannya di instagram pribadinya tersebut banyak yang antusias dan memberikan respon positif. Hingga akhirnya Rizky membuat akun @ketimbang.ngemis agar makin banyak orang yang sadar untuk membantu para manula dan penyandang cacat di kota masing-masing.[3]

Ketimbang Ngemis adalah satu dari sekian banyak komunitas yang bergerak dalam mengkampanyekan bahwasanya keadaan dan usia tidak boleh dijadikan alasan untuk tidak bekerja. Walaupun usia sudah tidak muda lagi dan keadaan tubuh sudah melemah jangan terlalu mudah untuk menengadahkan tangan dengan meminta belas kasihan orang lain.

[3] http://muslimahdaily.com/muslimah-zone/community/item/241-komunitas-ketimbang-ngemis-say-no-to-mengemis-belilah-walau-tidak-butuh-sekalipun.html diakses pada 10 Nopember 2016 pukul 00.11 WIB.

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

Alangkah lebih baik jika mencari pekerjaan yang ringan dan sesuai dengan kemampuan tubuhnya.

Pada beberapa tahun belakangan komunitas Ketimbang Ngemis sudah tersebar di berbagai Regional. Setidaknya dilihat dari akun instagram resmi @data.Regional.ketimbangngemis dapat diketahui bahwa sudah ada sekitar 50 Regional yang sudah bergabung dan menjadi bagian dari komunitas Ketimbang Ngemis. Dan salah satu nya adalah Gresik.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih objek komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik. Alasan peneliti memilih daerah Gresik, karena Ketimbang Ngemis Regional Gresik sedikit banyak dianggap mampu memberikan motivasi serta mampu memberikan efek positif kepada masyarakat terutama untuk mengkampanyekan "SAY NO to Mengemis". Berdasarkan latar belakang di atas, oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang "Komunikasi Kelompok Dalam Kampanye Sosial Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan penulis tersebut di atas, maka penulis membuat perumusan masalah sebagai berikut ;

1. Bagaimana bentuk komunikasi kelompok dalam kampanye sosial yang digunakan Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik ?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dari kampanye sosial yang digunakan Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik ?

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

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang di kemukakan di atas, maka tujuan yang akan di capai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bentuk komunikasi dalam kampanye sosial Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat kampanye sosial Komunitas Ketimbang Ngemis dalam memotivasi kerja masyarakat di Kabupaten Gresik.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini berguna dan memberikan manfaat yang besar baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara teoritis
    1. Memberikan informasi tentang bagaimana penggunaan media Instagram sebagai media kampanye sosial Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik.
    2. Sebagai acuan dalam sumber referensi terkait kampanye sosial komunitas yang bergerak di bidang sosial lainnya.
2. Secara praktis
    1. Sebagai media edukasi masyarakat untuk meninggalkan budaya mengemis
    2. Sebagai contoh untuk mempublikasikan contoh kampanye yang positif.

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

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Sebagai panduan peneliti untuk melakukan penelitian, maka peneliti memiliki rujukan pada kajian hasil penelitian terdahulu, yang fungsinya bisa digunakan sebagai referensi.

Tabel 1.1 tabel kajian penelitian terdahulu

Sasaran Penelitian	Penelitian Terdahulu	
	1	2
Nama Peneliti	Aditiyo Dwi Putro	Amanda Yuliana Poernomo dan Ifa Safira Mustikadra
Judul	Kampanye Sosial Membangun Kesadaran Beretika Komunikasi di Sosial Media Pada Masyarakat Dewasa Dini Di Bandung	Kampanye Sosial *"Drive Smart"* Bagi Pengemudi Mobil Pemula Dalam Upaya Meningkatkan Keselamatan Berlalu Lintas
Jenis Karya	Jurnal	Jurnal
Tahun Penelitian	2015	2014
Metode Penelitian	Kualitatif	Kualitatif
Hasil Temuan Penelitian	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna sosial media yang tidak beretika dapat dipidanakan dengan UU ITE 2008, selain sanksi pidana pelaku juga dapat sanksi sosial yaitu di*bully* oleh seluruh masyarakat Indonesia. Dari tahun ke tahun kasus karena UU ITE semakin meningkat. Pengguna yang terjerat disebabkan karena tidak bijak dalam membuat status atau komentar,menggunakan kata-kata mencela dan	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa sebuah kampanye dengan eksekusi berbeda yang memanfaatkan media-media baru diyakini dapat mengubah perilaku menyetir para pengemudi pemula, yaitu remaja usia 15-20 tahun, menjadi generasi yang memiliki kedisiplinan dan memiliki

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

	menghina. Dari hasil analisis dirancang sebuah kampanye yang mengajak pemuda untuk bijak, ramah, santun di sosial media dengan media utama *website* yang bertujuan membangun kesadaran pemuda untuk beretika di sosial media. *Website* berisikan materi-materi yang mengarahkan pemuda untuk bijak, ramah dan santun di sosial media.	keterampilan mengemudi yang baik, dimulai sejak mereka memperoleh SIM (Surat Izin Mengemudi). Dengan bekal itulah diharapkan tingkat kecelakaan lalu lintas yang menimpa remaha akan menurun dan menjadi bibit-bibit pengemudi berkualitas di masa depan.
Perbedaan	Aditiyo Dwi Putro menggunakan masyarakat dewasa dini sebagai objek penelitian. Sedangkan, peneliti menggunakan Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik sebagai objek penelitian	Amanda Yuliana Poernomo dan Ifa Safira Mustikadra menggunakan pengemudi mobil pemula sebagai objek penelitian. Sedangkan, peneliti menggunakan Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik sebagai objek penelitian

F. Definisi Konsep

1. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang-orang yang terdiri dari dua atau tiga orang bahkan lebih. Kelompok juga memiliki tujuan-tujuan

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

yang diperjuangkan bersama. Sehingga kehadiran setiap orang dalam kelompok dikuti dengan tujuan-tujuan pribadinya.[4]

Dalam konteks penelitian ini Komunikasi Kelompok yang dimaksud adalah komunikasi di dalam Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik dalam lingkup proses dan faktor pendukung serta faktor penghambat komunikasi kelompok

2. Kampanye Sosial

a. Kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada se besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan secara kurun waktu tertentu, Rogers dan Storey dalam Venus. Pada definisi ini maka aktifitas kampanye mengandung empat hal yakni :

1) Kampanye bertujuan menciptakan efek atau dampak tertentu,
2) Khalayak sasaran yang benar,
3) Dipusatkan dalam kurun waktu tertentu,
4) Melalui serangkaian komunikasi terorganisir.

Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan-pesan dari pengirim kepada khalayak melalui media saluran dengan menggunakan simbol, baik verbal maupun nonverbal yang bertujuan dapat memancing respon khalayak.[5]

---

[4] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2008), hlm 271

[5]Antar Venus, *Manajemen Kampanye:Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*, (Bandung:Simbiosa Rekatama Media,2004) Hal 30

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

Jika dikaitkan dengan penelitian ini kampanye adalah serangkaian tindakan yang terencana dalam proses penyampaian pesan, gagasan, ide, untuk menyebarluaskannya di masyarakat.

b. Sosial

Kata sosial berasal dari bahasa latin yaitu '*socius*' yang berarti segala sesuatu yang lahir, tumbuh dan berkembang dalam kehidupan bersama. Sudarno menekankan pengertian sosial pada strukturnya, yaitu suatu tatanan dari hubungan-hubungan sosial dalam masyarakat yang menempatkan pihak-pihak tertentu (individu, keluarga, kelompok, kelas) di dalam posisi-posisi sosial tertentu berdasarkan suatu sistem nilai dan norma yang berlaku pada suatu masyarakat pada waktu tertentu.[6]

Jika dikaitkan dengan penelitian ini sosial adalah masyarakat yang terdiri dari individu, keluarga, kelompok dengan struktur sosial tertentu.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini kampanye sosial adalah serangkaian tindakan yang terencana dengan tujuan tertentu dengan sasaran masyarakat luas dalam usaha menyebarluaskan ide, gagasan, serta pikiran untuk mengedukasi masyarakat.

3. Komunitas

Komunitas sebagai kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia

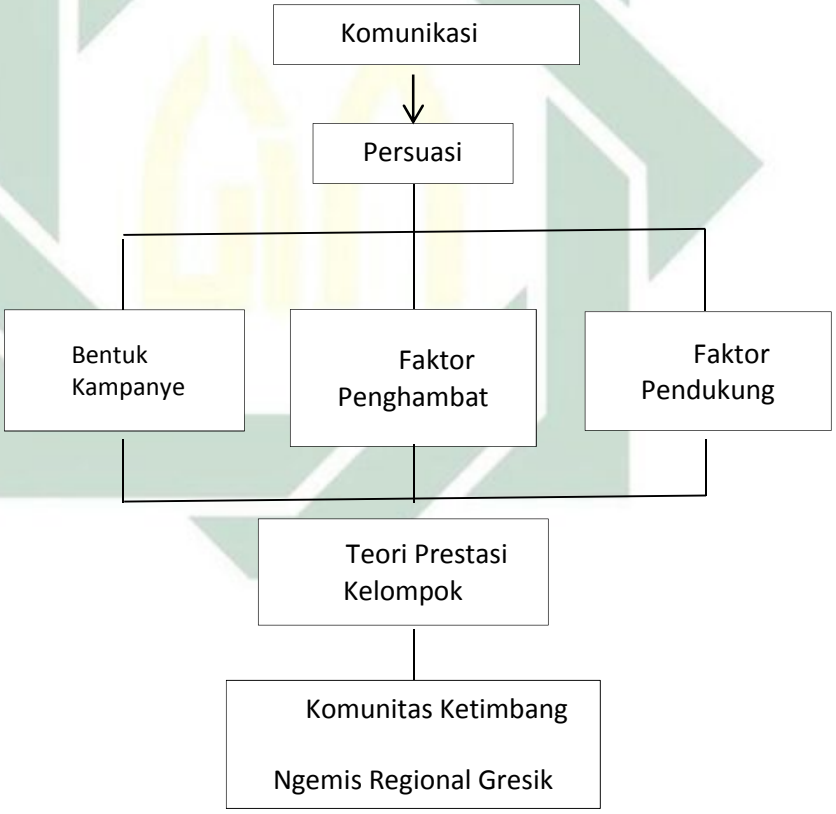
[6] A. Salim, *Perubahan Sosial.* (Yogyakarta: Tiara Wacana,2002) hal. 97

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

individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, prefensi, kebutuhan, resiko, dan sejumlah kondisi lain yang serupa.[7]

Dalam penelitian ini yang dimaksud Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik adalah komunitas yang terdiri dari beberapa orang yang memiliki kesamaan dalam mencapai tujuan membantu sosok mulia yang lebih memilih bekerja daripada mengharapkan belas kasihan orang lain atau mengemis.

G. Kerangka Pikir Penelitian



Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian

[7] *http://djepok.blogspot.com/2011/09/arti-komunitas.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

Dalam kerangka pikir ini, kampanye sosial yang dilakukan oleh Komunitas Ketimbang Ngemis adalah Komunikasi kelompok yang dalam hal ini Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik melakukan sebuah persuasi atau semacam komunikasi yang tujuannya untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain untuk ikut serta dalam melakukan kampanye sosial. Dalam proses persuasi tersebut akan terdapat sebuah bentuk dari kampanye sosial yang diharapkan. Setelah mendapatkan bentuk dari kampanye sosial yang diharapkan pastilah ada faktor pendukung dan penghambat dalam proses kampanye sosial tersebut. Setelah itu dari bentuk, faktor pendukung dan penghambat tadi dihubungkan dengan teori prestasi kelompok. Akhirnya akan didapatkan sebuah kampanye sosial untuk segera di sampaikan kepada masyarakat.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada umumnya sebuah penelitian menggunakan dua model metode penelitian, yaitu metode penelitian kualitatif dan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian Kualitatif (*qualitative research*). Metode penelitian kualitatif sebagaimana yang diungkapkan Bogdan dan Taylor[8] sebagai prosedur penelitian yang

[8] Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* Edisi Revisi, (Bandung:Remaja Rosdakarya,2011) hlm. 4

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

menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Dalam mengumpulkan, mengungkapkan berbagai masalah dan tujuan yang hendak dicapai, maka penelitian ini dilakukan dengan pendekatan studi analisis diskriptif. Menurut Sugiyono[9] bahwa penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme* yang biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi objektif yang alamiah dimana peneliti berperan sebagai instrumen kunci.

Sedangkan untuk mengkaji lebih dalam peneliti menggunakan pendekatan Fenomenologi. Alasan digunakan pendekatan ini karena fenomenologi merupakan kajian mengenai fenomena yang terjadi, yaitu dengan cara menerapkan metodologi ilmiah dan penelitian fakta-fakta yang bersifat subyektif, yaitu berkaitan dengan perasaan, tindakan, ide, dan sebagainya yang diungkapkan dalam bentuk tindakan luar yang berupa perkataan atau perbuatan seputar kampanye sosial Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik dalam mengangani pengemis di Kabupaten Gresik. Dalam jenis fenomenologi partisipasi dari peneliti sangat diperlukan, sehingga dapat memahami segala macam tindakan dari dalam maupun luar.

Penelitian ini memfokuskan pada komunikasi kelompok yang dilakukan dalam kampanye sosial Komunitas Ketimbang

[9]Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan:Pendekatan Kualitatif,Kuantitatif dan R&D,* (Bandung:Alfabeta,2008) hlm. 15

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

Ngemis Regional Gresik. Penelitian ini diarahkan pada pesan dan bentuk kampanye sosial yang dilakukan oleh Komunitas Ketimbang Ngemis sehingga bisa mencapai tujuan tersebut.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah pengurus serta anggota dari Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik.

Obyek yang akan diteliti dalam penelitian ini ialah komunikasi kelompok dalam kampanye sosial serta faktor pendukung dan penghambat dari kampanye sosial yang dilakukan oleh Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan dicari dalam penelitian ini akan dibedakan menjadi dua macam. Yang pertama adalah data primer. Data primer adalah data pokok yang diperoleh secara langsung dari penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi.[10]

Data primer dalam penelitian ini merupakan data utama yang diperoleh informan. Informan dalam penelitian ini adalah pengurus serta anggota Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik yang masih aktif.

Sedangkan, data sekunder dari penelitian ini nantinya akan dikumpulkan dengan sesuatu yang berhubungan dengan informan di dalam prosesnya, seperti : dokumentasi bisa berupa foto maupun transkrip wawancara.

[10] Rosady Ruslan, *Metode Peneliitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja grafindo, 2006) hal.26 – 28

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

Sumber data dalam penelitian ini adalah pengurus dan anggota Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik.

4. Tahap-tahap Penelitian

Ada 3 tahap yang akan dikerjakan dalam penelitian ini, yaitu pra lapangan, lapangan, dan pasca lapangan.

a. Tahap Pra Lapangan adalah langkah-langkah yang dilakukan sebelum melakukan penelitian langsung di lapangan atau sebelum peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan peneliti adalah :

1) Menyusun rancangan penelitian
2) Menentukan sumber data
3) Memilih dan memanfaatkan informan
4) Mempersiapkan perlengkapan seperti alat tulis
5) Persiapan diri

Pada Pada tahap ini peneliti mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan dalam penelitian, yaitu menyusun rancangan penelitian, mempersiapkan data yang dibutuhkan dalam penelitian, membuat pertanyaan-pertanyaan sebagai pedoman wawancara kepada informan

b. Lapangan

Pada tahap ini, peneliti dapat melakukan observasi dan wawancara kepada informan. Peneliti mengumpulkan data-data yang di perlukan dalam penulisan laporan penelitian.

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

Ini dilakukan untuk mendapatkan semua data atau informasi yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian ini. Pada tahap ini peneliti sudah terjun langsung dilapangan untuk mendapatkankan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Setelah itu mengumpulkan data yang telah diperoleh dan di kaji ulang untuk dapat dianalisis pada tahapan berikutnya.

c. Penulisan Laporan

Peneliti akan memulai menulis dan menyusun laporan yang telah didapatkan dan telah diverifikasi ulang.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa-peristiwa atau hal-hal atau keterangan-keterangan atau karakteristik-karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan mendukung penelitian, atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.[11]

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah wawancara mendalam, observasi partisipasi, *focus group discusion,* dan analisis dokumen.[12]

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik:

a. Wawancara

Adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

[11]Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu PendekatanPraktek, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hal. 100.

[12]Farouk Muhammad dan H Djaali, *Metodologi Penelitian Sosial Edisi Revisi,* (Jakarta: PTIK P ress & Agung, 2005), hal. 89

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

Untuk penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik wawancara secara mendalam berupa pengumpulan data dengan meminta tanggapan langsung dari responden secara lebih terperinci. Responden diberikan waktu untuk berpikir selama beberapa saat sampai diperoleh jawaban rinci dari pernyataan yang diajukan oleh pewawancara.[13] Peneliti lebih memilih wawancara secara langsung dengan pengurus serta anggota dari Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik. Melalui wawancara diharapkan peneliti dapat menemukan latar belakang penerapan blog secara langsung dari responden, serta strategi yang mungkin digunakan dalam proses kampanye sosial yang mereka lakukan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata Dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Untuk mendapatkan data yang akurat, selain diperoleh dari sumber manusia, data juga diperoleh dari dokumen. Dokumen merupakan catatan peristiwa lampau. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Pada tahap ini peneliti berusaha mendapatkan literasi terkait kegiatan kampanye sosial Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik karena

[13] Imam Robandi, *Becoming The Winner Riset, Menulis Ilmiah, Publikasi Ilmiah, Dan Presentasi*, (Yogyakarta:C.V Andi,2008) hal 122

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

mereka menggunakan instagram sebagai media utama mereka, maka akan dokumentasi yang digunakan adalah dari media instagram mereka yakni @ketimbang.ngemis.gresik.

6. **Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian kualitatif proses analisis data berlangsung sebelum peneliti ke lapangan, kemudian selama di lapangan dan setelah di lapangan, sebagaimana yang diungkapkan Sugiyono.[14] bahwa analisis telah dimulai sejak dirumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan dan terus berlanjut sampai penulisan hasil penelitian. Sementara itu, analisis data menurut Bogdan dan Biklen[25] adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasi data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Oleh karena itu, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni proses mengumpulkan dan menyusun secara baik data-data yang didapatkan melalui observasi, wawancara, dan dokumenter serta berbagai bahan lain yang tentunya berkaitan dengan kampanye sosial Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik. Untuk mempermudah dalam proses menganalisis berbagai data penelitian ini, maka peneliti menggunakan dua pendekatan, yakni :

[14] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D (Metode Penelitian dan Pengembangan).* (Bandung:Alfabeta,2008). Hal 90

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

a. Analisis sebelum di lapangan

Sebelum terjun ke lapangan peneliti melakukan analisis terhadap berbagai data yang berkaitan dengan kampanye sosial Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik melalui media sosial. Karena komunitas ini menggunakan media sosial instagram maka peneliti menggunakan media ini untuk menganalisis kegiatan-kegiatan mereka.

Untuk memperoleh makna yang berarti maka proses analisis dilakukan secara terus menerus, proses dimaksud untuk menemukan hal-hal penting untuk membantu mempermudah dalam mengkaji proses kampanye sosial komunitas ini. Akan tetapi analisis ini masih dalam tahap sementara dan akan berkembang setelah berada di lapangan dan mengumpulkan data-data yang terkait dengan masalah penelitian.

b. Analisis di lapangan dengan menggunakan model Miles dan Huberman

Miles dan Huberman[15] menyatakan bahwa aktifitas dalam analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktifitas analisis data sebagaimana yang diungkapkan tersebut meliputi tiga unsur yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

[15] Burhan, Bungin. *Analisis Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi.* (Jakarta:GrafindoPersada,2003) hal. 69

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) Reduksi Data *(Reduksi Data)*

Reduksi data merupakan langkah awal dalam menganalisis data dalam penelitian ini. Kegiatan reduksi data bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami data yang telah dikumpulkan. Data yang telah dikumpulkan dari lapangan melalui observasi, wawancara direduksi dengan cara merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan penting, mengklarifikasikan sesuai fokus yang ada pada masalah dalam penelitian ini. Proses mereduksi data merupakam bagian dari analisis untuk mempertajam, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan baik sehingga proses kesimpulan akhir nanti terlaksana dengan baik.

Dalam penelitian ini, aspek-aspek yang direduksi adalah hasil observasi maupun wawancara yang menyangkut kampanye sosial yang berupa bentuk kampanye sosial serta faktor pendukung dan penghambat dalam kegiatan kampanye tersebut.

2) Penyajian Data *(Display Data)*

Penyajian data merupakan tahapan kedua dalam aktivitas menganalisa data seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Dalam proses penyajian data peneliti menyajikan data secara jelas dan singkat untuk memudahkan dalam memahami masalah yang diteliti, baik secara keseluruhan maupun bagian demi bagian. Untuk itu

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

menurut Nasution[16] bahwa data yang bertumpuk dan laporan yang tebal akan sulit dipahami, oleh karena itu agar dapat melihat gambaran atau bagian-bagian tertentu dalam penelitian harus diusahakan membuat berbagai macam matriks, uraian singkat, *networks*, *chart*, dan grafik. Sementara itu Miles dan Huberman mengungkapkan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

Sebagaimana dengan proses reduksi data, penyajian data dalam penelitian ini tidaklah terpisah dari analisis data. Hal pertama yang dilakukan dalam proses penyajian data pada penelitian ini adalah menggambar secara umum hasil penelitian ini dimulai dari menjelaskan kegiatan mereka dalam melakukan kampanye sosial melalui media sosial instagram serta kegiatan-kegiatan lainnya. Setelah penyajian gambaran umum mengenai aktivitas dalam kampanye sosial tersebut selanjutnya menyajikan atau mendeskripsikan bentuk serta faktor pendukung dan penghambat dari kegiatan kampanye sosial tersebut.

[16] Nasution, S.*Metodologi Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung:Tarsito,2003) hal 129

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

3) Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing/Verification)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah tahapan terakhir dalam teknik analisis data pada penelitian kualitatif sebagaimana model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman.[17] Dari proses pengumpulan data, peneliti mulai mencatat semua fenomena yang muncul dalam kehidupan pengemis dan melihat sebab akibat yang terjadi sesuai dengan masalah penelitian ini. Dari berbagai aktifitas dimaksud maka, peneliti membuat kesimpulan berdasarkan data-data awal yang ditemukan itu, data-data dimaksud masih bersifat sementara. Penarikan kesimpulan ini berubah menjadi kesimpulan akhir yang akurat dan kredibel karena proses pengumpulan data oleh peneliti menemukan bukti-bukti yang kuat, valid dan konsisten dalam mendukung data-data yang dimaksud.

Kesimpulan-kesimpulan yang ada kemudian diverifikasi selama penelitian ini berlangsung. Verifikasi in berupa pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran peneliti selama masa penulisan (penyusunan dan pengolahan data), tinjauan ulang pada catatan- catatan selama masa penelitian di lapangan, tinjauan kembali dengan seksama berupa tukar pikiran dengan para ahli (pembimbing) untuk mengembangkan kesepakatan

[17] Burhan, Bungin. *Analisis Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi.* (Jakarta:GrafindoPersada,2003) hal. 69

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

intersubjektif, serta membandingkan dengan temuan-temua data lain yang berkaitan dengan kampanye sosial.

Dengan demikian reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan satu kesatuan atau unsur penting dalam analisis hasil sebuah penelitian kualitatif sebagaimana yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Maka dari itu analisis data dalam penelitian ini merupakan sebuah proses untuk mencari serta menyusun secara sistematik data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga berakhir dengan kesimpulan yang mudah dipahami.

7. **Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian kualitatif, sehingga data yang ada valid dan dapat dipertanggungjawabkan, peneliti akan melakukan triangulasi *(check* dan *recheck).* Metode triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Dalam penelitian ini, triangulasi yang dianggap relevan untuk menguji keabsahan data adalah dengan melakukan triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi teknik berarti untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data pada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, misalnya data diperoleh melalui wawancara, lalu

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

dicek dengan observasi, dan dokumentasi. Pada triangulasi teknik, menurut Patton terdapat dua strategi yaitu :[18]

1. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data.
2. Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Menurut Patton, dalam triangulasi sumber, peneliti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda, dalam penelitian kualitatif hal itu dapat dicapai dengan jalan (Moleong. 2005):

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di tempat umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.

[18] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif.* (Bandung:Remaja Rosdakarya.2005)

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

5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik triangulasi. Karena ingin menunjukkan keobjektifan dalam penelitian. Dalam penelitian ini pertama-tama peneliti akan mengamati proses kampanye sosial yang dilakukan oleh Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik. Peneliti melakukan wawancara dengan pengurus dan anggota Komunitas Ketimbang Ngemis Regional Gresik.

Pengamatan terhadap kegiatan kampanye sosial yang dilakukan Komunitas ini dapat dilihat dari respon netizen yang menggunakan instagram untuk ikut serta mengkampanyekan budaya anti mengemis dapat dijadikan triangulasi untuk menguji keabsahan data, karena dapat menjadi sumber informasi dalam melakukan *cross check* atas data yang didapatkan peneliti dari dari pengurus dan anggota komunitas.

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

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam pembahasan lainnya maka laporan penelitian ini dibagi kedalam lima bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Meliputi : Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Hasil Penelitian Terdahulu, Definisi Konsep, Kerangka Pikir Penelitian, Metode penelitian, Dan Sistematika Pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORETIS

Meliputi : Kajian Pustaka (beberapa referensi yang digunakan untuk menelaan obyek kajian) dan Kajian Teori (teori yang digunakan untuk menganalisis masalah penelitian).

BAB III : PENYAJIAN DATA

Meliputi Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian dan Deskripsi Data Penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA

Meliputi : Temuan Penelitian dan Konfirmasi Temuan dengan Teori.

BAB V : PENUTUP

Meliputi : Simpulan dan Rekomendasi.

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