BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini pemerintahan di Indonesia menjadi salah satu bidang yang sering diperbincangkan di kalangan masyarakat. Mulai dari pemerintahan tingkat desa hingga pemerintahan pusat. Masyarakat cenderung menilai pemerintahan dari sudut pandang pemerintah itu dekat atau tidak dengan rakyatnya. Idealnya suatu pemerintahan harus mampu mensejahterakan rakyat yang telah menjadi tanggung jawabnya. Sedangkan menurut Fahri Hamzah, indikator pemerintahan yang sukses tidak hanya pada tingkat kesejahteraaan rakyat, melainkan dapat dilihat dari tingkat ekonomi masyarakatnya, tingkat pendidikan, hingga pembangunan infrastruktur. Namun pada kenyataannya di masyarakat banyak yang menganggap bahwa pemerintahan yang dekat dengan rakyat, yang mau mendengar keluh kesah rakyatnya, sudah mendapatkan nilai positif di masyarakat.

Hal inilah yang mencoba direalisasikan oleh Pemerintah Kabupaten Mojokerto melalui program yang dinamakan Sambang Desa. Sambang Desa merupakan program yang bertujuan untuk mendekatkan Pemerintah Kabupaten Mojokerto dengan warganya. Selain sebagai sarana untuk mendekatkan pemerintah dengan warganya, program ini juga bertujuan untuk menyetarakan pembangunan infrastruktur di seluruh desa

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

di wilayah Kabupaten Mojokerto.

Sambang Desa ini merupakan program dari Pemerintah Kabupaten Mojokerto yang berlangsung pada tahun 2012 hingga tahun 2014. Dalam Acara Sambang Desa itu bupati beserta SKPD di lingkungan Pemerintahan Kabupaten Mojokerto terjun langsung ke masyarakat, untuk berinteraksi langsung guna mendengarkan keluhan-keluhan warga guna diselesaikan bersama. Dalam kurun waktu 2 (dua) tahun tersebut para pejabat di jajaran Pemerintah Kabupaten Mojokerto telah mengunjungi seluruh desa yang ada di Kabupaten Mojokerto.

Konsep Sambang Desa ini dibuat sedemikian rupa sehingga para pejabat Pemerintah Kabupaten Mojokerto tampak dekat dengan masyarakat. Dimulai dengan adanya hiburan rakyat dalam acara tersebut, yang bertujuan untuk menarik perhatian serta sebagai sarana hiburan bagi masyarakat dimana acara Sambang Desa tersebut dilaksanakan. Tidak hanya itu saja, Tumpeng juga disediakan dalam acara tersebut sebagai sarana juga untuk mendekatkan para pejabat dengan masyarakat. Tumpeng tersebut tidak hanya diserahkan sebagai konsumsi bagi para pejabat pemerintahan, namun tumpeng tersebut dimakan langsung ditempat bersama dengan masyarakat yang hadir.

Selain itu dalam acara tersebut juga diadakan sarasehan guna menjaring aspirasi masyarakat guna meningkatkan pembangunan infrastruktur di desanya. Dalam kajian komunikasi, hal ini dapat dikatakan sebagai komunikasi pembangunan, sebab terdapat dua belah pihak yang berkomunikasi mengenai pembangunan, dalam hal ini Pemerintah dan

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

masyarakat sebagai pihak yang terlibat dalam pembangunan. Seperti halnya dalam definisi Komunikasi Pembangunan, merupakan segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat luas.[3] Dalam acara Sambang Desa ini pembangunan yang nantinya direalisasikan bukan berasal dari pemerintah melainkan berasal dari masyarakat sendiri. Pembangunan tersebut dihasilkan dari dialog atau sarasehan bersama antara Pemerintahan Kabupaten Mojokerto dengan warga desa dimana acara Sambang Desa berlangsung.

Upaya-upaya yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Mojokerto diatas dilakukan untuk mengkonstruksi masyarakat guna mendapatkan nilai positif di kalangan masyarakat. Hal ini bisa dikatakan Pemerintah Kabupaten Mojokerto melakukan *branding*. *Branding* merupakan Upaya dan proses untuk memperkenalkan *brand* hingga *brand* itu dikenal, diakui, dan digunakan oleh khalayak.[4] Dalam hal ini *brand* dari Pemerintah Kabupaten Mojokerto sebagai pemerintah yang dekat dengan warganya melalui pelayanan-pelayanan dan pembangunan infrastruktur yang coba dibentuk agar mendapatkan pengakuan dan kepercayaan dari masyarakat.

Dalam paparan diatas terdapat dua proses yaitu komunikasi pembangunan dan konstruksi *branding* yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Mojokerto. Dari kedua proses tersebut peneliti menarik judul

---

[3] Zulkarimein Nasution, *Komunikasi Pembangunan; Pengenalan Teori dan Penerapannya*, (Jakarta, PT. RajaGrafindo Persada, 1996), h. 92.
[4] Dewi Haroen, *Personal Branding (Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik)*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 6.

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

Konstruksi *Branding* Pemerintah Kabupaten Mojokerto dalam Acara Sambang Desa Perspektif Komunikasi Pembangunan. Jadi Konstruksi *Branding* tersebut dilihat dari perspektif Komunikasi Pembangunan atau Konstruksi *Branding* dalam perspektif Komunikasi Pembangunan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah Komunikasi Pembangunan dari Pemerintah Kabupaten Mojokerto untuk membentuk *brand* Pemerintah Kabupaten Mojokerto di kalangan masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian Konstruksi Branding Pemerintahan Kabupaten Mojokerto dalam Acara Sambang Desa Perspektif Komunikasi pembangunan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah upaya Pemerintah Kabupaten Mojokerto dalam melakukan Konstruksi *Branding* melalui Acara Sambang Desa?
2. Bagaimanakah bentuk komunikasi pembangunan Pemerintah Kabupaten Mojokerto pada acara Sambang Desa?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Adapun tujuan penelitian Konstruksi *Branding* dalam Acara Sambang Desa Perspektif Komunikasi Pembangunan ini adalah sebagai berikut:

   a. Mengetahui upaya Pemerintah Kabupaten Mojokerto dalam melakukan Konstruksi *Branding* melalui Acara Sambang Desa..
   b. Mengetahui bentuk komunikasi pembangunan Pemerintah

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

Kabupaten Mojokerto pada acara Sambang Desa.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Apabila dilihat dari segi manfaat teoritis, penelitian ini dapat memperkaya referensi dan pembedaharaan kepustakaan bagi pengembangan Ilmu Pengetahuan, khususnya bagi program studi Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi pembangunan dan *branding*.

b. Manfaat Praktis

Sedangkan apabila dilihat dari segi manfaat praktisnya, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1) Dapat digunakan untuk menganalisis Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Mojokerto.
2) Dapat digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis Acara Sambang Desa**.**
3) Secara tidak langsung dapat digunakan sebagai hasil dari kritik dan saran terhadap Pemeritah Kabupaten Mojokerto.

D. Kajian Pustaka Terdahulu

Adapun hasil penelitian terdahulu yang masih relevan dengan penelitian ini telah dilakukan oleh saudara Danus Ardiansyah dengan judul Kampung Bahasa Sebagai *City Branding* Kota Pare Kediri (Studi kualitatif

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

Komunikasi Pemerintahan Kabupaten Kediri).[5] Penelitian ini membahas komunikasi pemerintah guna membentuk Kampung Bahasa di Kota Pare sebagai *City Branding* dari Kabupaten Kediri. Dengan kata lain penelitian ini mengkaji tentang upaya-upaya *branding* dari suatu kota, yaitu Kabupaten Kediri. Selain itu *branding* disini digunakan untuk menarik wisatawan guna mengunjungi Kota Pare melalui Kampung Bahasanya. Dalam penelitian ini lebih menekankan pada upaya *branding* kota sebagai destinasi pariwisata. Dalam hal ini Pemerintah Kediri telah melakukan komunikasi bermedia, bekerja sama dengan pengusaha *tour and travel*, membuat slogan dan logo guna menyambut wisatawan dan juga memperkenalkan Kampung Bahasa sebagai *icon* wisata Kabupaten Kediri. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan adalah mengkaji tentang *branding* suatu Pemerintahan yaitu Pemerintah Kabupaten Mojokerto dalam acara Sambang Desa guna menarik kepercayaan dan mempengaruhi masyarakatnya dari sudut pandang komunikasi pembangunan. Jadi penelitian ini lebih menekankan pada upaya *branding* yang bertujuan untuk membangun kepercayaan dan kepuasan warga terhadap pemerintahan melalui pembangunan.

Untuk penelitian tentang komunikasi pembangunan telah dilakukan oleh Athok Moh Nur Rozaqi, dengan judul Sosialisasi Kebijakan Pembangunan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro Kepada Masyarakat : Studi Model Komunkasi Pembangunan. Penelitian ini membahas tentang model komunikasi pembangunan pemerintah Kabupaten Bojonegoro

[5] Danus Ardiansyah, Kampung Bahasa Sebagai *City Branding* Kota Pare Kediri (Studi kualitatif Komunikasi Pemerintahan Kabupaten Kediri), Skripsi, Prodi Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014.

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 mensosialisasikan kebijakan pembangunan kepada masyarakat. Adapun hasil penelitian ini bahwa model komunikasi yang diterapkan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dalam mensosialisasikan kebijakan pembangunan adalah dengan model komunikasi dialogis dan bermedia.[6] Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti ini, nantinya lebih membahas komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Mojokerto guna melakukan konstruksi *brand* dari pemerintah Kabupaten Mojokerto itu sendiri.

E. Definisi Konsep

1. Komunikasi Pembangunan

Menurut Zulkarimein Nasution, komunikasi pembangunan dapat dilihat dalam arti luas dan arti sempit. Dalam arti luas, komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai aktivitas pertukaran pesan secara timbal-balik) diantara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara komunikasi pemerintah kepada masyarakat.[7] Dalam hal ini bukan hanya dalam proses pembangunan saja, melainkan dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan itu sendiri. Sedangkan dalam arti sempit, komunikasi pembangunan merupakan segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak

[6] Rozaqi, Athok Moh Nur, Sosialisasi Kebijakan Pembangunan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro Kepada Masyarakat : Studi Model Komunkasi Pembangunan, Skripsi, Prodi Ilmu Komunikasi, IAIN Sunan Ampel, 2009.

[7] Zulkarimein Nasution, *Komunikasi Pembangunan; Pengenalan Teori dan Penerapannya*, (Jakarta, PT. RajaGrafindo Persada, 1996), h. 92.

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 memprakarsai pembangunan kepada masyarakat luas.[8] Dalam arti sempit ini kegiatan komunikasi pembangunan bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartipasi dalam melakasanakan pembangunan.

Keberhasilan pembangunan berawal dari adanya komunikasi dalam pembangunan. Komunikasi memiliki peran dalam pelaksanaan pembangunan. Hedebro mengidentifikasi tiga aspek komunikasi dan pembangunan yang berkaitan dengan tingkat analisanya, yaitu :[9]

a. Pendekatan yang berfokus pada pembangunan suatu bangsa, dan bagaimana media massa dapat menyumbang dalam upaya tersebut. Di sini, politik dan fungsi-fungsi media massa dalam pengertian yang umum merupakan objek studi, sekaligus masalah-masalah yang menyangkut struktur organisasional dan pemilikan, serta kontrol terhadap media. Untuk studi jenis ini, sekarang digunakan istilah kebijakan komunikasi dan merupakan pendekatan yang paling luas dan bersifat general (umum).
b. Pendekatan yang juga dimaksudkan untuk memahami peranan media massa dalam pembangunan nasional, namun lebih jauh spesifik. Persoalan utama dalam studi ini adalah bagaimana media dapat dipakai secara efisien, untuk mengajarkan pengetahuan tertentu bagi masyarakat suatu bangsa.
c. Pendekatan yang berorientasi kepada perubahan yang terjadi pada suatu komunitas lokal atau desa. Studi jenis ini mendalami

[8] *Ibid.*
[9] *Ibid.*, h. 79.

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

bagaimana aktivitas komunikasi dapat dipakai untuk mempromosikan penerimaan yang luas akan ide-ide dan produk baru.

Dalam pembangunan, komunikasi berperan penting, tidak hanya menginformasikan pembangunan saja, melainkan komunikasi memiliki 12 (dua belas) peranan dalam pembangunan, seperti halnya yang disampaikan Hedebro (1979). Mulai dari komunikasi dapat membentuk iklim perubahan, komunikasi dapat mengajarkan keterampilan, hingga komunikasi dapat mempermudah perencenaan dan implementasi program-program pembangunan.[10]

Dalam penelitian ini, dalam setiap acara Sambang Desa terdapat komunikasi pembangunan yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Mojokerto guna membentuk *brand* dari Pemerintah Kabupaten Mojokerto. Bagaimana proses komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Mojokerto guna menyampaikan tujuan sebenarnya dan menyerap aspirasi dari masyarakat.

2. Konstruksi *Branding*

Konstruksi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, diartikan sebagai susunan (model, tata letak) suatu bangunan atau susunan dan hubungan kata dalam kelompok kata. Sedangkan menurut kamus komunikasi, definisi konstruksi adalah suatu konsep, yakni abstraksi sebagai generalisasi dari hal-hal yang khusus, yang dapat diamati dan

[10] *Ibid.*, h. 86.

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

diukur.

Branding berasal dari *kata Brand. Brand* adalah adalah segala sesuatu yang terkait dengan perusahaan, produk, atau layanan – semua atribut, baik yang berwujud maupun tidak berwujud. *Brand* disini menjadi pembeda antara unsur yang satu dengan yang lainnya.[11] Kini *Brand* tidak hanya disangkutpautkan pada barang saja, melainkan kepada pemilik barang tersebut, ataupun individu (manusia), atau bahkan pada pelayanan umum. Setiap individu maupun organisasi memiliki *Brand* dirinya masing-masing dan berbeda dengan yang lainnya. Idealnya, *Brand* akan menjadi kepribadian, karakter dan jiwa perusahaan. *Brand* akan menjadi perwujudan kepercayaan, antisipasi kualitas dan performa, serta yang paling penting, perasaan bahwa ini adalah identitas yang ingin ditunjukkan kepada khalayak. Dalam *Brand* inilah terdapat daya tarik disetiap pemiliknya.

Satu hal yang harus dipahami adalah, hidup dalam masyarakat yang berorientasi sensorik. Jadi, sangat terbiasa mengait-kaitkan nama, kata ataupun simbol tertentu dengan harapan kualitas, konsistensi, layanan pelanggan dan lainnya. Hal ini perlu dipahami Sebab, hal itu akan sangat membantu dalam membuat *Brand* yang baik. Idealnya, *Brand* akan menjadi kepribadian, karakter dan jiwa perusahaan atau orgnisasi. *Brand* akan menjadi perwujudan kepercayaan, antisipasi kualitas dan performa, serta yang paling penting, perasaan bahwa ini adalah identitas yang ingin ditunjukkan

[11]Dewi Haroen, *Personal Branding (Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik)*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 6.

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

kepada pelanggan.[12]

Brand bisa diartikan sebagai penjumlahan total dari keseluruhan pengalaman pengguna terhadap sebuah produk ataupun layanan tertentu, membangun reputasi dan harapan kedepan yang menguntungkan. Tentunya hal ini terkait dengan kepercayaan yang diberikan oleh Pemerintah kepada masyarakatnya. Elemen-elemen yang menentukan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sebuah *brand* Pemerintah Kabupaten Mojokerto adalah Janji yang diberikan sesuai dengan kenyataan walaupun hal ini tidak dinyatakan dengan jelas, tetapi menjadi salah satu faktor utama kesuksesan sebuah *brand*.

Menurut Hammond, Selain itu *brand* mampu mewakili lebih dari sebuah fakta, hubungan rasional terhadap sebuah produk maupun layanan. *Brand* hadir diantara batas alasan yang masuk akal hingga sampai kepada emosi. Emosi adalah sekumpulan struktur psikologis atau kerangka acuan yang dibentuk dan diwujudkan dalam pikiran dan dipicu oleh pengalaman tertentu. Menurut para ahli, emosi berbeda dengan perasaan. Emosi dianggap sebagai pembangkit perasaan. Salah satu kunci untuk membangun sebuah *brand* adalah mengindentifikasi dan memengaruhi pemicu emosi dalam proses pembelian dengan membangun perasaan positif tentang sebuah produk atau layanan.

Agar setiap *brand* dapat diterima dan meresp kuat di hati khalayak sesuai dengan harapan maka dibutuhkan upaya dengan proses terus menerus untuk menancapkan brand itu ke hati publik

[12]*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

dengan berbagai cara. Upaya dan proses inilah yang biasa disebut *branding*. *Branding* sebagai upaya untuk memperkenalkan produk hingga produk itu dikenal, diakui, dan digunakan oleh khalayak. *Branding* kerap dilakukan guna memberi konteks yang jelas akan "sesuatu". *Branding* dilakukan dengan maksud untuk menciptakan pencitraan yang sesuai dengan apa yang diinginkan.

Bisa disimpulkan Konstruksi *Branding* adalah upaya-upaya mengkonstruksi (mulai memperkenalkan, mempengaruhi, hingga membentuk image) khalayak terhadap suatu Brand, baik berupa organisasi, perusahaan, maupun individu agar dapat diterima dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

3. Sambang Desa

Kegiatan Sambang Desa merupakan agenda Pemerintah Mojokerto untuk lebih mendekatkan diri kepada masyarakatnya, sehingga terjalin silaturahmi yang erat antara pemerintahan dan rakyatnya. Selain itu Sambang Desa mempunyai tujuan untuk menjelaskan program kerja dan guna memperlancar pembangunan di seluruh desa dalam naungan Pemerintah Daerah, Kabupaten Mojokerto. Untuk itu, Sambang Desa dibuat dalam suasana yang santai dan tidak formal, sehingga warga dapat mengenal lebih dekat Bupati dan SKPD-SKPD dalam lingkup Pemerintahan Kabupaten Mojokerto. Dalam setiap acara Sambang Desa ini, selain bupati yang hadir, beliau juga didampingi oleh pejabat SKPD di tingkatan Pemerintahan Kabupaten Mojokerto. Suasana yang santai akan

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

memudahkan warga untuk menyampaikan aspirasinya kepada saya ataupun para pejabat daerah yang ikut dalam rombongan saya ini. Jadi, jika ada uneg-uneg segera sampaikan," seperti yang dilansir BeritaTrans9.com

Untuk menambah keakraban dan kemeriahan acara Sambang Desa, disediakan pula hiburan, mulai dari orkes melayu, pementasaan wayang kulit.Selain itu juga disiapkan pula tumpeng, guna dimakan oleh semua pengunjung.

F. Kerangka Pikir Penelitian

Teori yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan pemikiran untuk menjelaskan realitas konstruksi *branding* Pemerintah Kabupaten Mojokerto dalam Acara Sambang Desa Perspektif Komunikasi Pembangunan secara subyektif. Peneliti mencoba menjelaskan dari prespektif teori-teori tersebut dan menggabungkan/meng-kombinasikan antara satu dengan yang lain. Adapaun teori yang dijadikan peneliti sebagai pendekatan adalah Teori Difusi Inovasi

Difusi Inovasi merupakan kegiatan mengubah masyarakat melalui penyebarserapan ide-ide dan hal-hal yang baru. Difusi merupakan suatu bentuk khusus komunikasi yang membahas pesan-pesan yang berupa ide-ide atau gagasan-gagasan baru.[13] Sedangkan inovasi diartikan sebagai hal-hal, ide-ide, gagasan-gagasan baru. Dalam masyarakat yang sedang membangun, penyebarserapan (difusi) inovasi terjadi terus-menerus, dari

[13] Zulkarimein Nasution, *Komunikasi Pembangunan; Pengenalan Teori dan Penerapannya*,.....h. 109.

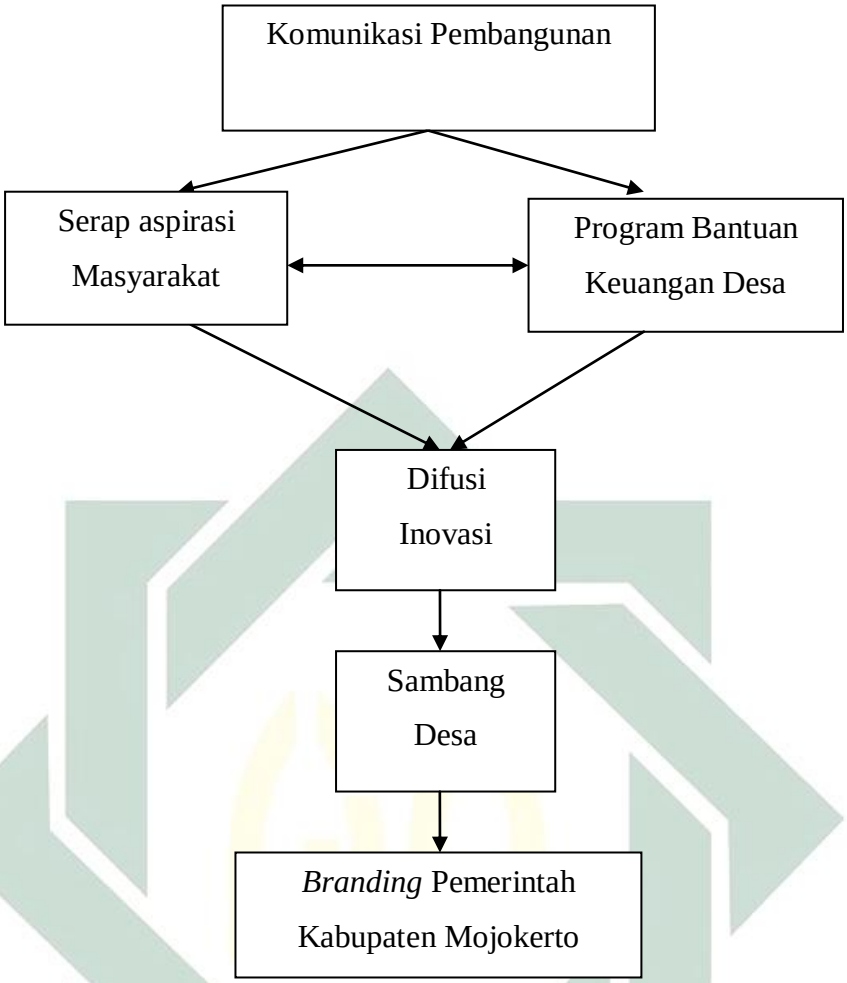
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sutau tempat ke tempat lain, dari suatu waktu ke kurun waktu yang berikutnya, dan dari bidang tertentu ke bidang lainnya.

Masuknya inovasi ke tengah suatu sistem sosial terutama karena terjadinya komunikasi anatar anggota masyarakat, atau antar masyarakat. Komunikasi menjadi faktor yang penting untuk terjadinya perubahan sosial. Melalui saluran-saluran komunikasilah terjadi pengenalan, pemahaman, dan penilaian, yang kelak akan menghasilkan penerimaan ataupun penolakan terhadap suatu inovasi. Dalam penelitian ini, Dalam acara Sambang desa dianggap terjadi proses difusi inovasi antara masyarakat dan pemerintah, ataupun sebaliknya.

Berikut merupakan skema kerangka pikir penelitian ini, dalam kerangka ini peneliti mulai meneliti tentang komunikasi pembangunan. Dalam komunikasi pembangunan terdapat proses komunikasi dan pesan pembangunan. Dalam Acara Sambang Desa suatu komunikasi pembangunan proses komunikasi terjadi dalam serap aspirasi masyarakat dan pesan pembangunannya adalah berupa program bantuan keuangan desa. Proses serap aspirasi masyarakat yang terjadi berhubungan langsung dengan pesan pembangunan yaitu program bantuan keuangan desa. Proses serap aspirasi mengenai program bantuan keuangan desa ini dapat dilihat dalam sudut pandang teori difusi inovasi. Proses difusi inovasi ini juga terjadi dalam Acara Sambang Desa, dimana terdapat proses sebarserapan program bantuan keuangan desa. Proses difusi inovasi dalam Acara Sambang Desa akan menghasilkan suatu Konstruksi *Branding* Pemerintah Kabupaten Mojokerto.

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



Bagan 1.1

Kerangka Pikir Penelitian

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian yang berjudul menggunakan pendekatan deskriptif. Metode penelitian deskriptif adalah salah satu metode penelitan yang banyak digunakan pada penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu kejadian. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono, 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

desktiptif adalah sebuah penelitian yang bertujuan untuk memberikan atau menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual. Sedangkan, Sukmadinata menyatakan bahwa metode penelitian deskriptif adalah sebuah metode yang berusaha mendeskripsikan, menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi atau tentang kecenderungan yang sedang berlangsung.

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yan menghasilkan data-data berupa kata-kata deskriptif, tertulis, lisan, dan perilaku yang dapat diamati.[14] Jenis penelitian ini lebih mengerucut kepada pendeskriptif dari suatu proses bukan hasil, maka jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian yang dapat mengahasilkan data yang mendalam dan membutuhkan waktu yang lama. Penelitian kualitatif menyusun desain yang secara terus-menerus disesuaikan dengan kenyataan di lapangan, tidak harus menggunakan desain yang telah disusun secara ketat dan kaku.[15]

2. Subyek, Obyek dan Lokasi penelitian

   a. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah sesuatu, orang, benda, lembaga

[14] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011).h. 205.

[15] Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian Dalam perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004), h. 37.

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

atau organisasi yang sifat dan keadaanya akan diteliti. Atau dengan kata lain, sesuatu atau sesorang yang menjadi informan dalam penelitian. Dalam penelitian ini subyek penelitiannya adalah Bagian Pembangunan dan Sekretariat Daerah Kabupaten Mojokerto. Dikarenakan bagian ini yang menjadi Koordinator Acara Sambang Desa. Bagian Pembangunan merupakan bagian perencanaan kegiatan dan bertanggung jawab atas terselenggaranya acara Sambang Desa sampai tujuan acara tersebut terealisasikan.

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah komunikasi pembangunan yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Mojokerto guna membetuk *brand* dari Pemerintahan Kabupaten Mojokerto dalam Acara Sambang Desa.

c. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini berada di Kantor Pemerintahan Kabupaten Mojokerto, A. Yani No. 16, Mojokerto - Jawa Timur.

3. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Adapun jenis data dalam penelitian Konstruksi Branding Pemerintah Kabupaten Mojokero dalam Acara Sambang Desa dalam Perspektif Komunikasi Pembangunan ini ada dua, antara lain:

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) Data Primer

Data primer adalah data yang dapat menjawab fokus penelitian. Menurut S. Nasution, data primer adalah data yang dapat dikumpulkan langsung dari lapangan.[16] Peneliti menggunakan data ini untuk mencari informasi tentang komunikasi pembangunan yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Mojokerto guna membetuk *brand* dari Pemerintahan Kabupaten Mojokerto dalam Acara Sambang Desa.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dapat mendukung data primer. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber bacaan, baik dari majalah buku ataupun apa saja yang berkaitan dengan data primer. Peneliti menggunakan data ini untuk memperkuat data primer sehingga data yang dikumpulkan dapat dipercaya.

b. Sumber Data

Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu informan yang sudah dipilih peneliti, yang mengetahui fenomena tersebut. Sedangkan sumber data sekunder didapat dilapangan pihak-pihak yang mengerti tentang konsep Acara Sambang Desa, serta sumber-sumber lain seperti buku umum, internet yang membantu peneliti dalam melengkapi data.

[16]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,...*,h. 205.

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. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Wawancara

Teknik pengumpulan data yang pertama adalah dengan menggunakan teknik wawancara. Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu[17]. Maksud mengadakan wawancara ini untuk mengkonstruksikan suatu kejadian, organisasi, orang; memverifikasi, mengubah, dan memperluas informasi. Dengan teknik ini peneliti akan dapat meneriman informasi sedalam-dalamnya, sehingga informasi yang di dapat sangat memuaskan. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai lembaga atau individu yang bertanggung jawab atas acara Sambang Desa serta komunikasi pembangunan yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Mojokerto guna membetuk *brand* dari Pemerintahan Kabupaten Mojokerto dalam Acara Sambang Desa.

2) Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang ketiga adalah dokumentasi. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data

[17] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 72.

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

dengan menggunakan catatan peristiwa yang telah terjadi.[18] Hal ini dapat berupa foto, kebijakan, peraturan (AD/ART), maupun berita media massa yang berkaitan dengan acara Sambang Desa.

4. Tahap-tahap Penelitian

Dalam penelitian Konstruksi *Branding* Pemerintah Kabupaten Mojokerto dalam Acara Sambang Desa Perspektif Komunikasi Pembangunan ini, adapun tahap-tahapnya adalah sebagai berikut:

a. Pra Lapangan

Dalam tahap pra lapangan ini peneliti melakukan tahapan penyusunan proposal penelitian dan studi pustaka tentang konstruksi branding.

b. Lapangan

Di Lapangan peneliti melakukan tahapan pertama adalah pengumpulan data. Dalam pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah melakukan observasi beserta mencari informan. Setelah menemukan informan, kemudian peneliti melakukan proses wawancara. Dan yang tahapan terakhir adalah proses penganalisisan data.

c. Penulisan Laporan

Dalam tahapan terakhir ini, peneliti menyusun laporan dari data-data yang telah dianalisis dan diuji keabasahan datanya.

[18] *Ibid.*, h. 82.

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. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data model Miles dan Huberman. Perlu dipahamai proses analisis data pada penelitian kualitatif bersamaan dengan proses pengumpulan data. Dalam prespektif Miles dan Huberman, aktivitas penganalisisan data terbagi menjadi tiga tahap, yaitu:[19]

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, mencari tema dan pola dari semua data yang telah tercatat atau diterima. Data yang dikategorisasikan akan mempermudah peneliti dalam menyajikan data dan proses pengumpulan data selanjutnya.

b. Display Data (*Display Data*)

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Adapun cara mendisplay data dalam penelitian kualitatif adalah melalui teks naratif, namun tidak menutup kemungkinan dalam bentuk bagan yang disertai dengan sedikit penjelasan.

c. Kesimpulan (*Conclusion Drawing*/*Verification*)

Langkah terakhir dalam teknik analisis data menurut Miles dan Huberman adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dapat bersifat sementara ataupun tetap. Bersifat

[19]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*....., h. 246

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

sementara apabila kesimpulan masih membutuhkan bukti-bukti yang valid, sedangkan kesimpulan tetap apabila kesimpulan yang ditarik didukung dengan data-data yang valid. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah sebuah kesimpulan yang bersifat baru yang sebelumnya belum pernah ada atau bisa juga menyempurnakan yang telah ada.

6. Teknik Pengujian Keabsahan Data

Untuk mendapatkan data yang benar-benar valid dalam penelitia kualitatif, maka peneliti perlu melakukan teknik pengujian keabsahan data. Adapun teknik pengujian keabsahan data yang dilakukan oleh peneliti adalah triangulasi sebagai berikut:[20]

Triangulasi diartikan sebagai perpaduan dari tiga unsur data. Dalam hal ini peneliti dapat melakukannya dengan cara sebagai berikut:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber data ialah salah satu bagian uji kredibilitas data dengan cara mengecek kembali data yang telah diperoleh kepada sumber data peneliti.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi Teknik adalah salah satu bagian uji kredibilitas data yang telah diperoleh dengan cara mengecek kembali data yang diperoleh kepada sumber data yang sama

[20]*Ibid*., h. 270.

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

dengan teknik berbeda. Yang pada awalnya hanya dilakukan wawancarai, kemudian dicek kembali dengan observasi.

c. Triangulasi Waktu

Waktu terkadang dapat mempengaruhi data yang diperoleh peneliti.Maka dalam uji kredibilitas disertakan juga triangulasi waktu. Dimana peneliti mengecek kembali data yang diperoleh pad sumber data pada waktu yang berbeda, antara pagi, siang, ataupun sore, tentu dengan teknik yang berbeda pula.

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian Konstruksi *Branding* Pemerintah Kabupaten Mojokerto dalam Acara Sambang Desa dalam Perspektif Komunikasi Pembangunan adalah sebagai berikut:

Bab pertama berisi pendahuluan, bab ini berfungsi sebagai pola umum yang menggambarkan seluruh bahasan skripsi secara global, yang mencakup di dalamnya, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, kajian terdahulu, definisi konsep, kerangka pikir penelitian, dan metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab dua berisi tentang Kajian Teori, bab ini berisi tentang Kajian Pustaka dan Kajian Teori. Dalam Kajian Pustaka menggambarkan konsep komunikasi pembangunan, konstruksi *Branding*. Sedangkan dalam kajian teori membahas teori difusi inovasi.

Bab tiga berisi tentang temuan penelitian, bab ini membahas tentang subjek, objek, dan lokasi penelitian, serta temuan-temuan

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

penelitian yang membahas tentang bentuk komunikasi pembangunan dan konstruksi *branding* dalam acara Sambang Desa.

Bab empat berisi tentang analisis data, bab ini membahas tentang analisis mengenai konstruksi *Branding* Pemerintah Kabupaten Mojokerto dalam Acara Sambang Desa Perspektif Komunikasi Pembangunan serta konfirmasi data pada teori difusi inovasi.

Bab lima berisi penutup, bab ini mambahas tentang 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