

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna (Sugiono, 2013: 3).

Soejono (1999: 21) mengatakan bahwa dalam metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena. Metode penelitian deskriptif hanya bersifat terbatas untuk melukiskan apa yang ada sekarang dan hanya terbatas sampai pada taraf melukiskan saja.

Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini adalah penelitian yang mengkaji kualitas hubungan, kegiatan, situasi atau material dengan penekanan kuat pada

deskripsi menyeluruh dalam menggambarkan rincian segala sesuatu yang terjadi pada suatu kegiatan atau situasi tertentu.

Pada penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Oleh karena itu analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dan kemudian dapat dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori.

Penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan secara jelas dan faktual tentang strategi *marketing* politik Ridho Ficardo dan Bakhtiar Basri melalui media cetak pada pemilihan Gubernur Provinsi Lampung Periode 2014-2019.

## **B. Jenis Data**

Jenis data pada penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut:

1. Lofland dalam Moloeng (2006: 157) menyatakan data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari lapangan. Data primer penelitian ini adalah hasil wawancara mendalam yang dilakukan antara peneliti dan informan. Informan yang dipilih antara lain: Tim Pemenangan Ridho-Berbakhti, Asisten Redaktur Lampung Post, Pengamat Politik/Akademisi, 2 orang Pembaca Lampost dan 2 orang Radar Lampung.

2. Lebih lanjut Lofland dalam Moloeng (2006: 157) menyatakan data sekunder merupakan data yang diperlukan dalam penelitian ini untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari data primer. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data tambahan yang diperoleh dari sumber lain yang memiliki kaitan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah kumpulan artikel Harian Lampost dan Radar Lampung mengenai strategi *marketing* politik yang dilakukan oleh tim pemenangan.

### C. Fokus Penelitian

Moloeng (2006: 92) menyatakan fokus penelitian merupakan pedoman untuk mengambil data apa saja yang relevan dengan permasalahan penelitian. Fokus penelitian harus konsisten dengan permasalahan dan tujuan penelitian yang diterapkan terlebih dahulu.

Penelitian ini difokuskan pada strategi *marketing* politik yang dilakukan Ridho Ficardo-Bakhtiar Basri melalui media cetak pada pemilihan Gubernur Lampung periode 2014-2019. Penelitian ini difokuskan pada strategi *marketing* politik yang dilakukan oleh tim pemenangan dan kandidat, antara lain strategi pemilihan media, strategi *brand building* dan *tagline* serta menggunakan teori Harwood Childs dalam Ruslan (2007: 54-55) yang terdiri dari beberapa strategi untuk merancang suatu pesan dalam bentuk informasi atau berita, yaitu sebagai berikut:

1. *Strategy of publicity*

Melakukan kampanye untuk penyebaran pesan (*massage*) melalui proses publikasi suatu berita melalui kerjasama dengan berbagai media massa. Selain itu, dengan menggunakan taktik merekayasa suatu berita akan dapat menarik perhatian audiensi sehingga akan menciptakan publisitas yang menguntungkan.

2. *Strategy of persuasion*

Berkampanye untuk membujuk atau menggalang khalayak melalui teknik sugesti atau persuasi untuk mengubah opini *public* dengan mengangkat segi emosional dari suatu cerita atau artikel berlandaskan *humanity interest*.

3. *Strategy of argumentation*

Strategi ini biasanya dipakai untuk mengantisipasi berita negatif yang kurang menguntungkan (*negative news*), kemudian dibentuk berita tandingan yang mengemukakan argumentasi yang rasional agar opini publik tetap dalam posisi yang menguntungkan. Dalam hal ini, kemampuan *public relations* sebagai komunikator yang handal diperlukan untuk mengemukakan suatu fakta yang jelas dan rasional dalam mengubah opini publik melalui berita atau *statement* yang dipublikasikan.

4. *Strategy of images*

Strategi pembentukan berita yang positif dalam publikasi untuk menjaga citra lembaga atau organisasi termasuk produknya. Misalnya tidak hanya menampilkan segi promosi, tetapi bagaimana menciptakan publikasi

nonkomersial dengan menampilkan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial (*Humanity relations and sosial marketing*) yang menguntungkan citra bagi lembaga atau organisasi secara keseluruhan (*corporate image*).

#### **D. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian pada penelitian ini adalah di Kantor DPD Demokrat Lampung, Jl. Jenderal Sudirman No. 99 Bandar Lampung dan Kantor Harian Lampung Post, Jl. Soekarno-Hatta No. 108 Bandar Lampung.

#### **E. Informan**

Untuk memilih dan menentukan informan, peneliti mengacu pada teknik “*purposive sampling*”, di mana peneliti memilih informan yang dianggap tahu (*key informan*) dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mendalam dan mengetahui masalahnya secara mendalam.

Informan pada penelitian ini adalah Tim Redaksi Harian Lampung Post (Fadli Ramdan), Tim Sukses Ridho Ficardo yang menangani masalah publikasi (Fajrun Najah Ahmad), Pengamat Politik/Akademisi (Roby Cahyadi), pembaca Harian Lampung Post (Haris Wanda Wibowo dan Resti Yuliyanti) dan pembaca Harian Radar Lampung (Ety Nur Rahmawati dan Eka Rahmatul). Peneliti memilih informan-informan tersebut karena informan-informan tersebut adalah orang yang bekerja pada bidang jurnalistik, politisi atau akademisi serta pembaca yang merasakan dampak langsung dari strategi yang telah dilakukan media massa tersebut.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### 1. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini adalah data kumpulan artikel mengenai *marketing* politik pasangan Ridho Ficardo dan Bakhtiar Basri yang dimuat di Harian Lampung Post dan Radar Lampung Edisi 23 Maret sampai dengan 5 April 2014.

### 2. Wawancara

Penulis telah melakukan wawancara terhadap beberapa informan yaitu Fadli Ramdan (Asisten Redaktur Lampost) tanggal 3 Juni 2014, Fajrun Najah Ahmad (Tim Pemenangan Ridho-Berbakhti) tanggal 22 Mei 2014, Roby Cahyadi (Pengamat Politik/Akademisi) tanggal 4 Juni 2014, Ety Nur Rahmawati (Pembaca Radar Lampung) tanggal 5 Juni 2014, Resti Yuliyanti (Pembaca Lampost) tanggal 5 Juni 2014, Haris Wanda Wibowo (Pembaca Lampost) tanggal 27 Mei 2014 dan Eka Rahmatul (Pembaca Radar Lampung) tanggal 21 Mei 2014.

## **G. Teknik Pengolahan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data yang meliputi:

### 1. Editing

Data yang diedit dalam penelitian ini berupa data hasil wawancara dengan tim redaksi Harian Lampung Post dan Harian Radar Lampung,

tim sukses Ridho Ficardo dan Bakhtiar Basri di bidang publikasi, dan masyarakat pembaca Harian Lampung Post dan Radar Lampung.

## 2. Interpretasi

Interpretasi data dalam penelitian ini dilakukan dengan menafsirkan hasil wawancara kemudian dituangkan menjadi sebuah data.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Setelah penulis mendapatkan data-data dari lapangan, penulis harus terlebih dahulu mengkaji kelayakan datanya, dengan memilih data mana yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini.

### 2. *Display* (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

### 3. Verifikasi (Menarik Kesimpulan)

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas, sehingga

setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori.