

BAB III

METODE PENELITIAN

Bagian berikut menyajikan secara ringkas tentang (a) pendekatan penelitian, (b) tempat dan waktu penelitian, (c) data dan sumber data, (d) teknik pengumpulan data, (e) teknik pemeriksaan validitas data, dan (f) teknik analisis data.

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengkaji secara mendalam tentang perilaku bahasa persuasif para jurkam yang memiliki latar belakang sosial yang berbeda satu sama lain, tetapi secara politik memiliki tujuan yang sama, yaitu menarik simpati warga masyarakat agar bersedia memberikan dukungan terhadap pasangan calon yang ditawarkan. Untuk memahami makna perilaku bahasa persuasif yang dimaksud, peneliti memerlukan data-data kualitatif yang berupa wujud-wujud tuturan yang digunakan oleh para jurkam dalam kampanye, catatan-catatan yang diperoleh dari pengamatan lapangan dengan deskripsi kalimat yang rinci, lengkap, dan mendalam. Dalam hal ini peneliti tidak mengandalkan data berupa angka semata karena data tersebut dianalisis berdasarkan karakteristik masing-masing tuturan yang penuh nuansa makna dan diupayakan sedekat mungkin dengan bentuk aslinya seperti pada waktu pencatatan (Sutopo, 2006)

Secara umum pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian ‘kualitatif’ dalam bentuk ‘etnografi’. Sebagai bentuk penelitian etnografi, maka akar penelitiannya terfokus pada masalah-masalah antropologi (budaya) dan sosiologi (sosial) Wilson (1982). Lebih lanjut, Spradley (1980: 5-6) menjelaskan bahwa penelitian etnografi bertujuan mengungkap dan memahami perilaku, pengetahuan, atau budaya suatu masyarakat dari sudut pandang masyarakat pemilik budaya tersebut. Menurut Nunan (1992) penelitian etnografi juga dapat digunakan untuk mengkaji perilaku bahasa dalam kegiatan sosial kemasyarakatan sebagai system budaya melalui pengamatan yang terjadi pada situasi dan latar (*settings*) yang alami (*natural*).

Perilaku budaya dalam penelitian ini mengacu pada perilaku komunikasi persuasif dalam bentuk tuturan-persuasif. Oleh sebab itu, secara khusus penelitian ini dapat dikatakan sebagai ‘penelitian etnografi komunikasi’, yakni suatu penelitian yang kajiannya terfokus pada: (1) berbagai pola komunikasi, (2) cara-cara berkomunikasi, (3) berbagai komponen kompetensi komunikatif, (4) keterkaitan bahasa dengan lembaga sosial beserta

pandangan dunianya, (5) keuniversalan dan perbedaan linguistik dan sosial berbagai masyarakat tutur (Hymes dalam Ibrahim, 1994). Atas dasar pandangan tersebut, maka fokus penelitian ini tertuju pada (a) bentuk-bentuk tuturan, (b) cara-cara atau strategi para jurkam melakukan komunikasi persuasif dalam kegiatan kampanye seperti *mengajak*, *meminta*, *melarang*, dan *memberi saran* atau *nasihat* kepada audiens, dan (c) keterkaitan antara bentuk-bentuk tuturan yang digunakan oleh para jurkam dengan nilai-nilai sosial masyarakat setempat.

Ada beberapa alasan yang dapat dikemukakan peneliti terhadap pemilihan bentuk penelitian *etnografi* tersebut. *Pertama*, metode etnografi dapat memperlihatkan perilaku tindak-tutur dalam ‘tuturan-persuasif’ yang dibuat oleh setiap pasangan calon selama kampanye berlangsung, sehingga dapat diperoleh gambaran yang utuh tentang bagaimana perilaku tindak-tutur dalam ‘tuturan-persuasif’ tersebut. *Kedua*, metode etnografi menawarkan suatu cara pendokumentasian yang sistematis dan rinci tentang perilaku tindak-tutur dalam ‘tuturan-persuasif’ dari masing-masing pasangan calon sehingga dapat digunakan sebagai landasan untuk mengembangkan teori secara induktif (*grounded theory*). *Ketiga*, metode etnografi dapat menyingkap peran budaya dalam perilaku tindak tutur dalam ‘tuturan-persuasif’ yang dilakukan oleh masing-masing pasangan calon dan tim jurkam dalam kampanye sehingga dapat digunakan untuk mengkaji kesantunan yang terdapat di dalamnya.

Berdasarkan alasan-alasan yang diuraikan di atas, maka penelitian ini didesain untuk mencari dan mendeskripsikan *bentuk* dan *strategi* tindak-tutur yang memiliki makna persuasif, baik lisan maupun tulis. Bentuk dan strategi tindak-tutur dalam ‘tuturan-persuasif’ itu dikaji dan dianalisis lalu dideskripsikan secara pragmatik untuk mengetahui dampak positifnya terhadap nilai-nilai sosial budaya dan kesantunan yang berlaku dalam masyarakat. Selanjutnya peneliti mengkaji mengapa bentuk-bentuk ‘tuturan-persuasif’ yang digunakan oleh para jurkam tersebut berdampak positif terhadap nilai-nilai sosial budaya dan kesantunan para jurkam. Oleh sebab itu, bentuk penelitian ini lebih menekankan pada masalah proses dalam rangka menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah.

Penelitian etnografi dapat mencakup satuan sosial yang sangat sempit, seperti penelitian tentang bertutur sapa (*greetings*) di kalangan orang-orang tertentu, tetapi dapat pula mencakup satuan sosial yang sangat luas, seperti penelitian tentang masyarakat yang

sangat kompleks yang terdiri atas berbagai komunitas dan lembaga nasional. Penelitian etnografi dengan cakupan yang sempit disebut penelitian ‘etnografi mikro’, sedangkan penelitian etnografi dengan cakupan yang luas disebut penelitian ‘etnografi makro’. Menurut Spradley (1980), kedua bentuk penelitian tersebut merupakan dua ujung ekstrem suatu rentangan dalam penelitian etnografi. Di antara keduanya terdapat beberapa titik yang masing-masing menggambarkan luasnya cakupan penelitian etnografi.

Bertolak pada uraian di atas, maka penelitian yang dilakukan peneliti termasuk penelitian etnografi mikro yang hanya melibatkan situasi sosial tunggal (*single social situation*). Lingkup penelitian yang sempit tersebut berimplikasi pada jenis teori yang dihasilkan dalam penelitian ini, yaitu teori substantif. Teori ini merupakan proposisi atau konsep yang saling berhubungan, yang dibentuk dari aspek populasi, latar, atau waktu tertentu yang relatif sempit, yakni teori-teori yang dikembangkan untuk menjelaskan perilaku tindak-tutur dalam tuturan-persuasif selama kegiatan kampanye politik dimaksud.

Selain alasan-alasan yang dikemukakan di atas, peneliti memilih bentuk penelitian etnografi ini, karena permasalahan yang diteliti memerlukan informasi-informasi yang bersifat kualitatif. Bentuk penelitian kualitatif memerlukan deskripsi yang cermat dan penuh nuansa, sehingga jenis informasi yang dikumpulkan, tidak disajikan dalam bentuk angka.

Namun demikian, karena penelitian kualitatif memunyai paradigma bahwa data kuantitatif dapat digunakan sebagai landasan atau pendukung untuk menarik simpulan yang memberikan makna yang tersirat dalam jumlah penghitungan secara statistik, maka penyajian data dalam bentuk angka dalam penelitian ini masih diperlukan. Dengan merujuk pada permasalahan-permasalahan yang sudah diteliti dan dikaji, maka strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus tunggal.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Pasuruan Jawa Timur dari bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2008 silam. Pemilihan lokasi ini didasari atas pertimbangan-pertimbangan yang meliputi (a) faktor kepraktisan (b) faktor keekonomisan. Pertimbangan kepraktisan dimaksudkan agar penelitian yang dilaksanakan di daerah ini dapat berjalan dengan tertib dan lancar sesuai dengan waktu yang direncanakan. Kegiatan-kegiatan menjelang Pilkada yang digelar oleh KPUD (Komisi Pemilihan Umum Daerah) setempat,

praktis dapat diikuti secara menyeluruh oleh peneliti, mengingat lokasi tersebut tidak jauh dari tempat tinggal peneliti. Pertimbangan yang demikian ini, dapat memudahkan peneliti untuk melibatkan diri dalam kegiatan atau *event-event* tertentu dalam rangka penyediaan data. Selain pertimbangan tersebut, lokasi penelitian juga dapat memudahkan peneliti untuk mengkaji konteks tuturan yang dibuat oleh para penutur karena peneliti adalah warga asli daerah ini, yang sudah kental dengan tradisi dan budaya masyarakat setempat. Dengan demikian, maka ragam bahasa yang digunakan oleh penutur dan lawan-tutur di lokasi penelitian ini dapat dipahami dengan mudah.

Adapun pertimbangan keekonomisan dimaksudkan agar biaya yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dihemat seminim mungkin. Pertimbangan ini dibuat mengingat dana yang disediakan dalam penelitian ini sangat terbatas. Selain penghematan dana, penghematan waktu juga perlu dipikirkan. Dengan mengambil lokasi di daerah sendiri, diharapkan peneliti dapat mendatangi semua kegiatan yang diadakan oleh masing-masing pasangan calon secara keseluruhan. Disamping itu, peneliti dapat mewawancarai para *informan* yang diperlukan dengan mudah. Dengan demikian, waktu yang tersedia dapat dimanfaatkan seefektif dan seefisien mungkin.

Penelitian ini dilaksanakan dalam tiga tahap selama tiga bulan, yakni bulan Maret Minggu ke tiga sampai dengan bulan Juni 2008 minggu ke dua. Tahap *pertama* adalah masa pra kampanye, yakni kegiatan-kegiatan yang dihadiri oleh masing-masing pasangan calon sebelum memasuki kampanye inti. Kegiatan ini menurut peneliti, merupakan bentuk kampanye terselubung yang dilakukan oleh tim pendukung pasangan tertentu. Dinamakan kampanye terselubung karena pelaksanaannya *nebeng* pada kegiatan-kegiatan sosial seperti peringatan hari-hari besar keagamaan, jam'iyah pengajian rutin dan lain-lain. Tahap *kedua* adalah masa kampanye inti yang dilaksanakan selama dua minggu sebelum pemungutan suara, yakni minggu pertama dan ke dua bulan Mei 2008. Tahap *ketiga* adalah masa pemungutan suara sampai dengan pengumuman hasil pemungutan suara oleh KPUD kabupaten Pasuruan. Waktu pelaksanaan tersebut tidak termasuk waktu yang digunakan untuk kegiatan analisis data dan penulisan laporan penelitian ini.

Gambaran wilayah Pasuruan secara geografi dan demografi dapat dijelaskan sebagai berikut. (a) Wilayah timur merupakan daerah pesisir laut, berbatasan dengan kabupaten Probolinggo, masyarakatnya sebagian besar bekerja sebagai nelayan. (b) Wilayah tenggara dan selatan adalah daerah pegunungan yang berbatasan dengan

kabupaten Malang dan Batu. Masyarakat yang tinggal di kawasan ini sebagian besar bercocok tanam utamanya agribisnis karena wilayah yang dekat dengan gunung Bromo ini memiliki tanah yang subur dan cuaca dingin. (c) Wilayah Pasuruan barat merupakan kawasan industri sehingga masyarakatnya banyak bekerja sebagai karyawan perusahaan. (d) Wilayah utara, kawasan ini berbatasan dengan kabupaten Sidoarjo yang sebagian besar adalah kawasan industri sehingga masyarakatnya banyak bekerja sebagai karyawan perusahaan. Sebagian kecil mereka yang tinggal di perkotaan bekerja sebagai pedagang dan pengrajin mebel (*furniture*).

Dari sudut pandang sosial politik sebagian besar mereka lebih menyukai parpol-parpol yang berbasis keagamaan, seperti PPP dan PKB. Kedua parpol tersebut secara historis merupakan parpol pemenang pemilu di kabupaten Pasuruan. Pada zaman orde baru suara terbesar didominasi oleh PPP sedangkan pada zaman reformasi didominasi oleh PKB. Tingginya suara PPP dan PKB tersebut mengindikasikan masyarakat Pasuruan sebagai masyarakat agamis. Hal ini bisa jadi dikarenakan oleh pengaruh kehidupan keagamaan di wilayah tersebut. Sebab, sebagian besar masyarakatnya tinggal di lingkungan pesantren. Nuansa kehidupan beragama tersebut berimbas terhadap kehidupan sosial politik masyarakatnya. Menurut pengamatan peneliti, apresiasi masyarakat Pasuruan terhadap Parpol yang berbasis keagamaan masih cukup tinggi. Hal ini tidak lepas dari peran para kiai yang merupakan tokoh dan sosok pemimpin non-formal yang fatwanya masih dipegang teguh.

C. Data dan Sumber Data

Data tuturan-persuasif yang diperlukan dalam penelitian ini adalah (a) berbagai unit tuturan baik lisan maupun tulisan yang mengandung tuturan-persuasif, (b) berbagai kata, frasa atau ungkapan yang digunakan untuk membujuk lawan-tutur, (c) informasi tentang tuturan yang mengandung nilai persuasif dari informan yang kompeten di bidang tersebut, (d) informasi tentang nilai-nilai budaya dan pengetahuan budaya warga setempat baik yang bersifat eksplisit maupun implisit, yang dapat memberi makna budaya terhadap perilaku kesantunan berbahasa utamanya dalam menggunakan tuturan persuasif. Data tuturan atau informasi yang sebagaian besar berbentuk kata-kata, ungkapan dan/atau ujaran persuasif tersebut digali dari berbagai sumber yang disebutkan sebagai berikut.

1. Kegiatan Rapat Umum

Data yang dapat diperoleh melalui kegiatan rapat umum ini adalah ragam bahasa lisan. Data ini dapat dijaring dari seluruh pidato kampanye yang disampaikan oleh para jurkam pasangan calon nomor dua dan tiga. Untuk kepentingan ini, peneliti mendatangi lokasi kegiatan kampanye yang digunakan sebagai tempat penyelenggaraan kegiatan, dan menyaksikan langsung pidato kampanye yang disampaikan oleh jurkam dari masing-masing pasangan calon. Agar pidato kampanye yang disampaikan oleh para jurkam dan masing-masing pasangan calon dapat dijadikan sebagai bukti autentik dan bertahan lama, maka pidato-pidato tersebut direkam dengan menggunakan *tape recorder* lalu diarsipkan.

2. Kegiatan Penggalangan Massa

Penggalangan massa yang diadakan di tempat-tempat umum seperti pasar, pabrik atau perusahaan, rumah makan dan lain-lain merupakan teknik kampanye yang sering digunakan oleh masing-masing pasangan calon. Kegiatan ini bertujuan untuk mendekati calon pemilih agar mereka bersedia menaruh simpati kepada pasangan calon. Data yang dapat dikumpulkan melalui kegiatan ini juga berupa ragam bahasa lisan yang digunakan oleh masing-masing pasangan calon atau yang mewakili. Kegiatan ini merupakan sumber data yang sangat penting dalam kegiatan pengumpulan data. Dalam kegiatan ini para pasangan calon juga menyampaikan pesan-pesan persuasif kepada khalayak, terkait dengan pencalonannya. Disamping menyampaikan pesan persuasif, pasangan calon juga melakukan tindakan-tindakan persuasif berupa pemberian hadiah mulai dari yang terkecil sampai yang terbesar. Dengan demikian, perilaku pasangan calon dan massa pemilih dapat dideteksi melalui kegiatan tersebut.

3. Informan

Informan adalah orang-orang yang dianggap mengetahui tentang peristiwa yang terjadi di lapangan. Data yang dapat dijaring melalui informan ini adalah data yang berkaitan dengan ‘tuturan’ yang memiliki kandungan persuasif dan kesantunan bahasa. Data ini digunakan untuk kelengkapan analisis data yang terkait dengan strategi ‘tuturan-persuasif’ dan kesantunan bahasa. Oleh sebab itu, informan yang dijadikan sumber data adalah orang-orang yang memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan dalam penelitian ini.

Untuk kepentingan ini peneliti mendatangi orang-orang tertentu yang dianggap mengetahui seluk beluk kegiatan kampanye yang dilakukan oleh masing-masing pasangan calon dan tim jurkamnya. Menurut Sudaryanto (1988: 28-32) syarat-syarat informan yang baik adalah (a) *normal*, baik secara lahiriyah yang menyangkut artikulasi maupun secara kejiwaan yang menyangkut akal budi, (b) *dewasa* dan belum renta dengan umur antara 20 sampai 50 tahun, (c) *cerdas* dan kreatif karena dengan kecerdasan dan kreatifitasnya dapat dimungkinkan adanya perolehan data yang beraneka yang menunjukkan keanekaan tipe penggunaannya, (d) *jujur* bukan orang yang secara kejiwaan dikuasai oleh teori karena dengan kejiwaan yang demikian, dikhawatirkan akan memberikan data yang palsu, yaitu data yang logis menurut teori, bukan data yang didasarkan pada kejadian secara empiris. Terkait dengan persyaratan tersebut maka informan yang diperlukan dalam penelitian ini adalah tokoh masyarakat (pimpinan parpol dan ormas) masing-masing 1 orang, tim *jurkam* setiap pasangan calon masing-masing 1 orang, dan pengamat politik 2 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan jenis dan sumber data yang dikemukakan di atas, maka peneliti dapat menjangkau data yang diperlukan dengan cara menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut.

1. Teknik Simak

Teknik ini dilakukan peneliti dengan cara menyimak peristiwa tutur yang terjadi dalam pidato kampanye sebanyak tiga kali dan dialog interaktif satu kali. Peristiwa tutur tersebut, dilakukan oleh tim jurkam dan masing-masing pasangan calon di depan *audiens* ketika berpidato, dan kegiatan penyampaian visi dan misi yang dihadiri oleh para tokoh masyarakat. Di dalam menyimak peristiwa tutur ini, peneliti tidak melibatkan diri dalam kegiatan percakapan tetapi hanya mengamati dan mencatat ujaran-ujaran yang digunakan oleh pembicara dan atau nara sumber dalam kegiatan dialog. Di dalam kegiatan menyimak ini peneliti menggunakan alat perekam suara (*tape recorder*) agar ujaran-ujaran dalam pidato atau dialog tersebut dapat terekam secara keseluruhan. Kemudian, hasil rekaman tersebut ditranskrip, dianalisis untuk dijadikan data penelitian dengan melibatkan kajian pragmatik.

2. Mencatat Dokumen (*Content Analysis*)

Teknik ini dimaksudkan untuk mengecek data yang bersumber dari dokumen atau arsip yang tersimpan dalam file atau hasil rekaman pidato yang berhasil dikumpulkan. Dengan melakukan pengecekan tersebut peneliti dapat mengidentifikasi bentuk dan strategi ‘tuturan-persuasif’ baik yang digunakan dalam pidato kampanye atau dialog, maupun teks-teks tertulis yang digunakan pada spanduk, baliho, brosur, dan lain-lain.

Data berupa teks yang terkumpul dipilah-pilah menurut objek yang diteliti, lalu dicatat dalam kartu data untuk dimasukkan ke dalam file data, agar dapat dianalisis sesuai kebutuhan dengan kategori-kategori yang telah ditentukan.

Dengan menggunakan teknik tersebut maka terkumpullah data tuturan-persuasif dari bahasa lisan dan bahasa tulis yang digunakan oleh tim jurkam dan masing-masing pasangan calon selama kegiatan kampanye berlangsung.

3. Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara tersebut dilakukan secara terbuka terhadap *informan* atau pihak-pihak yang terlibat di dalam kegiatan kampanye, yaitu tim jurkam dari pasangan calon yang mendapat suara terbanyak dan pasangan calon yang mendapat suara paling sedikit. Wawancara juga dilakukan terhadap para pasangan calon dan tokoh-tokoh masyarakat yang memiliki kemampuan di bidang kebahasaan. Wawancara ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang apa yang dikemukakan, dirasakan, dilakukan, dan apa saja yang diketahui oleh pihak yang diwawancarai (Patton, 1983: 246) dalam Sutopo (1995). Dalam wawancara ini, pihak yang diwawancarai diberi pertanyaan terkait dengan bentuk, strategi dan nilai-nilai sosial budaya/kesantunan tuturan-persuasif yang digunakan dalam kampanye. Jawaban yang diberikan oleh pihak yang diwawancarai, dicatat di dalam buku wawancara, kemudian dianalisis.

Hasil wawancara tersebut, diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana bentuk, strategi dan kesantunan tuturan-persuasif yang dilakukan oleh para pembicara dalam pidato kampanye. Dengan demikian, teknik wawancara ini diharapkan dapat membantu peneliti untuk mendapatkan gambaran bagaimana bentuk dan strategi ‘tuturan-persuasif’ tersebut. Selain itu, peneliti juga mendapatkan data pendukung untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesantunan ‘tuturan-persuasif’ yang digunakan dalam kegiatan kampanye.

Berdasarkan data-data yang diperoleh dengan menggunakan ketiga teknik (penyimpanan, pencatatan dokumen dan wawancara) itu, peneliti membuat transkrip data berupa bentuk dan strategi tuturan-persuasif yang terjaring. Transkrip tersebut kemudian disimpan sebagai data base dalam korpus data. Data base tersebut digunakan sebagai bukti autentik yang dapat digunakan untuk menentukan validitas data.

E. Teknik Pemeriksaan Validitas Data

Pemeriksaan validitas data merupakan upaya peneliti untuk meyakinkan dan memantapkan dirinya bahwa data yang dikumpulkan benar-benar valid dan dapat dipercaya. Oleh karena itu, data yang telah terkumpul perlu dikaji ulang dengan menggunakan teknik triangulasi. Teknik ini menurut Patton (1984) dalam Sutopo, (2006) dibedakan menjadi empat macam, yakni: triangulasi sumber data, triangulasi metode, triangulasi teori dan triangulasi peneliti.

Terkait dengan pertanyaan-pertanyaan yang dirumuskan di dalam rumusan masalah, peneliti menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi metode sebagai teknik untuk mengkaji kesahihan data. Alasan penggunaan triangulasi sumber data, karena sumber data dalam penelitiannya berupa hasil rekaman peristiwa, catatan lapangan (*field note*) dan dokumen arsip. Penggunaan triangulasi metode, didasarkan pada proses pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penyimpanan atau pengamatan, pencatatan dan wawancara sehingga memerlukan teknik dan metode yang berbeda sebagai teknik pengembangan validitas. Selain triangulasi sumber data dan metode, peneliti juga harus menyusun *data base* yang berfungsi sebagai bukti autentik penelitian. Data base ini adalah data *riil* yang diperoleh dari lapangan yang dapat digunakan untuk mengembangkan validitas dan realibitas penelitian dan juga sebagai pendukung kekuatan penelitian.

1. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang sama atau sejenis dari sumber data yang berbeda. Dalam hal ini peneliti mengklarifikasi data yang telah terkumpul kepada setiap penutur, yakni para jurkam yang terlibat dalam kegiatan kampanye. Misalnya, peneliti kurang mantap terhadap data yang diperoleh dari sumber A, peneliti perlu melakukan *crosscheck* dengan sumber data B, C dan seterusnya. Dengan cara tersebut, dapat diperoleh data yang *valid* dan dapat dipercaya. Semakin

banyak sumber data yang digunakan untuk mencari bukti keakuratan data, akan semakin tinggi tingkat kesahihan suatu data. Berdasarkan objek yang diteliti, masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah wujud, strategi dan nilai-nilai sosial budaya/kesantunan tuturan-persuasif. Maka dari itu, triangulasi sumber data yang perlu dilakukan peneliti adalah pemeriksaan ulang terhadap hasil *pengamatan*, *catatan lapangan* (hasil wawancara) dan hasil *rekaman atau informasi* yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti media cetak dan elektronik. Dalam rangka mengembangkan validitas dan reliabilitas data yang dibutuhkan, dan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah, peneliti mendatangi masing-masing pasangan calon yang diteliti dan para jurkam yang berbeda. Hal ini dilakukan, untuk mengklarifikasi data sejenis yang terkumpul sehingga dapat diperoleh jawaban yang memuaskan sebagai dasar untuk meningkatkan validitas dan reabilitas data.

2. Triangulasi Metode

Teknik triangulasi metode digunakan untuk memantapkan data yang terkumpul dengan cara atau metode yang berbeda dari sumber yang sama. Cara ini dilakukan, karena data yang terkumpul digali dengan cara peneliti mendatangi sendiri lokasi-lokasi di mana kegiatan kampanye digelar. Peneliti mengamati dan mencatat atau merekam peristiwa tutur yang terjadi di lokasi kejadian. Maka dari itu, untuk memastikan bahwa data yang terkumpul benar-benar valid, peneliti perlu melakukan pengecekan ulang terhadap hasil pengamatan, pencatatan dan perekaman yang ada. Kegiatan ini dilakukan dengan cara menelaah ulang hasil pencatatan, menyimak kembali rekaman-rekaman pidato dan mengklarifikasi data langsung kepada penuturnya.

Sebagaimana disebutkan dalam rumusan masalah, bahwa penelitian ini berusaha menjelaskan bagaimana wujud, strategi, dan kesantunan ‘tuturan-persuasif’ yang dilakukan oleh para jurkam dalam kampanye pemilihan bupati dan wakil bupati. Maka dari itu, wujud datanya bisa berupa hasil pengamatan, pencatatan dan perekaman. Dengan demikian, maka teknik triangulasi metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah mencocokkan data yang terkumpul dengan cara meminta penjelasan kepada informan aslinya. Teknik tersebut, dapat dilakukan dengan cara yang berbeda. Dengan cara tersebut data yang terkumpul merupakan data yang sesuai dengan peristiwa tutur yang terjadi di lapangan dan dijelaskan oleh penuturnya sendiri. Dengan begitu, peneliti bisa

mendapatkan catatan-catatan tambahan yang dapat digunakan untuk menelaah ulang dan memperbaiki data yang terkumpul. Dengan menggunakan penjelasan-penjelasan yang diberikan oleh penutur aslinya, data yang terkumpul dapat ditelaah ulang dengan secermat mungkin sehingga menghasilkan data yang *valid* dan *reliable*.

3. Penyusunan Data Base

Data base merupakan data autentik yang berupa deskripsi, gambar, skema, rekaman pidato dan sebagainya. Data base ini merupakan bukti data yang telah dikumpulkan oleh peneliti selama kegiatan kampanye dan disimpan dengan baik dalam file. Data base yang dibuat dan disusun harus dapat digunakan dengan mudah sebagai alat bukti dalam penelusuran hasil temuan. Maka dari itu, penyusunannya diatur berdasarkan urutan peristiwa yang sesuai dengan urutan rumusan masalah. Dengan cara ini maka temuan yang dihasilkan dalam penelitian ini dapat diperkuat oleh keberadaan seluruh dokumen arsip yang tersusun dalam data base sehingga data base tersebut dapat dengan mudah dijadikan bukti fisik yang mendukung simpulan akhir penelitian.

Penyusunan data base bertujuan agar pembaca dapat memahami asal dan penemuan setiap bukti data dari awal pertanyaan penelitian sampai dengan pembuatan simpulan akhir (Sutopo, 2006: 101). Dengan begitu, data base dapat memberikan informasi hasil penelitian yang memiliki reliabilitas tinggi. Untuk kepentingan ini, peneliti perlu mentranskrip seluruh data yang berupa rekaman pidato dan teks-teks yang terdapat pada gambar-gambar baliho, spanduk dan poster termasuk juga teks-teks yang diperoleh melalui media massa yang diperoleh dari lapangan. Setelah dianalisis sesuai kebutuhan, data yang terseleksi selanjutnya dimasukkan ke dalam korpus data dan disusun berdasarkan urutan rumusan masalah sehingga memudahkan pembaca untuk menelusuri kembali asal-usul penemuan bukti data. Dengan cara menyusun data base yang tertib dan teratur diharapkan pembaca dapat dengan mudah memeriksa kembali simpulan hasil penelitian yang dibuat oleh peneliti. Dengan demikian, maka hasil penelitian yang dilaporkan oleh peneliti tidak bias dan terhindar dari kekeliruan.

F. Teknik Analisis Data

Berdasarkan tujuan penelitian yang dibuat pada rumusan masalah, dan karakteristik penelitian kualitatif dalam bentuk etnografi, maka proses analisisnya dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Penjelasan Langkah-Langkah Analisis Data

Secara umum, tahapan analisis penelitian etnografi dilakukan empat tahap, yakni: (1) analisis domain, yang ditujukan untuk menentukan berbagai domain budaya atau kategori makna budaya termasuk sub-kategorinya, (2) analisis taksonomi, yang ditujukan untuk mengorganisasikan berbagai kategori dan sub-kategori makna budaya serta hubungan semantik di antara mereka sehingga terbentuk suatu konstelasi domain budaya beserta bagian-bagiannya secara utuh, (3) analisis komponen, yang ditujukan untuk mencari atribut-atribut sub-kategori makna dalam setiap domain budaya untuk mengidentifikasi kontras di antara subkategori-subkategori dalam domain tersebut sehingga masing-masing domain dapat diidentifikasi secara jelas dan dapat dilihat kontrasnya dengan domain-domain lainnya, dan (4) analisis tema, yang ditujukan untuk tema-tema budaya, yakni segala prinsip yang muncul secara teratur dan berulang-ulang dalam sejumlah domain, baik yang eksplisit maupun yang *tacit*, dan yang menunjukkan fungsi hubungan di antara subsistem-subsistem dari kategori-kategori makna budaya (Spradley, 1980).

Menurut Hymes (dalam Ibrahim, 1994) di dalam penelitian etnografi komunikasi identifikasi terhadap kategori-kategori makna budaya diarahkan pada unit-unit analisis yang meliputi (1) situasi komunikatif, yang merujuk pada tempat terjadinya komunikasi, seperti tempat kampanye diselenggarakan, (2) peristiwa komunikatif, yang merupakan keseluruhan perangkat komponen yang utuh, yang terdiri atas tujuan umum, topik, peserta tutur, ragam bahasa, tone, kaidah interaksi, dan *setting* atau latar yang sama, dan (3) tindak komunikatif yang merupakan fungsi-fungsi interaksi tunggal yang bersifat verbal atau non-verbal seperti pernyataan, permohonan maaf, berterima kasih, salam dan sebagainya.

2. Pelaksanaan Model Analisis Data

Berdasarkan pandangan-pandangan yang dikemukakan di atas, maka secara khusus teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis menurut

Hymes (1972), yakni analisis peristiwa komunikasi. Alasannya, model analisis ini memiliki taksonomi yang mendekati sama dengan data tuturan yang dikaji dalam penelitian ini. Dengan menggunakan model analisis ini, tahapan-tahapan analisis yang harus dilalui adalah sebagai berikut:

Pertama, peneliti mendatangi dan mengamati pelaksanaan kegiatan kampanye pemasangan calon tertentu, membuat catatan lapangan terkait dengan: peristiwa tutur yang meliputi orang-orang dan para jurkam yang terlibat di dalamnya, situasi kampanye, tempat kampanye, sasaran dan cara-cara yang digunakan untuk menarik simpati massa. Selain catatan lapangan, peneliti juga merekam pidato kampanye yang dilakukan oleh para jurkam dari awal hingga akhir kegiatan.

Kedua, berdasarkan hasil rekaman dan catatan lapangan, peneliti menyusun data-base. Data-base tersebut dikaji secara teliti untuk menentukan klasifikasi tuturan-persuasif sesuai bentuk dan jenis tindak-tuturnya. Kemudian, peneliti mengkaji bentuk-bentuk tuturan-persuasif dan strategi penyampaiannya secara mendalam dengan menggunakan pendekatan pragmatik yang meliputi (a) deskripsi situasi komunikatif, (b) komponen-komponen komunikasi yang meliputi: *karakteristik tuturan-persuasif*, *fungsi/tujuannya*, *peserta tutur*, *settings*, dan (c) tanggapan peneliti.

Ketiga, menentukan dan mendeskripsikan *nilai-nilai persuasif tuturan*: Sebuah ujaran dipilih sebagai tuturan-persuasif atau tuturan yang menimbulkan rasa simpati dan daya tarik bagi lawan-tutur, apa bila tuturan tersebut memiliki karakteristik atau ciri-ciri persuasif seperti: (a) memikat, (b) menyenangkan, (c) merangsang, (d) memotivasi, (e) menguntungkan, dan (f) menjanjikan. Untuk meyakinkan apakah tuturan tersebut mengandung/tidak mengandung nilai-nilai persuasif, peneliti perlu menggunakan catatan lapangan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pihak-pihak terkait dalam kegiatan kampanye.

Keempat, setelah menentukan bentuk dan jenis tindak-tutur yang digunakan, seperti tindak-tutur 'direktif-langsung' dan 'taklangsung' (*dirktif-asertif*, *direktif-komisif*, *direktif-ekspresif*, dan *direktif-deklarasi*), peneliti mengidentifikasi strategi-strategi tuturan berdasarkan 6 prinsip-persuasif yang digunakan. Kategori-kategori tersebut diklasifikasi dengan cara menggunakan indikator-indikator sebagai berikut.

(1) Karakteristik tuturan-persuasif yang dikategorikan ke dalam tindak-tutur *direktif-asertif* memiliki ciri-ciri utama menyatakan 'pernyataan pemberitahuan'. Ciri-ciri

- ilokusi atau isi ujaran yang diungkapkan penutur adalah: (a) menginformasikan, (b) memberi saran, (c) mengusulkan, (d) memberi pendapat, (d) membual (bangga diri), (e) menyampaikan keluhan, (f) menyatakan pengakuan (mengklaim), dan (g) mengingatkan.
- (2) Karakteristik tuturan-persuasif yang dikategorikan ke dalam tindak-tutur *direktif-komisif* memiliki ciri-ciri utama menyatakan ‘ungkapan janji’ yang disertai peranti-peranti persyaratan seperti: jika..., kalau..., apa bila... dan seterusnya. Ilokusi atau isi ujarannya adalah penutur mengungkapkan keinginannya yang terkait dengan (a) menjanjikan sesuatu, (b) berkaul (bernadzar), (c) menawarkan, (d) melakukan suatu pekerjaan sesuai janji, (e) melakukan kontrak., dan (f) membuat ancaman.
- (3) Karakteristik tuturan-persuasif yang dikategorikan ke dalam tindak-tutur *direktif-ekspresif* memiliki ciri-ciri utama mengungkapkan ‘perasaan-emosional’ seperti: kesenangan/kegembiraan, kesedihan, keprihatinan, kekecewaan dan sebagainya. Ilokusi atau isi ujarannya adalah penutur membuat ungkapan dengan maksud untuk: (a) mengucapkan terima kasih, (b) memberi ucapan selamat, (c) mengucapkan belasungkawa, (d) memberi pujian, (e) meminta maaf, (f) memberi ampunan, dan (g) menyalahkan/menuduh.
- (4) Karakteristik tuturan-persuasif yang dikategorikan ke dalam tindak-tutur *direktif-deklarasi* memiliki ciri-ciri utama bahwa penutur mengungkapkan ‘pernyataan yang bersifat formil’ dan dalam situasi yang formil juga. Ciri-ciri tindak-tutur deklarasi ini adalah perubahan status atau situasi yang berbeda dengan sebelumnya, seperti: upacara keagamaan, pernikahan, pembaptisan dan lain sebagainya. Ilokusi ujaran tersebut berisi pernyataan-pernyataan tentang (a) pengunduran diri, (b) kesaksian terhadap agama dan kepercayaan yang diyakini, (c) pemecatan atau Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), (d) pemberian hukuman atau sanksi, (e) ungkapan membuka acara kegiatan, (f) pemberian nama, (g) pengangkatan sebagai pejabat, dan (h) kesediaan sebagai pengabdian.
- (5) Karakteristik tuturan-persuasif yang dikategorikan ke dalam tindak-tutur *direktif* memiliki ciri-ciri utama mengungkapkan pernyataan yang bersifat ‘meminta dan menyuruh’ lawan-tutur melakukan suatu pekerjaan yang diinginkan penuturnya, seperti ungkapan-ungkapan untuk (a) memerintah atau menyuruh, (b) meminta atau

memohon, (c) memberi peringatan, (d) mengajukan usulan, (e) menyarankan untuk melakukan perbuatan, dan (f) memberi tugas secara langsung.

Karakteristik tuturan-persuasif yang dikemukakan di atas memegang peranan yang sangat penting dalam kegiatan analisis data karena karakteristik tersebut digunakan sebagai tolok ukur untuk mengetahui secara pasti nilai-nilai persuasif dari setiap bentuk tuturan yang digunakan. Dari bentuk-bentuk tuturan yang diwujudkan, peneliti juga dapat mengidentifikasi strategi-strategi tindak-tutur yang digunakan sehingga nilai-nilai sosial budaya yang tercermin dalam setiap tuturan dapat diketahui. Dengan demikian, wujud tuturan-persuasif yang mengandung strategi dan nilai-nilai sosial budaya tersebut dapat digunakan untuk mendeskripsikan nilai-nilai kesantunan yang tercermin dalam setiap tuturan. Oleh sebab itu, bentuk dan fungsi setiap tuturan-persuasif dalam penelitian ini perlu dikaji dengan menggunakan pendekatan 'pragmatik fungsional'. Pendekatan 'pragmatik fungsional' tersebut digunakan untuk mengidentifikasi fungsi-fungsi atau makna tuturan yang terkandung di dalam tuturan yang diucapkan oleh setiap penutur. Maka dari itu, secara ringkas proses analisisnya dapat dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut.

- (1) Mengklasifikasi setiap tuturan berdasarkan bentuk-bentuk tindak-tutur yang digunakan, seperti: Afirmatif, Imperatif, dan/atau Interogatif.
- (2) Mengkaji isi atau ilokusi setiap tuturan untuk menentukan jenis-jenis tindak-tutur yang digunakan, misalnya: Direktif-Langsung, atau Direktif-Taklangsung, seperti: Direktif-Asertif, Direktif-Komisif, Direktif-Ekspresif, dan Direktif-Deklarasi
- (3) Mengkaji strategi-strategi tuturan berdasarkan kategori bahasa formal dan non-formal dan atau langsung dan taklangsung dengan menggunakan 6 prinsip persuasif yang dikemukakan Cialdini (1984)
- (4) Mengkaji nilai-nilai sosial budaya berdasarkan bentuk bahasa yang digunakan pada setiap tuturan dan perilaku sosial para jurkam dalam kegiatan kampanye dengan menggunakan kriteria berikut.
 - a) Menganalisis tuturan-persuasif yang mematuhi prinsip-prinsip kesantunan Leech (1983) dan nilai-nilai sosial budaya masyarakat setempat.
 - b) Menganalisis tuturan-persuasif yang tidak mematuhi prinsip-prinsip kesantunan Leech (1983) atau tuturan-persuasif yang kurang santun.

- c) Mengkaji dan mendeskripsikan tingkat kesantunan tuturan berdasarkan strategi tuturan yang digunakan dan mengklasifikasi jenis kesantunan yang digunakan, misalnya: Kesantunan-Positif atau Kesantunan-Negatif.
- (5) Mengkaji hubungan antara bentuk dan strategi tindak-tutur yang digunakan oleh para jurkam berdasarkan nilai-nilai sosial budaya yang meliputi perilaku santun dan sosial. Bagaimana hubungan antara ketiganya ditinjau dari sudut pandang teori pragmatik dan budaya, dapat dilihat pada gambar yang tertera pada lampiran 5 halaman 334.

