

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Public Relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara sebuah organisasi demi kepentingan publik, dan melaksanakan program kegiatan dan komunikasi untuk meraih pengertian umum dan dukungan publik. Unsur yang mendukung dari sebuah pelaksanaan kegiatan tersebut didorong oleh kapabilitas seorang *Public Relations Officer* yang merupakan pelaksanaan dan penindakan program kegiatan yang berencana, komunikasi dan evaluasi melalui penelitian serta pencapaian itikad baik, pengertian dan penerimaan sebagai hasil akhir utama dari kegiatan *Public Relations*. (Cutlip & Center dalam Effendy, 2009:116).

Program kegiatan yang berencana dilaksanakan oleh seorang PR menjadi bagian penting dalam membangun nilai integritas lembaga atau organisasi dan menyebarkan pesan-pesan serta misi sosial terhadap khalayak sehingga mendorong untuk diintegrasikan melalui program yang berwawasan dan berkelanjutan agar nantinya memberikan dampak yang baik terhadap misi lembaga atau organisasi serta program yang memberikan hasil dan peningkatan terhadap citra organisasi tersebut.

Membangun sebuah lembaga atau organisasi yang terintegrasi adalah dengan mendorong budaya kerja yang mengarah pada peningkatan kredibilitas dan peningkatan citra organisasi dengan melakukan perencanaan program kerja yang jangka panjang maupun jangka pendek. Salah satunya adalah dengan

merencanakan program Kampanye *Public Relations* yang memberikan penerangan terus-menerus serta pengertian dan memotivasi masyarakat terhadap suatu kegiatan atau program tertentu melalui proses dan teknik komunikasi yang berkesinambungan dan terencana untuk mencapai publisitas dan citra yang positif. Tujuan Kampanye PR adalah untuk merubah sikap khalayak yang merupakan publik lembaga atau organisasi terhadap misi sosial organisasi yang sudah direncanakan oleh seorang *Public Relations*. Ragam bentuk tujuan kampanye tergantung pada kapabilitas dan misi yang akan dicapai dalam jangka panjang atau waktu tertentu (Ruslan 2002 : 66).

Program Kampanye *Public Relations* yang menarik serta tepat sasaran adalah keberhasilan seorang PR dalam mengelola kampanye dengan melibatkan banyak khalayak dan tingkat kepuasan yang tinggi akan menjadi kesan yang baik terhadap pembentukan citra dan kredibilitas lembaga atau organisasi tersebut. Kampanye PR memiliki daya tarik yang positif dalam upaya pembentukan sikap dan perubahan persepsi atau *mindset* khalayak dalam menerima pesan kampanye.

Organisasi Kepanduan Sedunia atau *World Organization of the Scout Movement* (WOSM) adalah organisasi dunia non-pemerintahan yang menaungi gerakan kepanduan diseluruh dunia. WOSM didirikan pada tahun 1920, dan memiliki kantor pusat di Jenewa, Swiss. Misi WOSM adalah untuk memberikan kontribusi untuk mendidik orang muda, melalui system nilai berdasarkan Janji Pramuka dan Hukum Pramuka, untuk membantu membangun dunia yang lebih baik dimana orang terpenuhi diri sebagai individu dan memainkan peran

konstruktif dalam masyarakat. Kurang lebih sekitar tujuh juta anggota WOSM merupakan anggota dewasa sukarela yang mendukung kegiatan-kegiatan lokal. (Scout, 1997:2).

Organisasi kepanduan sedunia senantiasa aktif dalam mengkampanyekan perdamaian dunia dan menjaga stabilitas bangsa-bangsa dalam mengawasi keberjalanan gerakan kepanduan dunia. Salah satu program yang diselenggarakan oleh WOSM adalah *Messenger of Peace* (MoP) atau program sosialisasi perdamaian dunia kepada anggota kepanduan atau pramuka yang ada diseluruh dunia.

Gerakan Pramuka merupakan wadah organisasi yang menghimpun kepanduan yang ada di Indonesia. Gerakan Pramuka Indonesia adalah nama organisasi pendidikan nonformal yang menyelenggarakan pendidikan kepanduan yang dilaksanakan di Indonesia. Kepramukaan adalah proses pendidikan di luar lingkungan sekolah dan di luar lingkungan keluarga dalam bentuk kegiatan menarik, menyenangkan, sehat, teratur, terarah, praktis yang dilakukan di alam terbuka dengan Prinsip Dasar Kepramukaan dan Metode Kepramukaan, yang sasaran akhirnya pembentukan watak, akhlak, dan budi pekerti luhur. Kepramukaan adalah sistem pendidikan kepanduan yang disesuaikan dengan keadaan, kepentingan, dan perkembangan masyarakat, dan bangsa Indonesia. (pramukajabar, 2005:2).

Indonesia berperan aktif dalam perkembangan kegiatan Kepramukaan dan sudah diakui secara internasional termasuk dalam implementasi program tersebut. Pramuka didaulat menjadi agen perubahan yang mampu menyampaikan pesan-

pesan perdamaian dalam kehidupan sehari-hari dan mendorong kepekaan terhadap keadaan lingkungan sekitar. Pramuka memberikan inisiasi lebih terhadap peran pemuda dalam menerapkan nilai-nilai perdamaian dalam lingkungan pramuka yang nantinya disebarluaskan secara pengetahuan dan nilai lewat pelaksanaan program kegiatan organisasi di wilayah atau satuan terkecil.

Kwartir Daerah Jawa Barat merupakan sebuah organisasi yang telah diakui secara Internasional kependuannya. Gerakan Pramuka Kwartir Daerah Jawa Barat adalah nama struktur organisasi pendidikan kependuan yang dilaksanakan di Indonesia serta berada tingkat provinsi di bawah naungan Kwartir Nasional. Kata “Gerakan Pramuka Kwartir Daerah Jawa Barat” atau disingkat dengan Kwarda Jawa Barat, merupakan Struktur Organisasi Gerakan Pramuka di Tingkat Provinsi di bawah naungan Kwartir Nasional. Kwartir Daerah merupakan organisasi yang mempunyai tugas memimpin dan mengendalikan gerakan pramuka dan kegiatan kepramukaan di tingkat provinsi. (pramukajabar, 2018:2).

Kang Zeze Guru, sebutan nama pena dari Koordinator *Messenger of Peace* Jawa Barat, beliau menjelaskan dalam bukunya “Perjalanan Damai” bahwa Perdamaian adalah sumber kesejahteraan bagi seluruh umat manusia. Selain dapat saling bahu membahu bergandengan tangan menciptakan kehidupan yang damai dan harmonis, hal yang lebih penting adalah manusia akan terhindarkan dari kekerasan akibat bentukan sikap positif yang ditempa darinya. Menciptakan perdamaian diperlukan keseriusan kita bersama sebagai warga Negara Indonesia yang aktif mengajak lapisan masyarakat untuk menjaga dan merawat perdamaian dunia.

Messengers of Peace sebuah gerakan kampanye perdamaian yang dilakukan oleh seluruh pramuka di Dunia dibawah naungan WOSM (*World Organization Scout Movement*) yang seluruh dana kampanye dibiayai oleh Negara Saudi Arabia. Tugasnya adalah mengkampanyekan pesan perdamaian lewat berbagai jenis kegiatan seperti sosialisasi, perjalanan, kegiatan dan kerjasama yang dikemas dengan menarik sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dan disebarluaskan secara meluas.

Organisasi *MoP* ini sudah menyebarluas di beberapa Negara secara strategis diturunkan dari organisasi utama yang ada di WOSM. Indonesia tercatat 2 kali mendapat penghargaan sebagai salah satu Duta Perdamaian Dunia, diserahkan langsung oleh Raja Swedia dan Raja Saudi Arabia. Penghargaan dari tingkat Internasional mendorong peningkatan kualitas kepanduan di Indonesia dalam melaksanakan berbagai strategi misi sosial dan kemanusiaan sebagai tujuan dan implementasi nilai dari kegiatan kepramukaan yang ada diseluruh pelosok negeri.

Kepedulian dan inisiatif *Messengers of Peace (MoP)* memulai kampanye perdamaian dan sosial sembilan tahun yang lalu adalah langkah strategis yang dipilih agar Gerakan Pramuka tetap memiliki eksistensi. Program ini dipimpin oleh Organisasi Gerakan Kepanduan Dunia (WOSM) dan melalui program ini, Pramuka akan menjadi masyarakat yang terlibat aktif secara global dilingkungan terkecilnya sendiri. Dengan dukungan dan antusiasme anggota Pramuka, dan serta Pembina pramuka di seluruh dunia.

Implementasi kampanye *Messenger of Peace* yang fokus dan terarah berdampak pada perubahan pemuda di berbagai Negara mulai dari wilayah lokal, nasional, dan global. Gerakan Pramuka mampu memperkuat program pemuda di negara-negara dan secara bersamaan menangani masalah-masalah lokal dalam skala yang lebih luas. *Messenger of Peace* dapat merealisasikan salah satu visi Baden-Powell yang merupakan bapak pandu sedunia ketika ia menciptakan Kepramukaan sebagai nilai pelayanan terhadap masyarakat dalam mengintegrasikan misi sosial dan kemanusiaan sebagai pesan hidup bagi anggota pramuka (internationalscout, 2003:3)

Program Kampanye Perdamaian *MoP* menyajikan pendidikan yang komprehensif dan eksplisit sebagai inspirasi untuk pelaksana program, dan ragam bentuk kemasan pelaksanaan program diberbagai negara. Dampak dari upaya ini akan lebih besar ketika bergabung dengan anggota Pramuka, lokal komunitas, masyarakat sipil dan organisasi non-pemerintah; serta dengan lokal dan nasional lembaga pemerintah.

Kampanye perdamaian dunia dinilai penting dilakukan oleh setiap anggota pramuka karena sebagai penyebarluasan informasi dan nilai-nilai kepekaan sosial dalam kehidupan sehari-hari yang secara baik diintegrasikan ke dalam kerangka dunia atau global, menyatukan Pramuka di seluruh dunia melalui keterlibatan masyarakat untuk menjadi masyarakat aktif menebar perdamaian dipelosok Negeri. Kampanye Perdamaian adalah bentuk sosialisasi program kepanduan dalam peningkatan citra organisasi serta implementasi program pramuka ditingkat lokal maupun global.

Kegiatan *Scout Journey for Peace* (SJFP), Pramuka sebagai duta perdamaian Indonesia diharapkan dapat menjadi contoh dan teladan bagi generasi muda Indonesia sehingga dapat dirasakan manfaatnya bagi masyarakat khususnya ketika melaksanakan perjalanan dan berkeliling nusantara menyebarkan pesan-pesan perdamaian melalui kegiatan kepramukaan, bakti sosial dan budaya di kereta api dengan menyebarkan pesan perdamaian di pelosok Indonesia. (Zeze, 2018:5).

Alasan peneliti memilih *Program Messenger of Peace* Indonesia karena pelaksanaan program kampanye dalam mengintegrasikan nilai-nilai perdamaian dan pengabdian terhadap masyarakat menjadi bagian penting bagi setiap anggota pramuka dibuktikan dengan dinobatkannya Indonesia sebagai salah satu Negara aktif dalam melaksanakan program *Messenger of Peace* Dunia serta Indonesia mendapatkan Penghargaan *World Messenger of Peace Hero Award* dan penghargaan diberikan oleh Raja Arab Saudi Salman bin Abdul Aziz Al Saud dan Raja Swedia Carl XVI Gustav. (Zeze, 2018:4).

Messenger of Peace Indonesia menjadi kesimpulan peneliti untuk melaksanakan penelitian ini disamping kegiatan *Scout Journey for Peace* merupakan satu-satunya kegiatan Kampanye *Public Relations* yang dilakukan Oleh *Messenger of Peace* Indonesia dalam melibatkan seluruh anggota pramuka untuk aktif menjadi agen perdamaian dalam rangka menyebarkan misi sosial dan kemanusiaan perdamaian dunia dengan pelaksanaan program kegiatan yang menarik dan memiliki karakter nilai perubahan sikap.

Berdasarkan pada uraian tersebut, di mana terdapat fakta lapangan bahwa sebagian pihak menilai dan memberikan respon positif terhadap pengelolaan Kampanye PR *Messenger of Peace*, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana Pengelolaan Kampanye PR melalui program *Scout Journey for Peace* yang diselenggarakan oleh *Messenger of Peace (MoP)* Indonesia dibawah naungan *World Organization Scout Movement (WOSM)* serta dampak kegiatan tersebut terhadap eksistensi Pramuka Indonesia. Penelitian yang peneliti lakukan ini berjudul: “Perencanaan Kampanye *Public Relations Messengers Of Peace* Pramuka Indonesia (Studi Deskriptif pada Program *Scout Journey for Peace* Humas Pramuka Kwartir Daerah Jawa Barat)”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode penelitian deskriptif yaitu menerangkan bagaimana proses pengelolaan Kampanye *Public Relation* program tersebut. Fokus Penelitian ini dikhususkan pada publik yaitu Anggota Pramuka Jawa Barat yang mengikuti program tersebut baik terlibat dalam proses pelaksana maupun sasaran kampanye. Teknik Pengumpulan data yang dilakukan ialah dengan melakukan wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif dan studi dokumen. Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana sebuah Kampanye PR *Messenger of Peace* memberikan pandangan baru terhadap pengelolaan program kampanye organisasi dalam menyebarluaskan misi perdamaian yang menunjang pada pembentukan citra yang khas terhadap organisasi tersebut.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berjudul “Perencanaan Kampanye *Public Relations Messengers Of Peace* Pramuka Indonesia (Studi Deskriptif pada Program *Scout Journey for Peace* Humas Pramuka Kwartir Daerah Jawa Barat)”. Rumusan yang dijadikan pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana Proses Perencanaan Kampanye *Public Relations Scout Journey for Peace* yang dilakukan oleh Humas Kwartir Daerah Jawa Barat?
- 2) Bagaimana Proses Pelaksanaan Kampanye *Public Relations Scout Journey for Peace* yang dilakukan oleh Humas Kwartir Daerah Jawa Barat?
- 3) Bagaimana Proses Evaluasi Kampanye *Public Relations Scout Journey for Peace* yang dilakukan oleh Humas Kwartir Daerah Jawa Barat?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Maksud penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui analisis deskriptif program dalam meneliti Kampanye *Public Relations Messengers Of Peace* di Indonesia Tujuan penelitian ini meliputi :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana Proses Perencanaan Kampanye *Public Relations Scout Journey for Peace* yang dilakukan oleh Humas Kwartir Daerah Jawa Barat?
- 2) Untuk mengetahui bagaimana Proses Pelaksanaan Kampanye *Public Relations Scout Journey for Peace* yang dilakukan oleh Humas Kwartir Daerah Jawa Barat.

- 3) Untuk mengetahui bagaimana Proses Evaluasi Kampanye *Public Relations Scout Journey for Peace* yang dilakukan oleh Humas Kwartir Daerah Jawa Barat.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian di harapkan dapat memberikan informasi yang aktual, faktual dan terpercaya bagi perkembangan Ilmu Komunikasi konsentrasi Hubungan Masyarakat yang didasarkan pada studi kasus serta memberikan gambaran mengenai kajian ilmu kampanye Public Relations yang akan bermanfaat untuk mengkampanyekan sebuah program atau identitas perusahaan atau organisasi melalui pendekatan kualitatif.

Kegunaan Penelitian bagi Institusi Pendidikan dapat memberikan kontribusi, pengertian beserta pemahaman kepada institusi pendidikan penulis yaitu UIN Sunan Gunung Djati Bandung, agar kelak mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dapat dengan mudah mencari referensi mengenai Kampanye *Public Relations* mengambil konsentrasi *Program Messenger of Peace* yang merupakan program ditingkat global melalui program *Scout Journey for Peace Kwartir Daerah Jawa Barat*.

Kegunaan Penelitian Bagi Mahasiswa Mahasiswa diharapkan dapat mengetahui dan memahami Kampanye *Public Relations Program Messenger*

of Peace yaitu sebuah organisasi kepemudaan yang bergerak dalam misi perdamaian dunia yang merupakan induk dari organisasi yang menaungi kepanduan dunia secara legal pelaksanaan program *Scout Journey for Peace Kwartir Daerah Jawa Barat* sudah mendapatkan penghargaan ditingkat dunia.

Peneliti mendapatkan banyak pengetahuan baru mengenai Kampanye *Public Relations* dengan konsentrasi *Program Messenger of Peace* Pramuka Indonesia sehingga peneliti dapat menganalisis penelitian ini dengan memperhatikan teori yang telah disesuaikan dengan penelitian tersebut.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penerapan konsep *Messenger of Peace* melalui program *Scout Journey for Peace Kwartir Daerah Jawa Barat* akan lebih terasa dengan di dorong oleh penelitian ilmiah dan opini hasil dari studi kasus yang akan mendorong kekhasan kajian ilmu tersebut. Kampanye *Public Relations* membantu memberikan pemahaman dan gambaran bagaimana proses pengelolaan program kampanye organisasi yang baik serta menunjang terhadap pembentukan identitas lembaga atau organisasi.

Manfaat terhadap masyarakat diantaranya memberikan pengetahuan kepada masyarakat dampak dari kegiatan *Messenger of Peace* melalui program *Scout Journey for Peace Kwartir Daerah Jawa Barat* yang merupakan konsep baru dalam menyebarkan misi sosial dan pesan perdamaian dunia yang dilakukan oleh anggota pramuka sebagai duta perdamaian bangsa yang mengedepankan nilai-nilai sukarela, saling tolong menolong, mengedukasi berbagai bentuk informasi dan isu dunia maupun Negara.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memberikan gambaran kepada penulis terkait dengan fokus dan arah penelitian yang dilakukan. Penulis berupaya untuk mencari penelitian yang relevan dengan penelitian yang penulis laksanakan agar dapat memberikan sumbangsih gagasan dan pemikiran dari penelitian terdahulu. Penulis juga mengklasifikasikan temuan penelitian terdahulu agar mudah dipahami dan dicermati secara khusus serta mencari persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu agar menambah daya analitis penulis dalam melakukan sebuah proses penelitian yang kredibel.

- 1) Kampanye *Public Relations* dalam membentuk sikap positif khalayak (Studi pada Kampanye Kawasan Bebas Rokok yang Diimplementasikan oleh Universitas Sari Mutiara Indonesia)

Penelitian yang dilakukan oleh Arifin Sugianto dan Antonius Wilsom Sembiring pada tahun 2018 yang merupakan mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia, mengarah pada pembentukan sikap khalayak sebagai partisipasi yang memberi pengaruh terhadap Kampanye yang dilakukan oleh Universitas Sari Mutiara Indonesia dikawasan bebas asap rokok menggunakan metode penelitian Kuantitatif dengan melakukan

Hasil penelitian menjelaskan bahwa Kampanye *Public Relations* dalam membentuk sikap positif khalayak yang dilakukan oleh Universitas Sari Mutiara Indonesia di Kawasan Bebas asap rokok menunjukkan perubahan sikap positif khalayak terhadap pelaksanaan kampanye tersebut.

Hal tersebut juga perlu didukung dengan meningkatkan kualitas kebersihan dan kenyamanan dengan tetap menerapkan kebijakan kawasan bebas rokok di lingkungan kampus tersebut.

- 2) Strategi Kampanye Public Relations Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP) dalam Meningkatkan Sosialisasi Plastik Berbayar di Kota Bandung (Studi Kasus Mengenai Strategi Kampanye Public Relations GIDKP dalam Meningkatkan Sosialisasi Plastik Berbayar di Super Indo Dago).

Penelitian yang dilakukan oleh Winda Anindita pada tahun 2016 yang merupakan salah satu mahasiswi Universitas Pasundan, penelitian ini menjelaskan bahwa Strategi Kampanye *Public Relations* dalam peningkatan sosialisasi plastik berbayar di Kota Bandung dengan eksplorasi secara mendalam penelitiannya terkait program, kejadian, proses, aktivitas terhadap studi kasus terkait serta pengumpulan data secara berkesinambungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik sudah berusaha dan berupaya dengan baik melakukan kampanye, GIDKP telah menerapkan tahapan-tahapan perencanaan dalam sebuah kampanye sosial. GIDKP juga telah dengan cermat memetakan khalayak dan membaginya dengan skala prioritas kepada isu yang akan di angkat, dengan begitu kegiatan yang dilakukan setidaknya dapat terfokus kepada hal-hal yang penting. GIDKP berusaha membuat sebuah program

yang sebelumnya di tentukan melalui *Group Discussion* dengan para anggotanya yang disebut dengan *Working Group*.

- 3) Strategi Kampanye *Public Relations* dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Melakukan Donor Darah pada Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Makassar.

Penelitian yang dilakukan oleh Ratnawati pada tahun 2017 yang merupakan salah satu mahasiswi UIN Alaudin Makasar, menggunakan *strategy of publicity & strategy of persuasion* dalam meningkatkan kesdaran masyarakat untk melakukan donor darah pada PMI Kota Makassar. Penelitian ini merupakan jenis kampanye dalam membangun kesdaran kolektif dan misi sosial kemanusiaan yang implementasi programnya oleh PMI Kota Makassar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye yang diterapkan oleh Public relations PMI Kota Makassar dalam meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah yaitu: (1) Strategi publikasi (*strategy of publicity*), yakni melakukan penyebaran pesan atau informasi melalui proses publikasi, melalui kerjasama dengan berbagai media, baik media cetak, media elektronik dan media sosial. (2) Strategi mempengaruhi (*strategy of persuasion*) yakni melakukan strategi dengan membujuk atau mempengaruhi masyarakat melalui teknik sugesti untuk mengubah pola pikir masyarakat dan sadar akan pentingnya berdonor darah. Strategi ini dilakukan dengan cara tatap muka secara langsung

4) Strategi Kampanye Bandung Toleran Oleh Humas Pemerintah Kota Bandung Melalui Youtube

Penelitian yang dilakukan oleh Ridwan Fiki, Dini Salmiyah dan Fithrah Ali pada tahun 2017 yang merupakan mahasiswa Universitas Telkom Bandung mengarah pada pemberdayaan media sosial dalam melaksanakan giat Kampanye *Public Relations* , yaitu dengan media sosial “Youtube” karena media sosial ini mudah diakses oleh masyarakat Kota Bandung, selain itu masyarakat Kota Bandung dihuni oleh para kaum muda mayoritasnya sehingga menjadi strategi kampanye yang tepat sasaran.

Hasil Penelitian menunjukkan adanya kampanye Bandung Toleran yang telah dilaksanakan oleh humas pemkot Bandung mendapat respon yang positif dari masyarakat. Pesan yang disampaikan oleh humas pemkot Bandung diterima dengan baik oleh masyarakat Bandung. Indikator keberhasilan kampanye Bandung Toleran yang ditetapkan oleh humas yakni tidak ada kejadian serupa di lain hari.

5) Menciptakan Perdamaian Melalui Pendidikan Perdamaian di Sekolah

Penelitian yang dilakukan oleh Taat Wulandari pada Tahun 2010 yang merupakan salah satu Dosen Pendidikan di Universitas Yogyakarta menerangkan bahwa Penelitian ini lebih menitikberatkan pada objek atau elemen penting penelitian terkait proses akulturasi budaya perdamaian disekolah meliputi pentingnya dorongan sekolah, guru sebagai agen perdamaian, pemerintah dan materi kurikulum. Misi sosial perdamaian

menjadi isu yang penting terutama dilingkungan pendidikan dalam implementasi kehidupan yang tentram.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa sekolah dapat berperan menciptakan, menjaga, dan membangun perdamaian. Langkah yang bisa dilaksanakan adalah dengan memberikan materi tentang perdamaian di sekolah atau dalam kurikulum sekolah. Kampanye *Public Relations* yang dilaksanakan memiliki kriteria teknik dan strategi pelaksanaannya disesuaikan dengan sasaran kampanye.

Tabel 1.1
Daftar Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan penelitian yang akan dilaksanakan	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan
1	Arifin Sugianto dan Antonius Wilson Sembiring, (2018) Universitas Sari Mutiara Indonesia	Kampanye <i>Public Relations</i> dalam membentuk sikap positif khalayak (Studi pada Kampanye Kawasan Bebas Rokok yang diimplementasikan oleh Universitas Sari Mutiara Indonesia)	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menjelaskan bahwa Kampanye <i>Public Relations</i> dalam membentuk sikap positif khalayak yang dilakukan oleh Universitas Sari Mutiara Indonesia di Kawasan Bebas asap rokok menunjukkan perubahan sikap positif khalayak terhadap pelaksanaan kampanye tersebut. Hal tersebut juga perlu didukung dengan meningkatkan kualitas kebersihan dan kenyamanan	Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsih berupa ide dan pemikiran dalam Kampanye <i>Public Relation</i> output dari sebuah program kampanye dengan penelitian Kuantitatif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui <i>output</i> dari pelaksanaan Kampanye <i>Public Relations</i> menggunakan Model Pengolahan Data Kuantitatif.

				dengan tetap menerapkan kebijakan kawasan bebas rokok di lingkungan kampus		
2	Winda Anindita, (2016) Universitas Pasundan	Strategi Kampanye Public Relations Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP) Dalam Meningkatkan Sosialisasi Plastik Berbayar Di Kota Bandung Studi Kasus Mengenai Strategi Kampanye Public Relations GIDKP dalam Meningkatkan Sosialisasi Plastik Berbayar Di Super Indo Dago	Penelitian Kualitatif Studi Kasus	Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik sudah berusaha dan berupaya dengan baik melakukan kampanye, GIDKP telah menerapkan tahapan-tahapan perencanaan dalam sebuah kampanye sosial. GIDKP juga telah dengan cermat memetakan khalayak dan membaginya dengan skala prioritas kepada isu yang akan di angkat, dengan begitu kegiatan yang dilakukan setidaknya dapat terfokus kepada hal-hal yang penting. GIDKP berusaha membuat sebuah program yang sebelumnya di tentukan melalui <i>Group Discussion</i> dengan para anggotanya yang disebut dengan <i>Working Group</i> .	Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsih berupa ide dan pemikiran dalam Startegi Kampanye <i>Public Relation</i> dalam proses pelaksanaan program dengan penelitian kualitatif.	Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah Kualitatif Studi Kasus yang berusaha melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas terhadap satu atau lebih . Studi kasus terikat oleh waktu dan aktivitas, peneliti melakukan pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan.

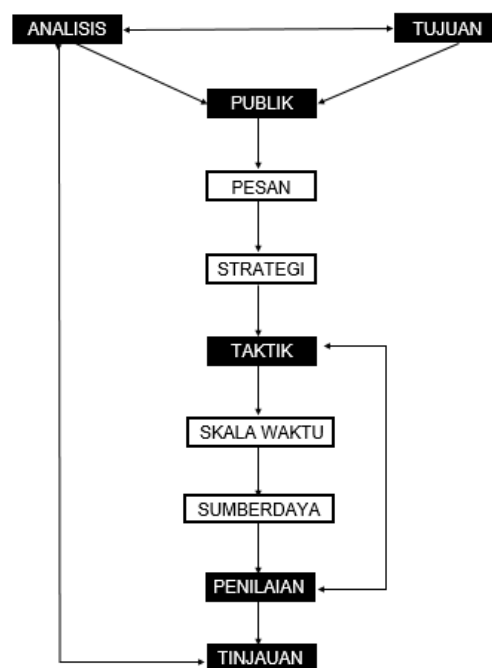
3	Ratnawati, (2017) UIN Alaudin Makasar	Strategi Kampanye Public Relations Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Melakukan Donor Darah Pada Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Makassar	Penelitian Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye yang diterapkan oleh Public relations PMI Kota Makassar dalam meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah yaitu: (1) Strategi publikasi (<i>strategy of publicity</i>), yakni melakukan penyebaran pesan atau informasi melalui proses publikasi, melalui kerjasama dengan berbagai media, baik media cetak, media elektronik dan media sosial. (2) Strategi mempengaruhi (<i>strategy of persuasion</i>) yakni melakukan strategi dengan membujuk atau mempengaruhi masyarakat melalui teknik sugesti untuk mengubah pola pikir masyarakat dan sadar akan pentingnya berdonor darah. Strategi ini dilakukan dengan cara tatap muka secara langsung.	Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsih berupa ide dan pemikiran dalam Kampanye <i>Public Relation</i> sebagai bentuk kesadaran kolektif terhadap misi sosial dengan penelitian kualitatif Deskriptif.	Strategi public relations yang diterapkan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah pada PMI Kota Makassar menggunakan <i>strategy of publicity & strategy of persuasion</i> yang menitikberatkan pada pendekatan khalayak dan persuasif.
4	Ridwan Fikri, Dini Salmiyah dan Fithrah Ali (2017), Universitas	Strategi Kampanye Bandung Toleran Oleh Humas Pemerintah	Penelitian Kualitatif Studi Kasus	Adanya kampanye Bandung Toleran yang telah dilaksanakan oleh humas pemkot Bandung mendapat	Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsih berupa ide dan pemikiran dalam	Strategi yang digunakan oleh humas pemkot Bandung salah satunya

	Telkom	Kota Bandung Melalui Youtube		respon yang positif dari masyarakat. Pesan yang disampaikan oleh humas Pemkot Bandung diterima dengan baik oleh masyarakat Bandung. Indikator keberhasilan kampanye Bandung Toleran yang ditetapkan oleh humas yakni tidak ada kejadian serupa dilain hari.	Strategi Kampanye <i>Public Relation</i> serta Pelaksanaan Program yang melibatkan khalayak banyak dengan penelitian kualitatif.	dengan mengkampanyekan melalui media sosial. Media sosial Youtube merupakan langkah yang diambil untuk media berkampanye . Kemudahannya mengakses media tersebut menjadi <i>media campaign</i> yang utama.
5	Taat Wulandari (2010), Universitas Negeri Yogyakarta	Menciptakan Perdamaian Melalui Pendidikan Perdamaian di Sekolah	Penelitian Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian menjelaskan bahwa sekolah dapat berperan menciptakan , menjaga, dan membangun perdamaian. Langkah yang bisa dilaksanakan adalah dengan memberikan materi tentang perdamaian di sekolah atau dalam kurikulum sekolah.	Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsih berupa ide dan pemikiran dalam Strategi Kampanye <i>Public Relation</i> serta Implementasi nilai-nilai program kampanye dengan penelitian Kualitatif Deskriptif	Penelitian ini lebih menitikberatkan pada objek atau elemen penting penelitian terkait proses akulturasi budaya perdamaian disekolah meliputi pentingnya dorongan Sekolah, Guru sebagai agen perdamaian, pemerintah dan materi kurikulum.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan Tahapan proses Kampanye PR (*The Ten Stages of Campaign Planning*) yang dikembangkan oleh Rosady Ruslan dalam (Gregory, 1996:52-53) berdasarkan sepuluh tahapan perencanaan kampanye tersebut meliputi Analisis, tujuan, publik atau khalayak sasaran, pesan-pesan, strategi kampanye, taktik pelaksanaan, skala waktu, sumber daya, evaluasi atau penilaian, dan peninjauan.

Proses Perencanaan Kampanye melalui Sepuluh Tahapan digambarkan dalam kerangka berikut ini :



Gambar 1.1 Perencanaan Kampanye melalui Sepuluh Tahapan Secara Logis

(Gregory dalam Ruslan, 2013:99-107)

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kwartir Daerah Jawa Barat yang beralamat di Jl. Cikutra Kec.Cikutra Kota Bandung, Jawa Barat Indonesia. Alasan peneliti memilih Kwarda Jawa Barat karena dalam penilaian tingkat Kwartir Nasional, Kwarda Jawa Barat menjadi Kwartir Daerah Tergiat Tk.Nasional dalam aspek pengelolaan *Media Relations*, intensitas penyelenggaraan kegiatan, tertib administrasi dan sumber daya pelatih serta anggota Pramuka Jawa Barat yang secara sinergi mendukung pelaksanaan program.

Messenger of Peace Indonesia senantiasa melaksanakan program yang mendorong serta mengembangkan nilai-nilai kemanusiaan dan perdamaian lewat kegiatan yang memberikan edukasi mengenai isu kemanusiaan di tingkat lokal dan global, menyebarluaskan informasi positif mengenai pentingnya sebuah perdamaian untuk kehidupan umat manusia serta membuat *media campaign* yang dapat dinikmati oleh seluruh kalangan, mendorong setiap anggota pramuka untuk terlibat aktif dalam misi perdamaian dunia serta kemas kegiatan sosialisasi yang menarik dalam bentuk *roadshow* dan kegiatan perjalanan perdamaian ke pelosok Indonesia.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

a) Paradigma Konstruktivisme

Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah, dan masuk akal. (Mulyana, 2003:9).

Paradigma konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu. Peneliti kualitatif percaya bahwa kebenaran ialah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang-orang melalui interaksinya dengan situasi sosial mereka (Danim, 2002:18).

Penelitian menggunakan Paradigma ini telah mengungkapkan proses pelaksanaan Kampanye *Public Relations Scout Journey for Peace* yang diteliti serta menemukan kesesuaian antara tahapan proses perencanaan hingga pelaksanaan Kampanye *Public Relations* tersebut dengan hasil penelitian sehingga menciptakan dampak positif bagi lingkungan atau publik sasaran kampanye.

b) Pendekatan Kualitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif, merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek. Alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005).

Penelitian Kualitatif adalah suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada gejala-gejala yang bersifat alamiah karena orientasinya demikian, maka sifatnya naturalistik dan mendasar atau bersifat kealamiahannya serta tidak bisa dilakukan di laboratorium melainkan harus terjun di lapangan. Oleh sebab itu, penelitian semacam ini disebut dengan *field study*. (Nazir, 1986:159).

Penelitian Kualitatif lebih berfokus pada Pendekatan interpretatif yaitu mencari penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman orang yang diteliti. Pendekatan interpretatif diadopsi dari orientasi praktis. Secara umum pendekatan interpretatif merupakan sebuah sistem sosial yang memaknai perilaku secara detail langsung mengobservasi. (Newman, 1997: 68).

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif untuk meneliti gejala ilmiah dalam proses kampanye *Scout Journey for Peace*, merupakan program yang bergerak dalam menangani permasalahan isu sosial dengan menyebarkan nilai-nilai perdamaian yang dilakukan oleh anggota pramuka kepada seluruh khalayak. Penelitian Kualitatif memudahkan penulis untuk membangun hasil penelitian yang kompleks dan luas dalam memperkaya hasil penelitian, bahasan hasil penelitian yang menyeluruh serta sumbangsih tafsiran baru yang didapat dari hasil penelitian Program *Scout Journey for Peace* dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan penulis adalah Analisis Deskriptif. Metode Penelitian Kualitatif lebih mengkaji perspektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan (Sukmadinata, 2005:33).

Ciri lain metode deskriptif adalah menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah. Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat. Ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi. Penelitian harus mampu mengembangkan pernyataan yang relevan dan benar, pernyataan yang dapat menjelaskan situasi yang sebenarnya atau mendeskripsikan relasi kausalitas dari suatu persoalan. (Ardianto, 2016:60-61).

Penulis berupaya menggambarkan program kampanye yang merupakan fenomena dari suatu komunitas atau organisasi yang dalam hal ini *Messengers of Peace* Jawa Barat menurut pandangan komunitas tersebut dengan tradisi Fenomenologi. Menurut *Creswell* Tradisi Fenomenologi merupakan studi dengan pendekatan fenomenologis berupaya untuk menjelaskan makna pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala, termasuk di dalamnya konsep diri atau pandangan hidup mereka sendiri. (Creswell, 1998:51).

Kampanye *Public Relations Messenger of Peace* Pramuka Indonesia menggunakan metode deskriptif yang merujuk pada intepretasi mengenai proses kegiatan atau aktivitas kampanye *Scout Journey for Peace* yang telah dilaksanakan oleh Kwarda Jawa Barat serta strategi dan taktik pelaksanaan program tersebut dideskripsikan berdasarkan hasil temuan agar dapat dirasakan secara alamiah manfaatnya oleh khalayak peserta kegiatan tersebut sehingga mengetahui tanggapan terhadap fenomena yang terjadi di lapangan..

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan Jenis dan Sumber data secara Primer dan Sekunder. Data ini membantu peneliti dalam memastikan keakuratan informasi yang didapatkan serta membantu memvalidasi informasi yang didapatkan dari hasil penelitian.

Data Primer didapatkan dari sumber secara langsung berupa opini dari subyek (orang) secara individual dan kelompok. Data primer menurut Umar (2003 : 56) merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan. Dalam penelitian ini, Data Primer didapatkan dari hasil wawancara bersama Tim Pelaksana dan Staff Kwarda Jawa Barat yang berkaitan dengan program *Scout Journey for Peace* ini.

Data Sekunder Menurut Sugiyono (2005 : 62) adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya peneliti harus melalui orang lain atau harus mencari melalui dokumen. Data Sekunder penulis dapatkan dari lembaga atau organisasi lokasi penelitian serta pemberitaan di *media campaign* yang mendukung terhadap pembentukan citra dimasyarakat, majalah bulanan, buku perjalanan kampanye dan rancangan program serta Jurnal *MoP* dan pemberitan mengenai kegiatan *Scout Journy for Peace* yang mendukung terhadap kualitas penelitian.

1.6.5 Penentuan Informan Penelitian

Informan memiliki peran penting dalam menentukan hasil sebuah penelitian. Penentuan informan perlu memperhatikan sasaran dari penelitian

yang akan kita laksanakan. Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2007: 132).

Penentuan informan pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, di mana pemilihan dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dan ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Penentuan informan dalam penelitian ini ditentukan dengan syarat sebagai berikut :

- a) Informan adalah Ketua Organisasi atau *Organizing Commite* adalah Jaenal Mutakin, anggota Gerakan Pramuka dari Kwarcab Kuningan, Jawa Barat. Beliau adalah salah satu dari tiga orang Indonesia yang menerima Penghargaan *World Messenger of Peace Hero Award* yang penghargaan diberikan oleh Raja Arab Saudi Salman bin Abdul Aziz Al Saud dan Raja Swedia Carl XVI Gustav. Alasannya karena informan merupakan individu yang berhubungan langsung dan mengelola kampanye serta memimpin seluruh rangkaian tahapan proses pelaksanaan Kampanye Perdamaian *Messenger of Peace* di Indonesia.
- b) Informan Konseptor, Wakil Ketua Bidang Bina Muda dan Bidang Pusat Informasi dan Komunikasi Pramuka Kwartir Daerah Jawa Barat yang menaungi program kampanye *Messengers of Peace* untuk Bagian Provinsi Jawa Barat yang terlibat aktif dan merumuskan konsep pelaksanaan Program Kampanye *Public Relations* tersebut,

telah mengikuti kegiatan *Scout Journey for Peace* dan mengetahui mengenai proses pengelolaan dan perencanaan program Kampanye *Public Relations Messenger of Peace* Pramuka Indonesia.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

a) Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang akan penulis lakukan pada penelitian Kampanye *Public Relations Messenger of Peace* di Indonesia, Wawancara dipilih sebagai teknik pengumpulan data karena membantu menggambarkan dan mengungkapkan secara rinci mengenai proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan dari informan sekaligus pengelola dan pelaksana Kampanye *Public Relations* tersebut.

Moleong (2007) mendefinisikan *Indept Interview* adalah suatu percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara mendalam menjelaskan keintiman sebuah proses komunikasi dalam menggali dan menemukan hasil penelitian sehingga membantu menggambarkan secara jelas kepada peneliti.

Wawancara yang penulis laksanakan adalah wawancara untuk mencari data yang mudah dikualifikasi, digolongkan, dan

diklasifikasikan, pada saat peneliti telah mendapatkan jawaban atas penelitian yang dimaksud, dimana sebelumnya peneliti menyiapkan daftar pertanyaan untuk di ajukan kepada seluruh informan yang telah di kelompokkan oleh penulis. Dalam pelaksanaan wawancara ini peneliti akan melaksanakan wawancara sekurang kurangnya kepada enam informan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan juga mengacu pada pedoman wawancara yang telah penulis buat dalam bentuk pertanyaan singkat untuk mengetahui pemahaman informan terkait pelaksanaan program SJFP sehingga menghasilkan hasil wawancara yang selanjutnya diolah menjadi hasil penelitian.

b) Observasi Partisipatif

Observasi adalah Proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti. Observasi ini menjadi salah satu dari teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, yang direncanakan dan dicatat secara sistematis, serta dapat dikontrol keandalan (*reliabilitas*) dan kesahihannya (*validitas*) (Usman dan Purnomo, 2008: 5).

Observasi Partisipasi adalah observasi yang dilakukan dengan observer terlibat langsung secara pasif dalam objek yang diteliti, tidak terlibat secara seluruhnya mulai dari perencanaan program Kampanye *PR Messenger of Peace* di Indonesia hingga pengelolaan tetapi ikut meninjau proses pelaksanaan kegiatan tersebut.

Peneliti melakukan kegiatan observasi Partisipatif berupa pengamatan untuk memperoleh data yang jelas dan rinci terkait dengan program Kampanye *PR Messenger of Peace* di Indonesia. Jenis Observasi yang penulis lakukan adalah observasi langsung, seperti meninjau pada proses pelaksanaan kegiatan tersebut dengan menghadiri workshop *Messengers of Peace* ke berbagai wilayah yang ada di Jawa Barat dan Launching Buku “Perjalanan Damai” di Bogor.

c). **Studi Dokumen**

Studi dokumen adalah salah satu metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian sebuah data-data serta informasi yang didapatkan oleh peneliti melalui dokumen-dokumen baik tertulis maupun gambar yang dapat mendukung dalam proses penelitian. Studi Dokumen ini di gunakan untuk memperkuat kebenaran atas penelitian yang telah di laksanakan oleh peneliti.

Studi Dokumentasi didasarkan pada pernyataan Bogdan dan Biklen dalam Sugiyono (2018: 82) yang menjelaskan bahwa dalam kebanyakan tradisi penelitian kualitatif, paragraf yang terdapat dalam sebuah dokumen pribadi digunakan secara luas untuk merujuk pada sumber asal penelitian dari seorang individu yang menggambarkan tindakan, pengalaman, dan keyakinannya sendiri.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan studi dokumentasi dengan melihat berbagai literatur dari buku (fisik maupun elektronik), artikel

terkait, dan data-data atau informasi terkait serta dianggap perlu untuk memperkaya hasil penelitian yang masih relevan dengan pemahaman peneliti mengenai Kampanye *Public Relations Messengers of Peace* Pramuka Indonesia.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Penentuan keabsahan data penting dilakukan oleh seorang peneliti guna menjaga kredibilitas informasi dan karya yang dihasilkan. Penulis menggunakan metode triangulasi dalam penentuan keabsahan data penelitian ini.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2012:330). Triangulasi dibedakan menjadi empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. (Denzin dalam Moleong, 2012:330).

Penulis menggunakan teknik triangulasi dengan sumber juga metode yang menunjang terhadap penelitian Kampanye PR *Messengers of Peace* ini. Teknik triangulasi dengan sumber, membantu peneliti membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari masing-masing sumber atau informan penelitian sebagai pembanding untuk mengecek kebenaran informasi yang didapatkan sehingga memudahkan peneliti untuk mengetahui asal dan pusat informasi yang telah penulis kumpulkan.

Sedangkan melalui teknik triangulasi dengan metode, memudahkan penulis melakukan pengecekan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga informasi hasil penelitian yang didapatkan valid dan dapat dipercaya.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Analisis Data untuk penelitian kualitatif dilakukan pada saat tahap akhir pengumpulan data selesai, setelah pengumpulan data selesai proses selanjutnya adalah melakukan analisis data yang didapat hasil wawancara dan observasi, Jika data yang didapatkan dirasa belum memenuhi kriteria penelitian serta belum memuaskan, peneliti melanjutkan tahapan wawancara hingga pertanyaan yang mengarah dan memenuhi rancangan penelitian sehingga mendapatkan data yang kredibel dan tepat sasaran.

A. Reduksi Data

Reduksi Data sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung (Miles & Huberman, 92: 16).

Pada Proses Reduksi Data penulis fokus pada data di ambil untuk disajikan dalam penelitian, beberapa data yang asing dan di anggap tidak perlu atau tidak sesuai, penulis telah mereduksi data yang diperlukan, serta

menganalisis secara detail dan jelas dalam mereduksi data, pada penelitian ini penulis melakukan reduksi data dari hasil wawancara mendalam dan observasi partisipatif yang telah peneliti lakukan dalam Program *Scout Journey for Peace*.

B. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan agar data hasil reduksi dapat terorganisasikan dengan baik dan tersusun dalam pola hubungan sehingga memudahkan bagi para pembaca untuk memahami data penelitian. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian naratif, bagan, hubungan antar kategori, diagram alur (*flow chart*) dan lain sejenisnya. Prosesnya dapat dilakukan dengan cara menampilkan dan membuat hubungan antar fenomena untuk memaknai apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang perlu ditindaklanjuti untuk mencapai tujuan penelitian (Patilima :2005).

Penyajian data penulis lakukan dalam bentuk uraian naratif yang menggambarkan proses perencanaan, pengelolaan dan pelaksanaan serta tahapan evaluasi program Kampanye *PR Messenger of Peace* di Indonesia serta bagan yang mendukung proses koordinasi dan pelaksanaan program tersebut. penyajian data yang relevan dengan baik membantu peneliti menghasilkan analisis kualitatif yang relevan dan valid.

C. Kesimpulan atau Verifikasi Data

Langkah selanjutnya dalam proses analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan berdasarkan temuan dan melakukan verifikasi data.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori.

Selanjutnya tahapan verifikasi data kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila daya dukung data-data kuat dengan bukti yang konsisten sesuai dengan kondisi yang ditemukan peneliti pada saat dilapangan, maka kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian tersebut dianggap kredibel karena telah memenuhi syarat bukti-bukti yang kuat. (Miles dan Huberman, 1998:12).

Proses kesimpulan yang dilakukan oleh penulis adalah dengan verifikasi data yang telah didapatkan oleh penulis setelah melewati tahapan reduksi dan penyajian data dengan membandingkan hasil penelitian dengan informasi-informasi yang disampaikan oleh informan pada saat proses pengambilan data kepada tim pelaksana *Scout Journey for Peace* dan menemukan kesesuaian data dengan hasil penelitian sehingga terjadi kolerasi hasil penelitian.

1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.2
Rencana Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Januari 2019	Februari 2019	Maret 2019	April 2019	Mei 2019	Juni 2019	Juli 2019	Agustus 2019
1	Tahapan Pertama : Observasi Lapangan dan Pengumpulan Data								
	Pengumpulan Data Proposal Penelitian								
	Penyusunan Proposal Penelitian								
	Bimbingan Proposal Penelitian								
	Revisi Proposal Penelitian								
2	Tahapan Kedua : Seminar Usulan Penelitian								
	Sidang Usulan Penelitian								
	Revisi Usulan Penelitian								
3	Tahapan Ketiga : Penyusunan Skripsi								
	Pelaksanaan Penelitian								
	Analisis dan Pengolahan Data								
	Penulisan Laporan								
	Bimbingan Skripsi								
4	Tahap Keempat : Sidang Skripsi								
	Bimbingan Akhir Skripsi								
	Sidang Skripsi								
	Revisi Skripsi								

(Sumber: Hasil Olahan Penelitian)