

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kampanye *Public Relations* merupakan seluruh bentuk aktivitas komunikasi yang terorganisir, ditujukan secara langsung kepada masyarakat yang menjadi publik atau khalayak dari lembaga atau suatu perusahaan, dalam periode yang sudah ditentukan oleh perusahaan atau instansi. Kampanye *Public Relations* memiliki tujuan untuk menaikkan kepekaan dan pengetahuan serta merubah sikap dan pandangan masyarakat yang menjadi publik atau khalayak dari lembaga atau suatu perusahaan sesuai dengan tujuan dan kapabilitas yang ingin dijangkau lembaga atau suatu perusahaan, melalui suatu kebijakan atau program yang dilaksanakan oleh lembaga atau suatu perusahaan.

Sugianto dan Sembiring (2018), dalam Jurnal tentang kampanye *Public Relations* dalam membentuk sikap positif khalayak, Vol 2 No. 1 menjelaskan bahwa Kampanye merupakan bentuk aktivitas komunikasi yang sengaja dan sudah direncanakan dengan tujuan untuk melaksanakan tujuan yang sesuai dengan visi dan kapabilitas dari lembaga dan berusaha untuk mempengaruhi sikap dan pandangan publik sebagai target sasarannya. Kampanye *Public Relations* merupakan salah satu bentuk aktivitas komunikasi yang diharapkan menjadi jalan keluar dalam penanggulangan masalah-masalah sosial yang ada di masyarakat.

Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana (DP3AKB) Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu lembaga yang melaksanakan kegiatan kampanye *Public Relations* yang memiliki tujuan untuk

membagikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat Jawa Barat tentang fungsi beserta tujuan lembaga. DP3AKB Jawa Barat mempunyai program sekolah perempuan capai impian dan cita-cita (SEKOPER CINTA).

Tujuan dilakukannya program sekolah perempuan capai impian dan cita-cita (SEKOPER CINTA) adalah untuk meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat, dan program tersebut menjadi sebuah program kampanye dalam membangun dan meningkatkan citra Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana (DP3AKB) Provinsi Jawa Barat.

Berdasarkan data pra-penelitian yang dikutip dari laman website databoks (12 Juli 2020):

Indeks Ketimpangan Gender Indonesia berada di 0,453 poin, lebih tinggi dari rata-rata ASEAN sebesar 0,356 poin. Indonesia menempati urutan keempat setelah Kamboja dengan 0,473 poin, Laos dengan 0,461 poin dan Myanmar dengan 0,456 poin.

Berdasarkan data pra-penelitian diatas, ketimpangan gender Indonesia tertinggi menempati urutan keempat di ASEAN, terlihat di dalam kehidupan bermasyarakat adanya ketidaksetaraan hidup antara kaum perempuan dan kaum laki-laki dalam partisipasi, akses di berbagai bidang, seperti penguasaan sumber daya di bidang politik, ekonomi, kesehatan, pendidikan, dan bidang strategis lainnya.

Pengarusutamaan gender untuk membangun, mengefektifkan sekaligus meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup perempuan di berbagai bidang merupakan tanggung jawab bagi semua lembaga pemerintah di tingkat daerah

hingga ke tingkat pusat. Berdasarkan data yang di kutip dari situs website kemenkeu (13 Juli 2020):

Pemerintah Indonesia menetapkan Instruksi Presiden dalam No. 9 Tahun 2000 mengenai pengarusutamaan gender dalam pembangunan nasional.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di masyarakat bahwa masih terlihat adanya ketidaksetaraan hidup antara perempuan dan laki laki dan masih rendahnya kualitas hidup perempuan dalam berbagai bidang. Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat melalui DP3AKB Jawa Barat menyadari akan pentingnya untuk melindungi dan memenuhi hak Perempuan serta meningkatkan kualitas hidup perempuan, membuat program Sekoper Cinta untuk mendorong perempuan menjadi pribadi yang lebih mandiri, tangguh tetapi saat berada di rumah tidak meninggalkan kodrat sebagai seorang ibu dan istri.

Berdasarkan data pra-penelitian yang dikutip dari laman website Kompas (13 Juli 2020):

Ketua DP3AKB Jawa Barat mengemukakan bahwa Sekoper Cinta merupakan ruang bagi kaum perempuan dalam berkomunikasi, berinteraksi, bertukar pengetahuan, dan pengalaman. Program ini menjadi ruang untuk mengenali dan mengembangkan potensi keahlian yang dimiliki perempuan di berbagai bidang, dari mulai pemahaman siapa dirinya, bagaimana mendidik anak, hingga bagaimana perempuan mempunyai peluang untuk membantu dari sisi sosial dan ekonomi. Sekoper Cinta juga berfungsi untuk mencegah masalah sosial pada perempuan yang ada di kehidupan bermasyarakat seperti, pelecehan, kekerasan dan diskriminasi terhadap kaum perempuan.

Mendidik dan memberdayakan perempuan sangat diperlukan untuk mencapai kesetaraan akses, peran dan partisipasi kaum perempuan dalam berbagai bidang maka, program sekoper cinta dapat digunakan sebagai solusi untuk meminimalkan permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat khususnya kaum perempuan, mendorong perempuan untuk berpengetahuan dan berwawasan sebagai dasar dari pemberdayaan. Perempuan menjadi tangguh, baik secara kemampuan maupun mental sehingga perempuan akan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga hingga masyarakat.

Modul Pembelajaran Program sekoper cinta disusun secara komprehensif, dalam kerangka pemberdayaan perempuan dengan tidak meninggalkan karakter dan budaya masyarakat Jawa Barat. Sehingga modul yang dikembangkan dalam sekoper cinta meliputi modul dasar, modul tematik, dan dilanjutkan modul keterampilan khusus, keterampilan khusus yang dilatihkan adalah *e-commerce* dan kursus menjahit. Modul keterampilan khusus program sekoper cinta diintegrasikan dengan program Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.

Selama Program Sekoper Cinta dijalankan, program ini telah mendapatkan apresiasi tinggi dari berbagai lembaga yaitu dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA) Republik Indonesia (RI), serta dari *Ministry Of Gender Equality and Family* (MOGE) Korea Selatan, yang menjadikan Program sekoper cinta sebagai proyek kerjasama di bidang pengarusutamaan gender dan pemberdayaan perempuan di Indonesia. Tujuan dari proyek tersebut adalah untuk memperkuat pemberdayaan ekonomi perempuan di

Indonesia melalui pelatihan vokasi, peningkatan akses perempuan pada pekerjaan dan kewirausahaan, dan mendirikan sekolah vokasi perempuan sebagai percontohan untuk kemudian direplikasi di lokasi lainnya di Indonesia.

Program Sekoper Cinta mendapatkan respon positif dari masyarakat Jawa Barat khususnya kaum perempuan. Berdasarkan hal tersebut terbukti dari jumlah lulusan program Sekoper Cinta. Berdasarkan data pra-penelitian yang dikutip dari laman website Pikiran Rakyat (13 Juli 2020):

Program Sekoper Cinta setiap tahunnya mempunyai lulusan sebanyak 2.700 yang berasal dari 100 desa yang ada di 27 kabupaten dan kota se Jawa Barat. Lulusan dari Program Sekoper Cinta memiliki tugas untuk melakukan pengkaderan kepada sedikitnya tiga perempuan yang ada di wilayahnya. Perempuan-perempuan yang sudah lulus ini diharapkan dapat menjadi relawan yang dapat menyebarkan informasi dan ilmu yang telah didapat selama proses pembelajaran kepada masyarakat luas

Salah satu langkah awal agar Program Sekoper Cinta dapat terlaksana dengan baik yang sesuai dengan tujuan yang hendak diraih oleh lembaga DP3AKB Jawa Barat, program tersebut harus melibatkan praktisi *Public Relations* dengan melakukan kampanye *Public Relations*. Kampanye *Public Relations* dalam sebuah lembaga diharapkan mampu memperlancar jalannya interaksi antara khalayak dengan lembaga serta pemberian informasi dari lembaga kepada khalayak mengenai program atau kegiatan yang dilaksanakan oleh lembaga, sehingga dapat menarik minat khalayak dalam mengikuti kegiatan atau program yang dilakukan, melalui teknik dan proses komunikasi yang terencana,

bertahap dan berkelaluan sehingga akan memenuhi publisitas dan mendapatkan citra yang positif bagi lembaga.

Program Sekoper Cinta secara bertahap di sosialisasikan dan dipublikasikan kepada masyarakat ke berbagai daerah di Jawa Barat dan melalui berbagai jenis media, media massa televisi TVRI dan melalui media online seperti media website resmi DP3AKB Provinsi Jawa Barat, akun instagram @sekoper_cinta, dan akun *youtube* Sekoper Cinta Jabar.

Berdasarkan data pra-penelitian yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa Program Sekoper Cinta telah berhasil dilaksanakan. Masyarakat khususnya perempuan di Jawa Barat antusias terhadap program tersebut, terlihat dari banyaknya lulusan Program Sekoper Cinta. Program ini dapat menjadi solusi dan inovasi baru dalam mencegah dan mengatasi masalah eksploitasi, pelecehan, kekerasan dan diskriminasi terhadap perempuan di era sekarang, sehingga kualitas hidup perempuan akan meningkat dan tidak ada ketidaksetaraan antara perempuan dan laki-laki.

Metode penelitian yang peneliti gunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif. Peneliti ingin memahumi dan memaparkan proses dari aktivitas Kampanye *Public Relations* yang dilaksanakan oleh DP3AKB Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program sekolah perempuan capai impian dan cita-cita (SEKOPER CINTA).

1.2 Fokus Dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian yang dijabarkan dalam latar belakang penelitian penulis merumuskan fokus dan pertanyaan penelitian, yaitu “Kampanye *Public Relations* dalam Meningkatkan Kualitas Hidup Perempuan di Jawa Barat melalui Program Sekolah Perempuan Capai Impian dan Cita-Cita (SEKOPER CINTA) DP3AKB Provinsi Jawa Barat”. Berdasarkan fokus penelitian maka pertanyaan penelitian diantaranya, yaitu:

1. Bagaimana identifikasi masalah yang dilakukan DP3AKB Jawa Barat terhadap kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program sekoper cinta?
2. Bagaimana perancangan yang dilakukan DP3AKB Jawa Barat terhadap kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program sekoper cinta?
3. Bagaimana pelaksanaan yang dilakukan DP3AKB Jawa Barat terhadap kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program sekoper cinta?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, meliputi:

1. Untuk mengetahui bagaimana identifikasi masalah yang dilakukan DP3AKB Jawa Barat terhadap kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program sekoper cinta
2. Untuk mengetahui bagaimana perancangan yang dilakukan DP3AKB Jawa Barat terhadap kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program sekoper cinta
3. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan yang dilakukan DP3AKB Jawa Barat terhadap kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program sekoper cinta

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Kegunaan akademis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya pengetahuan mengenai konsep atau teori yang mendukung kemajuan ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi *Public Relations* mengenai kampanye *Public Relations*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktisi dari hasil penelitian ini sebagai tambahan pengetahuan untuk humas di lembaga swasta ataupun pemerintah mengenai proses kampanye *Public Relations* yang baik dan tepat melalui identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi, sehingga program atau kegiatan yang dilaksanakan

dapat diterima secara positif oleh masyarakat dan berdampak positif bagi masyarakat.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali Penelitian ini dengan mengumpulkan dan memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian saat ini sebagai bahan rujukan, masukan dan perbandingan, selanjutnya mengklasifikasikan penelitian terdahulu berdasarkan persamaan dan perbedaannya, sehingga orisinalitas dari penelitian ini akan terlihat.

Pertama penelitian yang dilaksanakan oleh Luthfy Ahmad Muslim (2019) UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dengan judul “Kampanye *Public Relations* Kementerian Agama Tentang Kerukunan Umat Beragama (Analisis Deskriptif Pada Sub Bagian Hukum dan Kerukunan Beragama Kanwil Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat)”. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kegiatan kampanye *Public Relations* tersebut dilaksanakan melalui sub bagian hukum dan kerukunan umat beragama dan dijalankan secara praktis oleh penyuluh agama melalui beberapa proses yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dengan melibatkan penyuluh agama sebagai pelaksana kampanye yang terjun langsung kepada masyarakat sebagai target kampanye.

Penelitian terdahulu dilakukan di Kanwil Kementerian Agama Provinsi Jawa, berbeda dengan peneliti saat ini melakukan penelitian di Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana (DP3AKB) Provinsi Jawa Barat. Perbedaan penelitian juga terletak pada konsep yang dipakai, Peneliti terdahulu menggunakan konsep dimensi praktis kampanye dari Antar Venus, berbeda dengan peneliti saat ini menggunakan konsep kampanye dari Leond Ostegaard. Persamaan dari kedua penelitian adalah keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif analisis deskriptif dan tema yang dibahas mengenai kampanye *Public Relations* yang dilaksanakan oleh lembaga pemerintahan.

Kedua penelitian yang dilaksanakan oleh Elta Muktiyardi (2019) UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dengan judul “Kampanye gemar membaca melalui program kotak literasi cerdas (Kolecer) Analisis deskriptif pada bidang BPBGM Dispusipda Jawa Barat”. Metode analisis deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara secara mendalam. Hasil dari penelitian ini memaparkan bahwa strategi kampanye yang dipakai oleh Dispusipda Provinsi Jawa Barat melalui program kolecer menggunakan empat tahapan, yaitu *Fact Finding, Planning and Programing, Taking Action and Communication, Evaluation*.

Penelitian terdahulu dilakukan di Dispusipda Provinsi Jawa Barat, berbeda dengan peneliti saat ini melakukan penelitian di Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana (DP3AKB) Provinsi Jawa Barat. Perbedaan penelitian juga terletak pada konsep yang dipakai, peneliti terdahulu

menggunakan konsep dari Cutlip, Center dan Broom yaitu *Four Step Public Relations*, berbeda dengan peneliti saat ini menggunakan konsep model kampanye dari Leond Ostegaard. Persamaan dari kedua penelitian adalah keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif analisis deskriptif dan mengangkat tema mengenai kampanye *Public Relations* yang dilaksanakan oleh suatu instansi pemerintahan dalam mensosialisasikan program yang dilakukan instansi.

Ketiga penelitian yang dilaksanakan oleh Arifin Sugianto dan Antonius Wilson Sembiring (2019) Universitas Sari Mutiara Indonesia, dengan judul “Kampanye *Public Relations* dalam Membentuk Sikap Positif Khalayak Studi pada Kampanye Kawasan Bebas Rokok yang Diimplementasikan oleh Universitas Sari Mutiara Indonesia”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui teknik komunikasi tidak langsung, yaitu dengan menyebarkan kuesioner.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Kampanye *Public Relations* yang telah dilaksanakan menciptakan sikap positif publik.

Penelitian terdahulu dilakukan di Universitas Sari Mutiara Indonesia, berbeda dengan peneliti saat ini melakukan penelitian di Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana (DP3AKB) Provinsi Jawa Barat. Perbedaan penelitian juga terdapat pada metode yang digunakan, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif Analisis Deskriptif. Persamaan yang dimiliki kedua penelitian tersebut ialah keduanya mengangkat tema mengenai kampanye *Public Relations* dengan tujuan untuk merubah sikap,

perilaku dan opini positif khalayak atau masyarakat yang menjadi objek sasaran kampanye.

Keempat penelitian yang dilaksanakan oleh Arini Aprillia Damiarti, Trie Damayanti, dan Aat Ruchiat Nugrahai (2019) Universitas Padjadjaran, dengan judul “Kampanye #ThinkBeforeYouShare oleh Organisasi Do Something Indonesia untuk Mengubah Perilaku Generasi Milenial”. Metode penelitian yang dalam penelitian ini adalah metode campuran (*mix methods*) kualitatif dan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipan aktif, studi kepustakaan, dan angket.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perencanaan kampanye #ThinkBeforeYouShare untuk mengubah perilaku generasi milenial dilakukan melalui beberapa proses yaitu menentukan tujuan, mengidentifikasi target sasaran, strategi dan taktik, penjadwalan, sumber dana, pembentukan panitia, dan evaluasi.

Penelitian terdahulu dilakukan di Organisasi *Do Something* Indonesia, berbeda dengan peneliti saat ini melakukan penelitian di Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana (DP3AKB) Provinsi Jawa Barat. Perbedaan penelitian juga terdapat pada metode yang digunakan, penelitian ini menggunakan metode campuran kualitatif dan kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif analisis deskriptif. Persamaan dari kedua penelitian adalah keduanya menggunakan konsep model kampanye ostergaard dan mengangkat tema

mengenai kampanye dengan tujuan untuk merubah sikap, perilaku dan opini positif khalayak atau masyarakat yang menjadi objek sasaran kampanye.

Kelima penelitian yang dilaksanakan oleh Budi Setiawan dan Dini Salmiyah Fithrah (2018) Universitas Telkom, dengan judul “Kampanye Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik dalam Membentuk Persepsi Masyarakat Bandung”. Metode penelitian yang dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif, dan teknik pengumpulan data melalui wawancara.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kampanye Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP) melalui program rampok plastik bertujuan untuk membentuk persepsi masyarakat dalam menyadari dampak negatif penggunaan kantong plastik.

Perbedaan penelitian terletak pada konsep yang digunakan, Peneliti terdahulu menggunakan konsep *Public Relations*, kampanye *Public Relations* dan persepsi, berbeda dengan peneliti saat ini menggunakan konsep model kampanye dari Leond Ostegaard. Persamaan dari kedua penelitian adalah keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif analisis deskriptif dan mengangkat tema mengenai kampanye dengan tujuan untuk merubah sikap, perilaku dan opini positif khalayak atau masyarakat yang menjadi objek sasaran kampanye.

1.5.2 Landasan Teoritis

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep model kampanye dari Leon Ostergaard. Venus (2009:18) Ostegaard mengemukakan bahwa aktivitas kampanye yang bertujuan untuk suatu perubahan sosial harus berdasarkan penemuan ilmiah, sehingga program kampanye yang dilakukan akan

memberikan pengaruh dalam menumpas masalah sosial yang ada di masyarakat. Terdapat beberapa langkah dalam model kampanye Ostegaard, yaitu “1. Mengidentifikasi masalah 2. Perancangan kampanye 3. Pelaksanaan kampanye 4. Evaluasi kampanye”.

1.5.3 Kerangka Konseptual

1.5.3.1 Kampanye *Public Relations*

Kampanye *public relations* merupakan bentuk komunikasi yang terencana dan berkelanjutan yang digunakan oleh humas suatu lembaga atau perusahaan untuk meraih tujuan yang sesuai dengan visi dan misi suatu lembaga atau perusahaan. Ruslan (2013:66) mengemukakan bahwa tujuan dari kampanye *public relations* adalah meningkatkan pengetahuan dan kesadaran publik sasaran untuk mengambil perhatian serta menimbulkan opini dan pandangan yang baik pada suatu program atau aktivitas yang dilakukan oleh suatu lembaga atau suatu perusahaan sehingga akan terbentuk suatu kepercayaan dan citra positif.

1.5.3.2 Program Sekoper Cinta

Pada Desember 2018 Pemerintah Provinsi Jawa Barat telah melakukan inovasi dengan membuat sekolah perempuan yaitu sekoper cinta singkatan dari sekolah perempuan capai impian dan cita-cita dalam rangka mengurangi kesenjangan dan permasalahan perempuan di Jawa Barat. Sekoper cinta merupakan sebuah ruang bagi perempuan Jawa Barat untuk berbagi ilmu dan pengalaman guna menentukan kebutuhan dan minat perempuan untuk meningkatkan kualitas hidupnya, dengan tujuan untuk menciptakan perempuan

Jawa Barat unggul dan juara yang dapat memberdayakan diri sendiri, keluarga, dan lingkungan sekitarnya.

Tahun 2019 pemerintah Provinsi Jawa Barat telah berhasil mewisuda 2700 orang lulusan program sekoper cinta dan wisudawati sekoper cinta merupakan perempuan juara yang siap memberikan solusi bagi dirinya sendiri, keluarga, dan juga lingkungannya. Sekoper cinta ini berada dibawah pengelolaan DP3AKB Provinsi Jawa Barat, dan ibu Atalia Praratya sebagai Ketua Umum Sekoper Cinta.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana (DP3AKB) Provinsi Jawa Barat, Jalan Sumatera No. 50, Kota Bandung, Jawa Barat. Peneliti memilih lokasi penelitian ini karena relevan dengan topik penelitian yang peneliti ambil dan di tempat tersebut akan banyak tersedia data yang diperlukan peneliti dalam penelitian ini.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma dalam penelitian ini merupakan paradigma konstruktivistik. Pengertian paradigma menurut Birowo (2004: 4) adalah seperangkat teori, prosedur dan asumsi yang diterima tentang bagaimana peneliti melihat dunia. Paradigma didaraskan pada aksioma-aksioma, pernyataan-pernyataan yang secara universal diterima sebagai suatu kebenaran.

Paradigma konstruktivistik mengemukakan bahwa realitas sosial mempunyai rupa yang beragam, dilihat dari pengalaman sosial, bersifat khusus,

dan tergantung pada individu yang menjalankannya. Mulyana (2013) mengemukakan bahwa konstruktivistik dapat dilihat dari cara manusia berfikir yang bergerak sebagai pelaku konstruksi realitas sosial, dengan memafhumi dan memberikan sebuah makna mengenai perilaku mereka.

Alasan peneliti menggunakan paradgigma konruktivistik karena peneliti ingin mendapatkan pemahaman yang memberi sokongan untuk menafsirkan suatu peristiwa, terkhusus mengenai penelitian yang akan dilakukan.

Peneliti menggunakan pendekatan interpretif, dengan menggunakan pendekatan interpretif, peneliti dapat melihat fenomena dan mengambil pengalaman dari objek yang diteliti. Pendekatan interpretif berasal dari usaha untuk menggali penjelasan yang mendalam mengenai fenomena sosial atau budaya berdasarkan pada pandangan dan pengalaman individu atau objek yang diteliti.

1.6.3 Metode Penelitian

Pengertian metode penelitian menurut Sugiono (2007:1) mengemukakan bahwa metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan pendapat tersebut, metode sangat diperlukan dalam melakukan penelitian agar penelitian tersebut dapat dilaksanakan secara ilmiah dengan mengacu pada tujuan dari penelitian itu sendiri.

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Metode analisis deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang berusaha untuk mendeskripsikan suatu fenomena atau peristiwa yang ada di

masyarakat untuk kemudian penelitian memaparkan sebagai mana adanya. Ardianto (2010:60) mengemukakan bahwa analisis deskriptif kualitatif ini bukan untuk menggali atau memaparkan yang berkaitan, tidak untuk menguji hipotesis, melainkan untuk menjelaskan fenomena atau peristiwa yang terjadi.

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu mengenai Kampanye *Public Relations* dalam Meningkatkan Kualitas Hidup Perempuan di Jawa Barat, melalui Program Sekolah Perempuan Capai Impian dan Cita-Cita (SEKOPER CINTA) DP3AKB Jawa Barat, maka disini peneliti akan menggali secara mendalam dan menjelaskan tahapan kampanye tersebut.

1.6.4 Jenis Data Dan Sumber Data

a. Jenis Data

Peneliti pada penelitian ini akan menggunakan jenis data kualitatif karena penelitian yang akan peneliti teliti menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Adapun data yang ditulis dalam penelitian ini adalah:

1. Data mengenai identifikasi masalah yang dilakukan DP3AKB Jawa Barat terhadap kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program sekoper cinta.
2. Data mengenai perancangan yang dilakukan DP3AKB Jawa Barat terhadap kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program sekoper cinta.
3. Data mengenai pelaksanaan yang dilakukan DP3AKB Jawa Barat terhadap kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program sekoper cinta.

b. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan dari sumber asli, peneliti mendapatkan data primer secara langsung dari lapangan yang menjadi obek penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana (DP3AKB) Provinsi Jawa Barat.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang melengkapi data utama. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah website, jurnal, skripsi terdahulu, buku dan sumber terpercaya lainnya yang relevan dengan tema dan fokus penelitian.

1.6.5 Penentuan Informan

Menurut Moloeng (2012:19) mengemukakan bahwa informan adalah individu yang mempunyai pengalaman mengenai latar belakang penelitian, sehingga mampu memberikan informasi tentang situasi atau kondisi latarbelakang penelitian.

Penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2012:54) mengemukakan bahwa teknik *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu ini artinya informan tersebut dianggap paling memahami objek dan situasi yang akan diteliti.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti menentukan beberapa kriteria informan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Informan merupakan staff atau pegawai yang mempunyai pengalaman kerja di Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana Jawa Barat yang telah bekerja minimal satu tahun.
2. Informan merupakan staff atau pegawai Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana Jawa Barat yang melaksanakan dan memahami mengenai program yang berkaitan dengan kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program sekolah perempuan capai impian dan cita-cita (SEKOPER CINTA).

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data dengan cara menanyakan secara langsung kepada pemberi informasi atau objek penelitian untuk memperoleh informasi. Moleong (2000:135) mengemukakan bahwa wawancara adalah suatu percakapan yang dilaksanakan oleh dua individu, yaitu pewawancara yang memberikan pertanyaan dan yang diwawancara yang menjawab pertanyaan, dengan memiliki tujuan tertentu.

Tujuan melakukan kegiatan wawancara ialah untuk memperoleh informasi dan data secara langsung dari Humas atau staff DP3AKB Jawa Barat dan beberapa narasumber lain yang memiliki keterlibatan dalam aktivitas Kampanye *Public*

Relations, dengan demikian peneliti dapat memverifikasi, menafsirkan dan mendeskripsikan secara rinci mengenai aktivitas Kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program Sekolah Perempuan Capai Impian dan Cita-Cita (SEKOPER CINTA).

b. Observasi

Observasi merupakan mengamati dan mencatat fenomena secara langsung dilapangan untuk mendapatkan data yang akurat. Sugiyono (2008:226) memetakan observasi partisipasi pada empat bagian, yaitu partisipasi pasif, partisipasi sedang, partisipasi aktif dan partisipasi lengkap.

Penelitian ini menggunakan teknik observasi partisipasi pasif dengan cara mengamati aktivitas Kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program Sekolah Perempuan Capai Impian dan Cita-Cita (SEKOPER CINTA) melalui berbagai media yang aktif dalam menyuguhkan informasi mengenai program tersebut.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan topik penelitian. Dokumentasi menurut Sugiyono (2015:329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, angka tertulis, dan gambar berupa laporan dan informasi yang dapat mendukung penelitian.

Pada penelitian ini, studi dokumentas digunakan untuk memperoleh data berupa dokumen atau catatan yang ada di Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana Provinsi Jawa Barat. Dokumen ini penulis gunakan untuk mendapatkan data yang berupa catatan-catatan yang tersimpan dari dokumen-dokumen yang penulis perlukan untuk mendapatkan informasi yang belum penulis dapat ketika melaksanakan wawancara dan observasi.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik yang peneliti gunakan dalam penentuan keabsahan data penelitian kualitatif ini ialah triangulasi. Triangulasi merupakan usaha melakukan pemeriksaan kebenaran data yang didapatkan peneliti dengan cara membandingkan dengan berbagai sumber lain. Moloeng (2007:330) mengemukakan bahwa triangulasi ialah teknik pengecekan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lainnya dari luar data.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan rangkaian pencarian dan penyusunan data secara sistematis yang didapatkan dari hasil wawancara dengan melakukan pemilihan data yang dianggap penting. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan tiga kegiatan analisis data menurut Miles, Huberman (Usman, Akbar 2009:85) mengemukakan

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses meringkas dimana peneliti memilah bagian yang utama, memusatkan perhatian pada hal yang penting,

menyederhanakan, melakukan abstraksi dan transformasi dari data mentah yang terdapat di lapangan. Proses diawali dengan menganalisis hasil data dari DP3AKB Jawa Barat melalui wawancara, observasi hingga studi dokumentasi melalui berbagai media. Pada proses ini peneliti memilah data yang menarik dan penting, dan menghapus data yang tidak perlu.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahap penyusunan data yang telah terkumpul, pada penelitian ini penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian teks naratif maupun matrik, bagan dan grafik agar dapat memunculkan gambaran mengenai Kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas hidup perempuan di Jawa Barat melalui program Sekolah Perempuan Capai Impian dan Cita-Cita (SEKOPER CINTA).

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan proses menggambarkan obyek yang diteliti secara utuh. Penarikan kesimpulan ini bersifat sementara dan longgar, tergantung data yang didapatkan.