BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia dikenal sebagai makhluk sosial yang hidupnya bergantung dengan hubungan timbal balik dengan sesama manusia. Menurut Syam (2004, dalam Yunitasari. 2018, h. 79-80) selain menjadi makhluk sosial, manusia juga dapat menjadi subjek dan objek pendidikan. Maka dari itu pendidikan merupakan hal yang penting bagi manusia sehingga dapat terlibat dalam proses pendidikan baik sebagai pendidik atau sebagai subjek yang dididik. Pendidikan yang mendalam masih sangat penting bagi Indonesia karena Indonesia masih termasuk kedalam negara berkembang.

Tingkat pendidikan anak-anak di Indonesia masih terbilang rendah. Hal tersebut terjadi karena beberapa faktor seperti kurangnya fasilitas pendidikan dimana masih banyak daerah-daerah di kawasan pinggiran yang belum memiliki sekolah yang layak. Selain itu sumber daya pengajar di Indonesia juga belum merata. Dilansir menurut Dataindonesia.id (2022) jumlah sumber daya pengajar di Indonesia tahun ajaran 2022/2023 mencapai 3,31 juta orang. Namun dari banyaknya guru yang ada tersebut, persebaran jumlah guru di setiap daerah berbeda dimana jumlah guru terbanyak berada di Jawa Barat dengan jumlah 464.363 orang dan terendah berada di Kalimantan Utara dengan hanya 12.681 orang. Daerah yang memiliki banyak jumlah guru dapat memprioritaskan

pelajaran yang ia kuasai. Namun berbanding terbalik dengan daerah dimana guru masih sedikit sehingga guru harus bisa mendidik siswa dengan beberapa macam pelajaran. Negara berkembang seperti Indonesia memiliki berbagai macam tantangan seperti bencana alam, tingkat kesehatan rendah, masalah kebersihan, dan lain-lain. Maka dari itu pendidikan harus digencarkan dari berbagai kalangan sejak dini agar kelak siswa-siswa dapat menyelesaikan masalah yang terjadi saat ini.

Dengan melihat keterbatasan dan ketidakmerataan pendidikan di Indonesia, pendidikan menjadi fokus bagi beberapa pihak eksternal. Pihak eksternal tersebut memiliki kepedulian terhadap dunia sosial dan berupaya untuk membantu untuk menyelesaikan masalah yang beredar di lingkungan. Salah satu pihak eksternal yang turut andil dalam kegiatan sosial adalah organisasi non pemerintah atau yang biasa disebut dengan *Non-Government Organization.* Menurut *World Bank* (dalam Arianto, J. 2017, h. 4) organisasi non pemerintah adalah organisasi yang melakukan kegiatan swasta yang bertujuan untuk memelihara lingkungan, meringankan penderitaan, mengurangi kemiskinan, dan memberikan layanan sosial yang berguna bagi masyarakat. Kemunculan organisasi non pemerintah dapat membantu meningkatkan taraf sosial terutama masyarakat marjinal yang membutuhkan bantuan.

Salah satu organisasi non pemerintah yang berfokus di bidang pendidikan kelompok marjinal adalah Project Child Indonesia yang berbasis di Yogyakarta. Project Child Indonesia lahir pada tahun 2013 yang bertujuan untuk memberikan layanan pada mereka yang membutuhkan. Adapun visi dari Project

Child Indonesia adalah setiap anak di Indonesia memiliki kesempatan untuk belajar, memiliki kehidupan yang sehat, serta merasa didukung dan aman hidup di lingkungan yang bersih yang siap menghadapi bencana alam, Project Child Indonesia memiliki berbagai program yang bertujuan untuk membantu anak-anak seperti sekolah sungai yang diadakan di dua daerah yaitu Sungai Code dan Sungai Kricak, sekolah pantai, *drinking water program, internet literacy program,* dan program-program lainnya.

Meskipun memiliki beberapa program, penelitian ini memfokuskan pada program Sekolah Sungai. Pemilihan program ini didasari bahwa Sekolah Sungai merupakan program utama dari Project Child. Program ini ditujukan bagi masyarakat bantaran sungai yang tidak hanya rentan terhadap bencana alam, tetapi juga ditujukan bagi mereka yang menghadapi permasalahan sosial, seperti kondisi ekonomi menengah ke bawah dan kurangnya kesadaran akan pentingnya pendidikan. Kurangnya minat belajar konvensional dan maraknya isu di kawasan marginal membuat edukasi non formal menjadi relevan untuk dipelajari. Selain itu, program ini tidak hanya menyasar anak-anak, tetapi juga merangkul orang tua, dengan poin utama untuk memberikan kesadaran bahwa pendidikan harus dimulai dan didukung oleh lingkungan terdekat, yakni keluarga.

Dengan karakteristik masyarakat marginal bantaran sungai yang tradisional dan kurangnya kesadaran akan pendidikan, Project Child Indonesia tidak bisa langsung datang begitu saja dan mengumpulkan warga. Oleh karena itu, organisasi memerlukan strategi komunikasi yang baik dan terstruktur.

Pendekatan persuasif dan izin dari tokoh masyarakat seperti ketua RT/RW menjadi langkah awal yang krusial untuk menumbuhkan rasa percaya dari warga sekitar. Melalui strategi komunikasi dan implementasi yang tepat, Sekolah Sungai mampu melewati hambatan sosial dan terus bertahan sejak tahun 2013 sehingga sangat relevan untuk diteliti secara mendalam.

Menurut Hallahan dalam (Mahoney, 2023. h. 36) komunikasi strategis merupakan suatu gambaran yang dirancang dan memiliki tujuan untuk membantu organisasi dalam menyelesaikan misinya.

Penelitian sebelumnya oleh Widodo, A. dan Permatasari, D.A. (2020) yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bekasi dalam Program *Bekasi Smart City"* menunjukan bahwa sosialisasi merupakan strategi komunikasi yang sukses dilakukan oleh pemerintah kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Sihite. M. dan Saleh, A. (2020) yang berjudul "Strategi Komunikasi untuk Program *Corporate Social Responsibility* dalam Pemberdayaan Masyarakat" menunjukan bahwa strategi komunikasi massa dan komunikasi antar budaya merupakan strategi yang paling relevan sehingga program CSR yang dilaksanakan lebih efektif dan efisien. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang dilakukan dengan menjalankan telaah pustaka. Sedangkan teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan teknik data sekunder.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Fitriah, M. dan Kusumadinata, A. A. (2017) yang berjudul "Strategi Komunikasi Pelayanan Publik Melalui Program Pos Pemberdayaan Keluarga" menunjukan bahwa layanan publik yang didasari oleh kebutuhan masyarakat dapat ditingkatkan dengan menggunakan strategi komunikasi pelayanan dalam komunitas. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan wawancara, pengamatan, dan studi dokumentasi.

Pembeda dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objeknya yaitu "Program Sekolah Sungai" dan juga subjeknya yaitu "Project Child Indonesia". Penelitian ini akan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan pengumpulan data akan dilakukan melalui observasi dan wawancara.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang muncul yaitu "Bagaimana strategi komunikasi Project Child Indonesia dalam menjalankan program sekolah Sungai?".

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Project Child Indonesia dalam menjalankan program sekolah Sungai.

D. Manfaat Penelitian

1. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pengetahuan baru di bidang komunikasi terutama dalam strategi komunikasi.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Project Child Indonesia dan praktisi komunikasi.

E. Kerangka Teori

1. Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu "*stratos*" yang memiliki arti tentara dan kata lainnya yaitu "*agein*" yang berarti memimpin. Marthin dan Anderson dalam Cangara (2014, h. 64) mengatakan bahwa strategi adalah suatu keterampilan pikiran dengan memanfaatkan segala sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.

Komunikasi menurut Kincaid dalam Cangara (2014, h. 36) adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih berbagi informasi satu sama lain dengan tujuan mencapai pemahaman yang mendalam. Komunikasi memiliki beberapa unsur didalamnya seperti sumber, pesan, saluran, penerima, efek, dan umpan balik.

a. Sumber

Pihak yang mengirim atau menyampainkan pesan kepada penerima. Sumber biasa disebut dengan nama lain seperti komunikator, *sender, source,* atau *encoder.*

b. Pesan

Suatu pernyataan dari pengirim kepada penerima yang berupa verbal ataupun non-verbal.

c. Saluran

Perangkat yang digunakan untuk mengirim pesan dari pengirim ke penerima.

d. Penerima

Pihak yang menjadi tujuan pesan yang dikirim oleh sumber kepada penerima.

e. Efek

Perubahan dalam pemikiran, perasaan, dan tindakan penerima sebelum dan setelah menerima pesan.

f. Umpan Balik

Tanggapan atau respon yang muncul dari penerima setelah menerima pesan dari sumber.

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan yang dilakukan oleh organisasi dalam menanggapi isu tertentu yang menjadi perhatiannya (Mahoney, 2023. h. 21). Sedangkan menurut (Arni, 2004, h. 65-66) strategi komunikasi adalah semua perencanaan yang kemudian akan digunakan untuk melancarkan komunikasi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan dengan cara menunjukan semua aspek pada proses komunikasi. Pemilihan strategi komunikasi merupakan suatu langkah yang sangat krusial sehingga dalam prosesnya diperlukan kehati-hatian dalam pembuatannya. Jika strategi komunikasi yang dipilih salah atau keliru, maka akan muncul kefatalan pada

hasil yang diperoleh sehingga dapat menyebabkan berbagai kerugian seperti materi, waktu, dan tenaga (Cangara, 2014. h. 65).

2. Kerangka Rencana Strategi Komunikasi

Mahoney (2023, h. 21) mengatakan bahwa terdapat beberapa kerangka rencana strategi komunikasi yang meliputi

a. Analisis Situasi

Analisis situasi dapat berupa rincian isu komunikasi beserta dengan peluang yang dihadapi oleh suatu organisasi.

b. Tujuan

Tujuan merupakan harapan dari sebuah organisasi yang ingin dicapai dengan menggunakan strategi komunikasi.

c. Pesan

Pesan berguna untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat sasaran mengenai hal apa yang akan dilakukan organisasi. Pesan yang akan disampaikan dapat berupa informatif ataupun persuasif.

d. Masyarakat Sasaran

Masyarakat sasaran adalah penerima pesan yang kemudian bertujuan untuk meningkatkan kesadaran ataupun tindakan.

e. Alat Komunikasi

Alat komunikasi merupakan produk yang akan digunakan untuk menyebarkan pesan ke masyarakat sasaran. Contoh dari alat komunikasi adalah blog, situs web, video, poster, rapat, pidato, acara khusus, dan lain-lain.

f. Implementasi

Implementasi dapat terbagi menjadi beberapa bagian seperti rincian sumber daya manusia, finansial, dan teknologi yang diperlukan oleh organisasi untuk menerapkan strategi.

g. Evaluasi

Evaluasi bertujuan untuk melihat apakah strategi komunikasi yang dibuat berhasil. Contoh pertanyaan evaluasi adalah melihat apakah tujuan tercapai, apakah rencana yang diinginkan berjalan dengan tepat waktu, dan apakah terdapat masalah dalam menjalankan rencana

3. Strategi Perencanaan Komunikasi

Midleton dalam Cangara (2014, h. 64) mengatakan bahwa elemen-elemen komunikasi yang dimulai dari komunikator, pesan, media, penerima, dan efek merupakan kombinasi terbaik dari strategi komunikasi yang dibuat untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Berdasarkan kerangka rencana komunikasi strategis tersebut, Cangara (2014, h. 133-175) menetapkan strategi perencanaan komunikasi sebagai berikut :

a. Memilih dan Menetapkan Komunikator

Komunikator berperan sebagai ujung tombak dari suatu program, maka dari itu komunikator memiliki syarat-syarat yang wajib dimiliki seperti

1) Kredibilitas

Kredibilitas menurut Aristoteles dapat dilihat dari tiga kemampuan yang ia miliki yaitu *ethos, pathos,* dan *logos. Ethos*

dapat dilihat dari bagaimana seseorang mengucap kata dan dari situlah orang dapat menilai kepribadiannya. *Pathos* adalah bagaimana seorang komunikator dapat mengendalikan emosi dari pendengarnya. Sedangkan *logos* dapat dinilai dari sisi argumentasi. Selain itu, untuk menunjukan kredibilitasnya seorang komunikator harus memiliki kemampuan untuk berkomunikasi, pengetahuan yang mumpuni terkait dengan materi yang akan disampaikannya, sikap bersahabat dan jujur, serta mampu untuk beradaptasi sesuai dengan keadaan sosial budaya dari masyarakat yang akan dihadapi oleh komunikator tersebut.

2) Daya Tarik

Daya Tarik dapat menumbuhkan rasa simpati. Komunikator dapat menunjukan daya tarik dengan pembicaraan yang sopan, cara berpakaian, murah senyum, bahkan dengan menunjukan postur tubuh yang gagah.

3) Kekuatan

Kekuatan seorang komunikator dapat ditunjukan dengan usia, kecerdasan, popularitas, keterampilan komunikasi, dan penampilan. Dalam proses kampanye, seorang komunikator harus memperhatikan dua hal penting yaitu bagaimana karakternya dan juga bagaimana kampanye yang ia sampaikan.

b. Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak

Proses menentukan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak ditentukan dengan menggunakan riset. Riset yang dilakuan dapat menggunakan lembaga survei ataupun bisa juga dilakukan oleh tim kerja. Hasil dari riset tersebut bisa mengetahui peta wilayah khalayak, kepercayaan, sikap, keinginan, serta nilai-nilai yang mereka pegang. Maka dari itu organisasi bisa menyesuaikan program yang tepat sesuai dengan peta khalayak berdasarkan riset yang dilakukan sebelumnya.

c. Teknik Menyusun Pesan

Pesan yang akan disampaikan bergantung pada program yang akan dijalankan. Program yang bersifat komersial harus menggunakan pesan yang persuasif dan provokatif. Program penyuluhan harus menggunakan pesan yang persuasif dan edukatif. Sedangkan jika ada program yang hanya sekadar memberi tahu masyarakat, maka dari itu pesan yang digunakan adalah informatif. Kemudian jika sifat dari produk berupa nyata (*tangible*), pesan yang disampaikan tidak perlu banyak karena pengguna bisa mengevaluasi produk tersebut. Sedangkan sifat produknya tidak nyata (*intangible*), maka pesan dari produk memerlukan penjelasan yang lebih dan mudah dimengerti. Terdapat beberapa cara penggunaan bahasa yang dapat dilakukan dalam penyusunan pesan seperti:

1) *Over power'em theory*

Pesan akan berlalu dari khalayak jika pesan diulang berkali-kali, panjang, dan keras.

2) *Glamour theory*

Khalayak akan tertarik jika suatu pesan ditawarkan dengan persuasi dan dikemas secara cantik dan menarik.

3) *Don't tele'em theory*

Khalayak tidak akan menanyakan dan berpendapat terhadap pesan ini karena ide tersebut tidak disampaikan kepada mereka.

4) *One-side issue*

Komunikator akan berfokus kepada satu sisi saja yaitu kebaikan atau keburukannya saja. Teknik penyampaian pesan ini berlaku kepada khalayak yang kurang pendidikan saja.

5) *Two-side issue*

Komunikator akan memberikan penjelasan mengenai dua sisi dari suatu pesan yaitu yang buruk dan baik. Teknik penyampaian pesan ini berlaku kepada khalayak yang berpendidikan.

Agar pesan yang disampaikan efektif, perlu pengelolaan dan susunan pesan yang baik seperti:

1) Menguasai pesan yang akan disampaikan, beserta struktur penyusunannya
2) Mempunyai fakta dan pendapat yang logis agar dapat mendukung materi ataupun argumentasi

3) Memiliki gerakan tubuh dan intonasi yang menarik perhatian pendengar.
4) Memiliki kemampuan untuk menyisipkan humor dalam pesan sehingga lebih menarik perhatian.

d. Memilih Media atau Saluran Komunikasi

Media komunikasi menjadi salah satu faktor penting. Maka dari itu media komunikasi yang akan dipilih harus sesuai dengan isi pesan yang ingin disampaikan. Terdapat dua bentuk media komunikasi saat ini yaitu media lama dan media baru.

1) Media lama dapat berupa media cetak, media elektronik, media luar ruang, media format kecil, saluran komunikasi kelompok, saluran komunikasi publik, saluran komunikasi antarpribadi, dan saluran komunikasi tradisional.
2) Media baru atau yang biasa disebut internet merupakan gabungan antara komunikasi massa dan komunikasi interpersonal. Maka dari itu internet bisa menjangkau massa dalam skala yang besar serta pesan yang disampaikan juga diarahkan untuk konsumsi pribadi. Media baru memiliki banyak kelebihan seperti:
   - Menembuh batas ruang, waktu dan wilayah
   - Akses informasi dapat diperluas
   - Kemampuan berserikat dengan bebas meningkat

Media baru menjadi media yang lebih diminati saat ini. Contoh nyata yang saat ini bisa dilihat adalah maraknya penggunaan web dengan

tambahan visual yang menarik yang bertujuan untuk meningkatkan citra diri sekaligus menyebarkan informasi terkait program dari organisasi tersebut.

e. Uji Awal Materi Komunikasi

Uji awal materi komunikasi merupakan salah satu hal yang penting agar dapat menghindari masalah di kemudian hari. Uji materi ini dapat dilakukan dengan melakukan presentasi ke pakar-pakar yang berkaitan dengan bidangnya seperti tenaga ahli di bidang psikologi massa, komunikasi, seni, agama, dan bahasa. Pendapat mereka diperlukan terkait apakah komunikasi yang dilakukan sudah tepat atau tidak.

f. Penyebarluasan Media Komunikasi

Berhasil atau tidaknya suatu program dapat ditentukan oleh penyebarluasan media komunikasi. Persebaran media ini memiliki karakteristik masing-masing. Sebagai contohnya, penyebaran media lama pasti berbeda dengan penyebaran media baru yang menggunakan internet.

g. Menganalisis Efek Komunikasi

Proses ini untuk melihat apakah terjadi pengaruh dalam bentuk pola perilaku, sikap, dan pengetahuan. Perubahan-perubahan tersebut dapat dilihat dengan kepercayaan atau ideologi dari masyarakat. Contohnya adalah masyarakat yang sebelumnya tidak percaya kepada suatu hal menjadi percaya.

h. Memobilisasi Kelompok Berpengaruh

Penyebaran informasi saat ini biasanya sudah menggunakan kampanye, promosi, pemasaran, dan lain-lain. Namun di negara atau daerah tertentu biasanya masih banyak masyarakat yang mempercayai dan menggantungkan keputusan di tangan seorang yang mereka percayai, khususnya mereka yang masih tinggal di daerah pedesaan. Ciri tokoh masyarakat yang bisa ditemukan yaitu seperti lebih berpendidikan, status ekonomi lebih tinggi, menggunakan media komunikasi. Contoh tokoh masyarakat di pedesaan yang seringkali ditemui adalah camat, lurah, kepala desa, ketua RW ataupun RT, imam, tetua adat, dan guru.

i. Penetapan Rencana Anggaran

Besarnya biaya belanja media tidak memiliki patokan tertentu karena biasanya program memiliki target sasarannya sendiri. Dapat dikatakan membuang biaya jika mempromosikan program di televisi jika target audiensnya tidak menggunakan televisi.

j. Penyusunan Jadwal Kegiatan

Penyusunan dan penetapan jadwal kegiatan harus berjalan dengan menggunakan strategi. Contoh strategi yang biasa digunakan adalah perhitungan waktu yang kondusif agar tujuan target tercapai. Hal yang krusial adalah waktu diawal kegiatan dan akhir kegiatan karena masyarakat cenderung lebih tertarik dibandingkan kegiatan yang dilakukan di pertengahan.

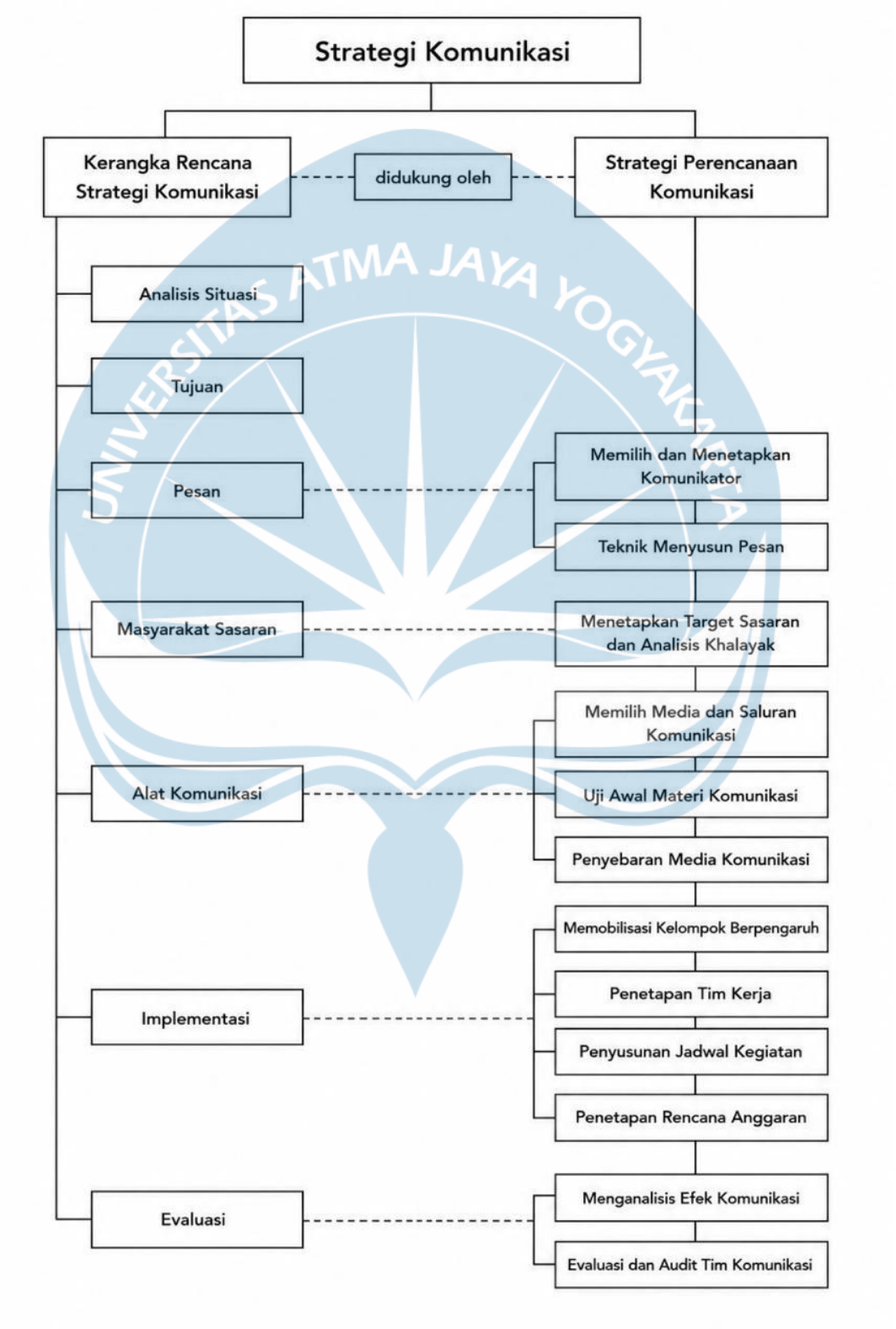
k. Penetapan Tim Kerja

Agar program dapat berjalan dengan lancar, maka diperlukan beberapa personal yang memiliki keahlian tertentu dan paham akan tugas yang mereka jalankan.

l. Evaluasi dan Audit Komunikasi

Evaluasi bertujuan untuk mengukur apakah kegiatan yang telah dilakukan berhasil tercapai atau tidak. Evaluasi terbagi menjadi dua yaitu evaluasi program dan evaluasi manajemen. Evaluasi program bertujuan untuk menilai apakah tujuan akhir yang ditentukan berhasil atau tidak, serta untuk memodifikasi strategi dan tujuan program. Evaluasi manajemen bertujuan untuk melihat apakah kegiatan yang telah dilakukan berlangsung sesuai dengan rencana, serta melihat apakah ada hambatan dalam proses kegiatan, dan juga untuk mengatasi hambatan yang terjadi.

F. Kerangka Konsep



Konsep pertama yaitu Kerangka Rencana Strategi Komunikasi (Mahoney, 2023) bertindak sebagai kerangka garis besar, mulai dari analisis situasi, tujuan, pesan, masyarakat sasaran, alat komunikasi, implementasi, dan evaluasi.

Agar kerangka garis besar tersebut bisa diteliti lebih dalam, penelitian ini memadukan dengan konsep kedua yaitu Strategi Perencanaan Komunikasi (Cangara, 2014). Elemen-elemen dari Cangara bertindak sebagai dukungan bagi tahapan milik Mahoney. Sebagai contoh, pada tahap "Pesan" milik Mahoney, pelaksanaannya dibedah menggunakan taktik cangara seperti "Memilih Komunikator" dan "Teknik Menyusun Pesan", dan seterusnya.

Garis-garis penghubung pada bagan di atas mempresentasikan proses yang saling berkorelasi, di mana elemen milik Cangara megisi kerangka milik Mahoney.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk meneliti kondisi objek alamiah dan peneliti sebagai kunci instrumen (Sugiyono, 2012, h. 1). Fraenkel dan Wallen dalam (Afriyanto, 2021) menjelaskan metode deskriptif sebagai metode yang digunakan untuk menjelaskan, menganalisis, serta mengklasifikasikan sebuah permasalahan dengan wawancara, survei, kuesioner, observasi, maupun teks.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara umum serta menyeluruh mengenai keadaan sebenarnya dengan menginterpretasikan arti dari data yang dikumpulkan dengan merekan aspek situasi yang diteliti (Kriyantono, 2007). Dalam metode deskriptif, peneliti menganalisa kumpulan data yang berupa kata-kata serta gambar, yang didapatkan melalui naskah wawancara, foto, tape, catatan lapangan, video, dokumen pribadi, ataupun memo dan dokumen resmi lain (Moleong, 2010).

3. Subjek Penelitian

Sumber yang bisa memberikan keterangan penelitian disebut sebagai subjek penelitian Tatang dalam Rahmadi (2011, h. 61). Subjek yang akan terlibat dalam memberikan keterangan dalam penelitian yang berjudul "Strategi Komunikasi Project Child Indonesia dalam Menjalankan Program

Sekolah Sungai" adalah Benna Salsabila sebagai Program Manager, Reytasari Putri sebagai Program Partnership Manager, Yori Fiandika sebagai Media & IT Manager. Peneliti memilih tiga narasumber tersebut karena mereka adalah pilar utama dari Project Child Indonesia yang berperan langsung dalam menjalankan program sekolah sungai.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti memposisikan diri secara objektif sebagai pengamat, terlepas dari riwayat peneliti yang sebelumnya pernah manjadi bagian sebagai relawan dan *intern* di Project Child Indonesia.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam. Menurut Subadi (2006, h. 63-65) pada metode ini peneliti mendapatkan realitas yang paling nyata, maka dari itu peneliti memperoleh data melalui subjek penelitian agar data yang didapatkan bisa dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Peneliti menggunakan metode wawancara mendalam karena Project Child Indonesia memiliki struktur organisasi yang jelas yaitu tiga orang manager sebagai berikut

Nama	Posisi
Benna Salsabila	Program Manager
Yori Fiandika Gustama	Media & IT Manager
Reytasari Azura	Partnership Manager

Tabel 1.1
Narasumber Wawancara

Ketiga orang tersebut adalah orang yang mengerti mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Project Child Indonesia dalam menjalankan program sekolah sungai. Dengan melihat sampel yang kecil, peneliti memutuskan untuk menggunakan metode wawancara secara mendalam agar informasi yang didapatkan bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Untuk mendapatkan jawaban realitas yang paling nyata, peneliti menggunakan wawancara secara informal kepada tiga narasumber agar proses komunikasi berlangsung secara nyaman. Peneliti memiliki hubungan baik dengan ketiga narasumber karena peneliti pernah melakukan *internship* dan beberapa projek sekolah sungai bersama dengan tim Project Child Indonesia. Maka dari itu wawancara secara informal akan dilakukan mengingat adanya kedekatan antara peneliti dengan narasumber.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman dalam (Mujahidin, 2019) analisis data terbagi menjadi:

a. Reduksi data

Data yang didapatkan dari lapangan jumlahnya banyak, maka dari itu peneliti harus melakukan reduksi data dengan merangkum dan memilih hal pokok yang penting agar dapat memberikan suatu gambaran yang jelas, serta dapat membantu mempermudah peneliti dalam mencari data selanjutnya jika dibutuhkan.

b. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data biasanya berupa teks naratif sehingga mempermudah peneliti untuk memahami apa yang terjadi, serta dapat merencanakan kerja selanjutnya.

c. Verifikasi data

Langkah selanjutnya adalah verifikasi data. Kesimpulan awal yang dibuat akan bersifat sementara. Namun apabila kesimpulan tersebut diperkuat oleh bukti dan data yang valid, maka kesimpulan yang dikemukakan bersifat kredibel.

6. Uji Keabsahan Data

Penelitian ini akan menggunakan triangulasi data bertujuan untuk mengecek data melalui beberapa sumber, cara, dan waktu. (1) Triangulasi sumber akan dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh dengan data dari sumber lain; (2) Triangulasi teknik dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh dengan teknik lain seperti dokumentasi atau observasi; (3) Triangulasi waktu dapat diperoleh dengan melakukan wawancara, observasi, ataupun teknik lainnya didalam situasi yang berbeda (Sugiyono, 2016. H. 241).