

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan sarana penting untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam menjamin kelangsungan hidup bangsa dan negara. Kebutuhan ini sangat mendesak, mengingat Indonesia kedepan akan menghadapi persaingan global dalam segala bidang. Dari tingkat pendidikan terendah sampai tingkat pendidikan tertinggi diharapkan dapat dienyam oleh seluruh lapisan masyarakat. Baik itu di tingkat kabupaten maupun kecamatan dan desa.

Saat ini, fenomena yang terjadi adalah hanya orang-orang yang memiliki pendapatan menengah keatas saja dan rata rata yang berdomisili di daerah perkotaan yang dapat mengenyam sekolah hingga jenjang pendidikan tinggi. Sementara sebagai sebuah negara yang sedang berkembang, kebutuhan sumber daya manusia yang merata mutlak diperlukan. Peningkatan kualitas pendidikan rata-rata penduduk salah satu alternatif pemecahannya. Hasil penelitian tentang kualitas sistem pendidikan yang dilakukan oleh *Political and Economic Risk Consultancy* (PERC,2001 dalam Mulyasana, 2002 : 4) terhadap 12 negara di Asia, menempatkan Indonesia pada urutan terakhir dari 12 negara yang diteliti dimana penduduknya memiliki tingkat pendidikan terendah.

Kualitas SDM yang berpendidikan ini mempengaruhi juga kualitas SDM di setiap bidang dalam kehidupan masyarakat, tak terkecuali dalam bidang politik

yang merupakan salah satu urat nadi kehidupan bernegara. Tanpa SDM yang berkualitas di bidang ini, negara tidak hanya mendapat hambatan dalam mewujudkan demokratisasi bangsa, namun juga akan muncul budaya politik yang kurang sehat yang hanya akan dimanfaatkan oleh kepentingan segelintir orang saja. Budaya politik terbuka dan demokratis mutlak dibutuhkan agar bangsa ini bisa maju dalam segala bidang serta memiliki kedaulatan yang kuat di mata bangsa lain ditengah arus globalisasi ini. Diantara banyak lembaga yang berperan dalam tujuan ini, Parpol juga memiliki tugas penting dalam proses perwujudan tersebut. Dimana parpol memiliki kewajiban mentransformasikan segenap potensi masyarakat ke dalam kekuatan nyata sehingga upaya tersebut diharapkan mampu melindungi dan memperjuangkan hak hak sipil. Disamping itu, parpol juga mampu mencetak kader kader yang cerdas politik baik secara moral mauapun praktis. Parpol juga diharapkan bisa membuka kesadaran ideologis masyarakat sehingga mampu secara aktif dan mandiri mengimbangi kekuasaan negara.

Fungsi-fungsi parpol yang dimaksud sebagaimana disebutkan pada Pasal 7 UU No. 31 tentang Partai Politik yaitu sebagai sarana a) Pendidikan politik bagi anggotanya dan masyarakat luas agar menjadi warga negara RI yang sadar akan hak dan kewajibannya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara; b) Penciptaan iklim yang kondusif dan program konkret serta sebagai sarana perekat persatuan dan kesatuan bangsa untuk menyejahterakan masyarakat; c) Penyerap, penghimpun, dan penyalur aspirasi politik masyarakat secara konstitusional dalam merumuskan dan menetapkan kebijakan negara; d) Partisipasi politik warga negara; dan e) Rekrutmen politik dalam proses pengisian jabatan politik melalui mekanisme demokrasi dengan memperhatikan kesetaraan gender. (Pasal 7 UU No. 31 tentang

Tugas yang tidak mudah bagi sebuah parpol ini juga dipengaruhi oleh kualitas kadernya. Dengan adanya kader kader yang berkualitas, diharapkan parpol dapat membawa masyarakat kepada sebuah kesadaran politik yang sehat sehingga tujuan menciptakan *civil society* bisa terwujud. Berkualitasnya para kader parpol juga ditentukan salah satunya oleh tingkat pendidikan formal kader, dimana kedepan para kader tersebut diharapkan mampu bersaing melalui Pemilu untuk menjadi wakil dari partai dalam menjalankan fungsi serta visi dan misinya di parlemen.

Partai Golkar dan PKB cabang Kabupaten Wonosobo memiliki terobosan baru dalam meningkatkan kualitas pendidikan para kadernya, mereka menyambut tawaran kerja sama yang diajukan oleh Universitas Sains & Al Qur'an (UNSIQ) untuk memberikan beasiswa kepada para kadernya untuk bersekolah di UNSIQ. Program beasiswa ini dikhususkan untuk para kader namun tidak tertutup untuk umum, hal ini berdasarkan tujuan dari kedua pihak tersebut yaitu Parpol dan UNSIQ untuk menggoalkan tujuan masing masing. Parpol berkepentingan untuk mendidik para kadernya agar menjadi kader yang berkualitas dalam bidang politik dan umum, sementara UNSIQ berkepentingan untuk menjadikan kampus UNSIQ sebagai "Laboratorium Politik" bagi masyarakat Wonosobo, dan guna menjalankan salah satu fungsi perguruan tinggi sebagai sarana pengabdian masyarakat. Laboratorium disini dimaksudkan bahwa, UNSIQ ingin membantu Partai politik untuk membentuk kader yang berkualitas dalam bidang politik secara praktis dan moral serta kader yang mampu berpolitik secara santun dan profesional. Oleh sebab itu UNSIQ mengagas beasiswa Partai Politik ini untuk

ikut membekali kader kader partai dengan disiplin keilmuan yang bermanfaat di kehidupan saat ini, berikut petikan wawancaranya:

"Keprihatinan UNSIQ sebagai institusi pendidikan yang melihat kondisi partai politik yang masih mengedepankan arogansi parpol, pragmatisme dan idealisme politik yang membuat UNSIQ tergerak untuk mengajak para parpol untuk melakukan kerja sama beasiswa ini. UNSIQ juga melihat bahwa parpol adalah salah satu elemen masyarakat yang memiliki potensi luar biasa dalam mewakili masyarakat dalam mengakses kebijakan dalam pemerintahan. UNSIQ mencoba untuk mengajak kerja sama partai partai tersebut dengan melihat disiplin keilmuan apa yang dirasa kurang dari para kader partai tersebut dan menawarkan kepada partai untuk mendidik mereka pada fakultas fakultas yang memang sudah tersedia di UNSIQ." (Hasil wawancara dengan Zaid Sukawi, Wakil Rektor UNSIQ Jateng di Wonosobo. Pada 21 Agustus 2007)

Di Kabupaten Wonosobo sendiri, kualitas pendidikan tinggi masyarakatnya masih tergolong rendah, dimana menurut riset yang dilakukan oleh LPM UNSIQ tentang hal tersebut, di tahun 2006 hanya sekitar 10% saja lulusan SLTA yang mampu meneruskan sekolah hingga jenjang perguruan tinggi karena disebabkan faktor ekonomi yang rendah.

Beasiswa ini sangat menguntungkan bagi para kader parpol tersebut, dimana para kader hanya membayar sekitar 25% saja dari total pembayaran biaya per semester dari Partai Golkar pada Fakultas Dakwah dan Penyiaran Islam dan Fakultas Ekonomi, potongan biaya 40% per semester dari PKB pada Fakultas Teknik dan Fakultas Agama Islam.

Berikut tabel daftar fakultas apa saja di UNSIQ yang masuk dalam Program Beasiswa Parpol dengan partai Golkar dan PKB.

Tabel 1. Daftar Fakultas dan Jumlah Peserta Program Beasiswa Politik Partai

No	Partai	Fakultas	Jurusan	Prodi	Jumlah
1	Golkar	- Dakwah dan Komunikasi - Ekonomi	Komunikasi dan Penyiaran Islam	S1	96 Orang
			Manajemen	S1	100 orang
			Akuntansi	S1	100 Orang
2	PKB	-Fakultas Teknik	Teknik Arsitek	S1	35 Org
			Teknik Elektro	S1	55 Org.
			Teknik Mesin	S1	40 Org
		- Fakultas Agama Islam	Mu'amallah	S1	40 Org
			Syariah	S1	60 Orang

Arsip UNSIQ Jateng di Wonosobo 2007

Untuk syarat-syarat menjadi mahasiswa yang terjaring dalam beasiswa ini jelas di prioritaskan untuk para kader partai dari tiap kecamatan di 15 kecamatan di seluruh kabupaten Wonosobo dengan adanya surat rekomendasi dari tiap Pimpinan Kecamatan partai tersebut. Serta dengan syarat tambahan yang diajukan oleh UNSIQ yaitu surat keterangan tidak mampu dari ketua RT yang mendapat persetujuan dari Kepala Desa setempat.

Program Beasiswa Parpol ini cukup menarik, baik dilihat dari sudut pandang pendidikan maupun politik, karena bagaimanapun juga, kedepan tiap partai politik membutuhkan kader yang berkualitas untuk menjadi ujung tombak partai dalam menjalankan ide-ide politiknya dan untuk menjalankan roda pemerintahan jika memang partai tersebut mendapatkan kesempatan untuk

Jelas, peran partai politik di era transisi ini cukup berpengaruh, dimana bangsa Indonesia sedang belajar untuk menjadi negara yang berdemokrasi. Disamping itu, masyarakat membutuhkan wadah untuk berpartisipasi dalam penentuan kebijakan pemerintah. Oleh sebab itu dibutuhkan kualitas sumber daya manusia yang unggul dalam membangun bangsa ini. Begitu juga dengan peran perguruan tinggi di era ini, perguruan tinggi tidak hanya ibarat mercu suar yang hanya bisa mengamati seluruh kehidupan bangsa dari jarak jauh saja, namun diharapkan perguruan tinggi mampu mencetak generasi muda yang mampu terjun secara aktif dan bermanfaat bagi kehidupan di sekitarnya. Program Beasiswa Parpol ini merupakan perpaduan yang cukup signifikan yang mampu menyelaraskan tujuan dari kedua pihak tersebut. Tujuan Jangka panjang dari Partai sendiri dalam program ini adalah membangun citra positif partai di mata masyarakat, bahwa Partai Golkar dan PKB adalah Partai yang sangat peduli terhadap pendidikan khususnya masyarakat kabupaten Wonosobo. Dalam Materi sosialisasi pun Partai Golkar dan PKB selalu menekankan bahwa program ini adalah bukti kepedulian partai terhadap kepentingan masyarakat. Dengan terbentuknya citra positif dari Partai tersebut di mata masyarakat diharapkan partai mendapatkan lebih banyak kesempatan untuk meraup suara di PEMILU 2009 atau PILKADA yang dilaksanakan pada tahun 2008 ini . Oleh sebab itu, sangat perlu adanya strategi komunikasi yang tepat dalam mensosialisasikan program ini agar tujuan dari program ini dan pembentukan citra positif partai

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah: Bagaimana Strategi Komunikasi Partai Golkar dan PKB kepada para Mahasiswa dalam Mensosialisasikan Program Beasiswa Parpol yang dilaksanakan di Universitas Sains & Al Qur'an UNSIQ Jateng di Wonosobo pada tahun 2007.

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui strategi komunikasi upaya sosialisasi dalam program Beasiswa Parpol DPD II Partai Golkar Wonosobo dan DPC PKB Wonosobo dan bagaimana peran para fungsionaris partai dalam proses tersebut.

D. Manfaat penelitian

1. Memperkaya kajian teori komunikasi khususnya tentang perkembangan teori Strategi perencanaan komunikasi.
2. Dapat dijadikan dasar penelitian selanjutnya khususnya tentang strategi komunikasi parpol dalam mensosialisasikan programnya.

E. Kerangka Teori

Dalam penelitian ini, untuk menganalisis Strategi komunikasi dalam sosialisasi program yang diterapkan Oleh DPD Partai Golkar dan DPC Partai Kebangkitan Bangsa dalam Program Beasiswa ini digunakan beberapa kajian secara teoritis, yaitu:

E. 1. Komunikasi

Komunikasi berkaitan dengan produksi, proses dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang yang terdapat dalam berbagai bidang seperti budaya

ekonomi, politik, agama dan bidang lainnya dalam kehidupan manusia (Berger dan Chaffee, 1987:15; Sendjaja,1997)

Pengertian ini menjelaskan bahwa Ilmu Komunikasi adalah ilmu yang bisa diaplikasikan dalam bidang apapun, sehingga ilmu Komunikasi sangat diperlukan karena kemungkinan banyaknya masalah yang bisa timbul akibat dari komunikasi yang tidak efektif.

Menurut Onong Uchjana Effendi dalam "bahasa" komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*) orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicate*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lambang (*symbol*). Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa. (Effendi, 1993 :28)

E.2 Strategi Komunikasi

Dalam mensosialisasikan sebuah program baru kepada masyarakat Partai Politik perlu merencanakan strategi komunikasinya dengan tepat. Hal ini sangat penting mengingat kondisi lingkungan khalayak dan kondisi dari khalayak sendiri berbeda-beda, oleh sebab itu perlu perencanaan yang matang dalam pelaksanaannya.

Definisi Strategi menurut Henry Mintzberg adalah Strategi merupakan Serangkaian tindakan mendasar yang dibuat jalan operasional dalam rangka untuk

mencapai tujuan tertentu seperti visi pokok, identifikasi alternatif, peluang-peluang analisis kekuatan organisasi dan lain-lain (Siagian, 1997: 16-17)

Pada definisi diatas dapat kita simpulkan bahwa strategi merupakan rangkaian tindakan yang sangat mendasar dalam menentukan visi pokok (*grand design*) dari sebuah kegiatan organisasi dengan memperhatikan peluang dan kendala yang ada.

Pada penggunaannya strategi komunikasi dapat berubah oleh sebab itu perlu sekali untuk melihat seberapa tepat strategi komunikasi yang digunakan sesuai dengan tujuan dari komunikasi tersebut. Hal ini dikemukakan oleh Onong Effendi bahwa strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda-beda sewaktu waktu tergantung dari situasi dan kondisi (Effendi, 2000 :300)

Menurut Harold Lasswell cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah menjawab pertanyaan " *Who, Say what, Which channel, To whom, With What effect*". Oleh sebab itu teori yang digunakan dalam strategi komunikasi ini adalah Teori Komunikasi Harold Lasswell karena pada setiap kegiatan komunikasi seperti apa yang telah disebutkan diatas akan selalu menggunakan komponen komponen dibawah ini:

a. Komunikator, sebagai komunikator harus mampu menjelaskan

suatu kegiatan atau program kepada khalayak sekalian

bertindak sebagai mediator untuk mewakili lembaga terhadap publiknya dan sebaliknya.

- b. Pesan, adalah sesuatu yang perlu disampaikan kepada komunikan. bisa berupa ide, informasi aktivitas atau program tertentu yang akan dipublikasikan untuk diketahui, dimengerti dan difahami.
- c. Media, merupakan sarana untuk menyampaikan pesan.
- d. Komunikan merupakan publik yang menjadi sasaran dalam berkomunikasi secara langsung atau tidak langsung.
- e. Efek atau dampak, merupakan respon atau reaksi setelah proses komunikasi berlangsung. Dapat berupa efek positif atau negatif (Laswell dalam Onong,2000 : 10)

Kelima elemen diatas merupakan elemen penting dalam proses sebuah strategi komunikasi, dimana dari awal seorang komunikator dengan banyak faktor yang mempengaruhinya berusaha untuk menyampaikan pesan kepada komunikan dengan menggunakan media apa saja dengan efek yang diharapkan.

Mengenal sasaran komunikasi dilaksanakan sebelum melancarkan komunikasi. Ini dimaksudkan agar komunikasi dapat dijalankan secara efektif. Sedangkan untuk mencapai sasaran komunikasi diperlukan media yang tepat sebagai sarana dalam berkomunikasi karena setiap media memiliki kelebihan dan kekurangan, karena itu penggunaan media disesuaikan dengan tujuan komunikasi yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan digunakan. tujuan pesan harus jelas sehingga dapat segera ditentukan teknik apa yang mesti

Menurut Onong seorang komunikator akan berhasil dalam melakukan komunikasi, sehingga mampu mengubah sikap opini dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator. Kepercayaan komunikan pada komunikator mempengaruhi keberhasilan komunikasi, kepercayaan ini banyak dipengaruhi oleh profesi atau keahlian yang dimiliki komunikator. (Onong, 1992: 304)

Menurut Ruslan (2003:40) dalam melakukan strategi komunikasi juga dapat dikaitkan dengan fungsi dan manajemen *public relations*, yang secara operasional dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. *Research*.

Tahap penelitian dalam Public relations, baik dalam memperoleh data primer dan sekunder, maupun penelitian bersifat *opinion research*, secara kualitatif dan kuantitatif dan termasuk bersifat *motivation research*, yaitu penelitian yang tertuju pada jiwa manusia, tentang kebutuhan dan keinginan (*needs and wants*) yang paling mendasar.

b. *Planning*

Penyusunan suatu program acara (*event*) atau agenda setting dan program kerja Public Relations, yang berpijak pada data dan fakta di lapangan, kebijakan, prosedur, tema dan kemampuan dana serta dukungan dari pihak terkait.

Koordinasi satu tim kerja (*team work*) menentukan kerja sama dan keterlibatan dari instansi atau personil lainnya kedalam satu koordinasi team yang solid sebagai upaya pencapaian tujuan lembaga atau organisasi.

d. *Administration*

Menyangkut masalah administrasi perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dokumentasi, *filling system*, dan pencatatan keuangan yang keluar atau yang masuk dan sekaligus merupakan suatu bukti tertulis/tercatat dalam sistem administrasi yang baik.

e. *Production*

Bentuk produk publikasi dan promosi yang dikelola oleh Public Relations dalam upaya mendukung pemasaran / perluasan produk atau nama dan pengaruh pada sebuah organisasi. Merencanakan media plan, *publication-publicity*, *audio visual*, *special events* dan *reguler events* untuk tujuan berkampanye.

f. *Community participation*

Partisipasi *public relations* dalam melakukan suatu hubungan komunikasi timbal balik dengan masyarakat, publik demi tercapai saling pengertian dan citra positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

g. *Advisory*

Memberikan suatu sumbang saran kepada manajemen dan pimpinan perusahaan, mengenai kebijakan eksternal maupun internal maupun penyesuaian dari hasil pengidentifikasian keinginan dan *opini public* terhadap tujuan perusahaan. (Ruslan,2003:4)

E.3 Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi.

Berkaitan dengan strategi komunikasi dalam sosialisasi, sosialisasi pada dasarnya berasal dari kata sosiologi yaitu meneliti masyarakat swerta perubahannya menurut keadaan kenyataan. Masyarakat merupakan satuan yang didasarka pada ikatan-ikatan yang sudah teratur dan boleh dikatakan stabil. Maka bisa dikatakan bahwa masyarakat dengan sendirinya merupakan yang dalam bingkai strukturnya (proses sosial) diteliti oleh sosiologi.

Sosialisasi menurut Charlotte Buehler (dikutip Astrid, 1984:30) adalah proses yang membantu individu melalui belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana cara hidup dan bagaimana cara berfikir dengan kelompoknya, supaya dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya.

Strategi komunikasi dalam sosialisasi program yang bersifat sosial ini menggunakan bauran promosi (*mix promotion*), seperti dinyatakan Kotler dan Roberto (1989:45), bahwa suatu komunikasi pemasaran sosial menggunakan: *Personal communication, Mass communication, Selective communication.*

Adapun penjabarannya sebagai berikut:

1. *Personal communication*

Adapun suatu bentuk komunikasi langsung (tatap muka) antara komuhikator dengan komunikan sebagai target untuk memperkenalkan dan membentuk pemahaman suatu produk sosial sehingga masyarakat bersedia menggunakan produk produk sosial. Di dalamnya juga dapat mencakup *direct personal* atau *direct non personal communications.*

Direct communication adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif

yang memanfaatkan satu media atau beberapa media untuk menimbulkan respon yang terukur. Yaitu komunikasi promosi ditujukan langsung kepada konsumen individual atau non individual dengan tujuan agar pesan pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan baik melalui telepon, pos atau datang langsung ke tempat pemasar.

2. *Mass Communications*

Merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi (media massa) untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu.

3. *Selective Communication*

Yaitu menentukan bentuk komunikasi, dengan memilih bentuk komunikasi yang tepat dengan program pemasaran sosial yang akan di laksanakan. (Kotler&Roberto, 1989:45)

Tujuan dari komunikasi pemasaran sosial itu sendiri menurut Rachmadi adalah menciptakan hubungan batin yang baik antara lembaga dan khalayak untuk menciptakan persepsi dan penilaian positif mengenai jasa yang dikomunikasikan.(Rachmadi, 1999 : 32)

Selain itu, proses dalam sosialisasi program ini juga melalui tahapan-tahapan dalam suatu komunikasi pemasaran. Menurut Adhikarya & Middleton (Dikutip Sayoga, 2005:14-22) adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan data *base line* dan *need assessment*, yaitu mengumpulkan

data dasar yang diperlukan sebagai titik tolak dalam menyusun

perencanaan. *Need assessment* adalah upaya untuk mengetahui apa kebutuhan nyata dari masyarakat *target audience*.

2. Perumusan objektif komunikasi, berguna untuk menetapkan tujuan komunikasi yang akan dilaksanakan.
3. Analisis perencanaan dan pengembangan strategi berdasarkan langkah sebelumnya disusun pengkajian yang berkaitan dengan rencana kegiatan program komunikasi dan langkah langkah untuk mencapainya.
4. Analisis dan segmentasi khalayak, yaitu dengan mengetahui karakteristik khalayak sasaran yang menyangkut perilaku komunikasi sehari-hari. Misal berdasarkan status ekonom sosial, jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan.
5. Pemilihan media, setelah melalui tahapan tahapan diatas kemudian dapat dilakukan pemilihan media yang paling cocok untuk khalayak. Bahkan kalau perlu dapat menggunakan media campuran (*mix media*)
6. Mendesain dan mengembangkan pesan, yaitu merancang bentuk pesan, gaya dan pendekatan dari isi pesan yang akan disampaikan pada khalayak. Disesuaikan dengan karakteristik *target audience*.
7. Perencanaan manajemen yaitu pengelolaan dalam pelaksanaan program komunikasi yang direncanakan tersebut. Yang di dalamnya termasuk mengendalikan dan mengkoordinasikan tenaga, waktu, biaya dan berbagai sumber lainnya

8. Pelaksanaan pelatihan, adakalanya sebuah program komunikasi dalam pelaksanaannya membutuhkan pelatihan ketrampilan pada komunikatornya.
9. Tahap langkah implementasi/pelaksanaan.
10. Evaluasi program.

Menurut Ruslan Evaluasi adalah proses penilaian terhadap hasil hasil dari program program kerja atau aktivitas yng telah dilaksanakan serta keefektifan teknik-teknik manajemen dan komunikasi yang telah dipergunakan (Ruslan,2003:136)

Tahapan-tahapan tersebut diatas akan berulang kembali dari awal karena berdasarkan hasil evaluasi mungkin ditemukan hal-hal baru yang dapat menjadi masukan untuk penyempurnaan program secara keseluruhan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini yaitu penelitian yang menghasilkan data secara deskriptif (penggambaran) yang berupa fakta-fakta tertulis maupun lisan dari setiap perilaku orang orang yang dicermati. Menurut Jalaludin Rakhmat penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakat atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan akurat. (Rakhmat 2000:20)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Secara umum, studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan "how" atau "Why", bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata (K. Yin, 1996 : 1)

Sedangkan kasus yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Bagaimana DPD II Partai GOLKAR dan DPC Partai Kebangkitan Bangsa melakukan sosialisasi program beasiswa parpol di Universitas Sains & Al Qur'an (UNSIQ) Jawa Tengah yang berlokasi di Wonosobo.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian terhadap objek yang diteliti sangat diperlukan, hal itu agar memperjelas hal-hal yang pokok dalam melihat permasalahan yang sebenarnya. Untuk itu penelitian mengambil lokasi penelitian di Sekretariat DPD II Partai GOLKAR dan DPC PKB Wonosobo serta di kediaman para Pimpinan Kecamatan partai Golkar serta Pimpinan Anak Cabang PKB dan Kader penerima Beasiswa Partai Golkar dan PKB di Wonosobo Jawa Tengah.

3. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan dalam awal bulan Agustus 2007 hingga Bulan Mei 2008.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan

a. Studi Pustaka

Cara pengumpulan data yang diperoleh dari literatur-literatur, kamus, surat kabar, majalah, internet dan sumber lain yang dapat mendukung dan relevan untuk digunakan dalam penelitian ini.

b. Wawancara

Pengamatan langsung oleh peneliti terhadap fenomena yang terjadi. Peneliti mengamati (*watching*) dan mendengar (*listening*) kejadian selama beberapa waktu tanpa melakukan manipulasi atau pengendalian, serta mencatat penemuan yang memungkinkan atau memenuhi syarat untuk digunakan kedalam tingkat penafsiran jenis analisis.

Menurut Soehardi Sigit, wawancara dapat diklasifikasikan menurut strukturnya (*structure*). Yang dimaksud dengan struktur ialah mengacu pada seberapa banyak kebebasan yang dimiliki oleh pewawancara untuk mengubah jadwal pertanyaan dalam situasi berwawancara. Jika dibatasi, dengan kata lain tidak boleh mengubah-ubah, maka disebut wawancara itu tersusun (*structured*). Jika ada kebebasan, maka disebut tak tersusun (*unstructured*). (Sigit,2003:221)

Wawancara dilakukan menggunakan klasifikasi tidak terstruktur dengan hanya menggunakan interview guide saja.

Teknik pengambilan sampel wawancara menggunakan *Purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel ini adalah termasuk teknik Non-Random Sampling dimana Purposive Sampling digunakan saat peneliti memandang bahwa individu individu tertentu saja yang dapat mewakili (*nonrepresentative*)

karena menurut pendapat peneliti merekalah-yaitu individu individu yang dipilih itu- yang mengerti akan populasinya.(Sigit,2001:109)

Adapun narasumber primer yang dipilih oleh peneliti untuk diwawancarai adalah para fungsionaris DPD II Partai GOLKAR dan DPC PKB di Wonosobo, khususnya para Pimpinan Kecamatan Partai Golkar dan Pimpinan Anak Cabang PKB karena mereka yang terjun secara langsung dalam mensosialisasikan program beasiswa ini kepada masyarakat. Narasumber sekunder dari penelitian ini adalah para mahasiswa itu sendiri yang telah mengikuti program beasiswa dari kedua partai tersebut.

c. Observasi

Yaitu mengumpulkan data dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki. Teknik observasi dipergunakan untuk mengetahui lebih dalam tentang proses Sosialisasi Program Beasiswa Partai DPD II Partai GOLKAR dan DPC PKB di Universitas Sains & Al Qur'an (UNSIQ) Jateng di Wonosobo.

(Nasution,2002:234)

5. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini data dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan langkah langkah analisa data sebagai berikut:

a. Pengumpulan data

Adalah data yang akan diperoleh dengan menggunakan beberapa teknik, seperti wawancara mendalam (*indepth interview*), observasi, dan dokumentasi yang diperoleh dari penelitian.

b. Reduksi data

Yaitu proses pemilahan, pengkategorian, dan pemusatan pada data yang relevan dengan permasalahan penelitian.

c. Penyajian data

Yaitu dengan menggambarkan fenomena atau keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi

d. Kesimpulan

Yaitu hasil pemikiran akan perbandingan mengenai kenyataan di lapangan dengan teori berdasarkan data yang didapat

6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data merupakan usaha untuk mengecek data yang telah dikumpulkan (Nawawi&Martini,1996:188). Selain itu triangulasi data adalah upaya untuk mengecek kebenaran data tertentu dengan data yang diperoleh dengan sumber triangulasi data (Nasution,1992:15).

Pendapat tentang triangulasi data yang akan digunakan untuk mengukur keabsahan data tersebut ,mengandung makna bahwa dengan menggunakan metode triangulasi dapat mempertinggi validitas. Memberi kedalaman hasil penelitian sebagai pelengkapan apabila data yang diperoleh dari sumber pertama masih ada kekurangan.

Agar data yang diperoleh ini semakin dapat dipercaya, maka data yang diperoleh tidak hanya dari satu sumber saja, tetapi juga berasal dari sumber-sumber lain yang terkait dengan sumber penelitian. Keduanya adalah cara

tersebut ditempuh dengan jalan membandingkan data hasil wawancara dengan hasil penelitian maupun dokumentasi yang diperoleh di dalam penelitian ini. Hasil yang didapat dari wawancara yang dilakukan dengan subyek penelitian akan dibandingkan dengan hasil penelitian yang diperoleh dari dokumentasi.