

KULIAH 5

D. FOCUS GROUP INTERVIEW/ DISCUSSION

INTERVIEW DENGAN SEJUMLAH PARTISIPAN SEKALIGUS SEHINGGA TERJADI INTERAKSI BUKAN SAJA ANTARA PENGIKUT DAN PARTISIPAN, TETAPI JUGA ANTAR PARTISIPAN ATAU ANTAR PARTISIPAN DENGAN PIHAK INTERN

KEUNTUNGAN

1. CEPAT DAN MUDAH
2. CARA YANG MUDAH DAN CEPAT UNTUK MEMBANGUN HIPOTESA BILA KITA HANYA TAHU SEDIKIT TENTANG SESUATU
3. MENGURANGI JARAK ANTARA INFORMAN DAN PIHAK YANG MEMERLUKAN INFORMASI TERSEBUT (MIS. PERUSAHAAN)
4. FLEKSIBEL → TIDAK MENGGUNAKAN DAFTAR PERTANYAAN YANG KAKU TETAPI KEGIATANNYA MENCAKUP: MENDENGARKAN, BERPIKIR, MENANYAKAN LEBIH JAUH, MENGEKSPLORASI, MENANGKAP BERBAGAI ISYARAT DAN BAHASA TUBUH
5. KEMAMPUAN UNTUK MEMAHAMI SITUASI YANG TIDAK PASTI: BILA.....; KALAU TIDAK.....
6. ANTAR PARTISIPAN SALING MENSTIMULASI

7. HASIL YANG DIPEROLEH DAPAT DIMENGERTI OLEH ORANG/ PIHAK YANG MEMBUTUHKAN (BUKAN CUMA ANGKA-ANGKA STATISTIK)

PERSIAPAN

1. MENGENAL PERMASALAHAN
INTERVIEWER HARUS MENGENAL BETUL PERMASALAHAN YANG DIHADAPI OLEH CLIENT (PERUSAHAAN)
2. MENYUSUN PERTANYAAN-PERTANYAAN BERDASARKAN PERMASALAHAN DAN DIKAITKAN DENGAN TUJUAN YANG INGIN DICAPAI
3. OUTLINE DARI TOPIK-TOPIK YANG INGIN DIKUMPULKAN INFORMASINYA, TIDAK HARUS MENYIAPKAN RANGKAIAN YANG PASTI KARENA DARI TOPIK-TOPIK YANG ADA PERTANYAAN-PERTANYAAN DAPAT MUNCUL KETIKA WAWANCARA BERLANGSUNG.
4. MENENTUKAN KELOMPOK-KELOMPOK YANG DIANGGAP MEWAKILI/ DAPAT MEMBERIKAN KETERANGAN YANG DIBUTUHKAN
5. MENENTUKAN BESAR KELOMPOK YANG DAPAT MENGHASILKAN INFORMASI YANG MAKSIMAL TETAPI MASIH DAPAT “DIKELOLA” OLEH INTERVIEWER (6-8 ORANG)
6. MENENTUKAN TEMPAT INTERVIEW
DI KANTOR, HOTEL, ATAU DI RUMAH PARTISIPAN
7. PERALATAN
 - TAPE RECORDER DAN PERLENGKAPANNYA

- VIDEO RECORDER DAN PERLENGKAPANNYA
- ALAT-ALAT/ PERLENGKAPAN LAIN

SEBELUM DIPAKAI HARUS DICEK DAHULU KONDISINYA

8. JUMLAH FREKUENSI INTERVIEW

BIASANYA ANTARA 1- 4 X

INTERVIEW

1. JENIS INTERVIEW : NON-DIRECTIVE, OPEN-ENDED
(NAMUN HARUS SESUAI DENGAN TOPIK)
2. PENYUSUNAN TEMPAT DUDUK PARTISIPAN
ORANG YANG POSISINYA BERHADAPAN DENGAN
INTERVIEWER BIASANYA PALING AKTIF
3. PEMBUKAAN → INTERVIEW DIMULAI DENGAN
MENYATAKAN:
 - TOPIK APA YANG AKAN DIBICARAKAN UNTUK
MEMBERIKAN BATASAN/ ARAHAN
 - MULAI DENGAN HAL-HAL YANG MUDAH
DIMENGERTI ATAU SUDAH DIKETAHUI OLEH
PARTISIPAN
4. MEMPERHATIKAN ARAH INTERVIEW
INTERVIEWER HARUS DAPAT MENGENALI BILA
INTERVIEW SUDAH MULAI MENYIMPANG
5. MENGATUR KECEPATAN INTERVIEW
6. MENGATUR PARTISIPASI AGAR SEIMBANG
7. HATI-HATI DENGAN PARTISIPAN YANG “AHLI” KARENA
DAPAT MEMPENGARUHI JALANNYA INTERVIEW
8. MEMILIH INTERVIEWER YANG TEPAT

- DAPAT MENGARAHKAN KE TUJUAN YANG RELEVAN
- DAPAT MENGAKHIRI PEMBICARAAN YANG MENYIMPANG
- DAPAT MELAKUKAN REFLEKSI DAN BERSIKAP TERBUKA
- GENDER DARI INTERVIEWER HARUS SESUAI DENGAN PARTISIPAN DAN MASALAH YANG DIBICARAKAN, TERUTAMA BILA MASALAH-MASALAH YANG SENSITIF

LAPORAN

- **POLA LAPORAN TERGANTUNG PADA:**
 1. WAKTU DAN BIAYA
 2. GAYA PRIBADI MASING-MASING PEMBUAT LAPORAN
 3. KEBUTUHAN DAN SELERA CLIENT

- **LANGKAH-LANGKAH DALAM PENULISAN:**
 1. MENYALIN SEMUA INTERVIEW DALAM BENTUK TERTULIS
 2. MENGEDIT, MELAKUKAN KODEFIKASI DAN MENANDAI BAGIAN-BAGIAN YANG PENTING
 3. MENANDAI BAGIAN YANG PALING SESUAI DENGAN TUJUAN INTERVIEW/ PENELITIAN DAN DIBERI JUDUL
 4. MEMILIH BAGIAN-BAGIAN INTERVIEW UNTUK DISERTAKAN PADA BAGIAN-BAGIAN/ TULISAN/ LAPORAN SESUAI DENGAN TOPIK

5. MENULISKAN SEMUA BAGIAN YANG SUDAH DIPILIH DAN DISUSUN

KELEMAHAN

1. GROUP INTERVIEW
CARA TERBURUK UNTUK MENDAPATKAN DATA TENTANG PERSENTASI, FREKUENSI KARENA DAPAT DIARTIKAN SALAH OLEH ORANG YANG TIDAK BERPENGALAMAN. OLEH KARENA ITU, GROUP INTERVIEW HARUS DIIKUTI DENGAN SURVEY BESAR YANG DIDESIGN DENGAN BAIK.
2. SELERA RESPONDEN DAPAT MEMPENGARUHI HASIL YANG DIPEROLEH DI LAB
3. BILA PRODUK SAMA SEKALI BARU, BISA JADI DITOLAK OLEH RESPONDEN → GAGAL UNTUK DIPASARKAN
4. PENDAPAT RESPONDEN DAPAT SALING MEMPENGARUHI, TERUTAMA BILA RESPONDEN PADA URUTAN TERAKHIR DITANYA AKAN SANGAT MUNGKIN DIPENGARUHI OLEH PENDAHULUAN
5. LEBIH COCOK UNTUK HAL-HAL YANG SIFATNYA TIDAK TERLALU PRIBADI
6. ADA KEMUNGKINAN RESPONDEN TIDAK MENGATAKAN PENDAPAT YANG NEGATIF TENTANG SUATU PRODUK KARENA MERASA SEGAN KEPADA INTERVIEWER YANG DIANGGAPNYA SUDAH AKRAB