

## PROSEDUR DAN METODE WAWANCARA

Sampel dan kuesioner dirancang agar didapat data yang benar, tetapi untuk itu dibutuhkan sikap kooperatif dan kerjasama dengan responden: bahwa responden akan mengatakan informasi yang sejujurnya, responden merasa aman yang akhirnya memberikan informasi yang sesungguhnya. Untuk mendapatkan informasi yang sesungguhnya diperlukan keterampilan wawancara sehingga kuisisioner yang telah disusun dapat mencapai sasaran. Masalah utama dalam wawancara adalah mengontrol kebohongan responden. Kita tidak bisa mengecek apakah responden berkata jujur atau berbohong, karena yang kita lakukan hanyalah bertanya kepada mereka. Maka amat penting mengontrol kesalahan yang mungkin timbul dalam wawancara.

### 1. Pengaruh Pewawancara

Dalam wawancara sangat mungkin timbul bias. Wawancara adalah suatu proses dinamis dimana antara responden dan pewawancara saling berinteraksi dan saling mempengaruhi. Latar belakang baik responden maupun pewawancara akan berakibat pada jawaban yang akan diberikan responden. Responden mempunyai berbagai sifat dan atribut pribadi tertentu yang mempengaruhi ketepatan dan kualitas jawaban mereka. Sifat-sifat yang melatarbelakangi pewawancara seperti usia, jenis kelamin, agama, suku, atau pendidikan dapat menimbulkan sikap dan kecenderungan tertentu yang akan mempengaruhi jawaban responden. Responden laki-laki yang diberikan pertanyaan tentang diskriminasi wanita dalam pekerjaan mungkin menjawab berbeda apabila pertanyaan diajukan oleh pewawancara wanita karena responden ingin memberikan kesan baik kepada pewawancara. Demikian juga pewawancara berkulit putih mungkin memperoleh jawaban berbeda dari responden yang berkulit hitam atas pertanyaan tentang diskriminasi dan prasangka rasial daripada yang diperoleh pewawancara yang berkulit hitam dan sebagainya.

Wawancara adalah suatu bentuk pertukaran sosial. Responden memberi kesan mengenai citra tertentu atas dirinya sendiri, keluarga, kelompok sosial, masyarakat, atau agama. Citra tersebut paling tidak sebagian akan berfungsi membentuk bobot reaksi antara pewawancara dan responden dan akan membentuk dampak langsung terhadap kemungkinan apakah responden jujur dalam menjawab pertanyaan yang mereka anggap sensitif. Bias yang disengaja paling sering terjadi bila terdapat jarak sosial antara pewawancara dan responden. Sebagai contoh responden dari kelas bawah atau anggota kelompok minoritas mungkin tidak begitu mau berterus terang bila mereka diwawancarai oleh orang yang berstatus lebih tinggi. Cannel dan Kahn membuat kata-kata yang bagus untuk menggambarkan hal ini:

“Faktor latar belakang adalah elemen penting dalam wawancara sebab faktor tersebut membentuk semacam lapisan tanah bagian bawah dimana banyak sekali alasan dan persepsi perorangan mempunyai akar langsung. Tetapi sifat latar belakang tiap-tiap partisipan dalam wawancara mempunyai tambahan karena sifat tersebut memberi petunjuk bagi partisipan lain. Sikap, alasan, dan stereotip tertentu dibangkitkan dalam pikiran responden oleh persepsinya sendiri bahwa pewawancara mempunyai sifat latar belakang tertentu. Mungkin pewawancara dipengaruhi dengan cara yang sama oleh persepsi awalnya mengenai responden. Reaksireaksi semacam itu pada gilirannya mempengaruhi kedua partisipan.”

Pengaruh ini tergantung kepada topik polling yang akan dibuat. Dalam polling mengenai aborsi (Tabel 19.1) misalnya jenis kelamin/gender memberi pengaruh yang signifikan kepada

jawaban responden. Polling mengenai isu diskriminasi sosial, perbedaan warna pewawancara dan responden dapat menentukan jawaban responden. Pengaruh ini tentu saja amat spesifik tergantung kepada masalah polling. Kalau kita membuat polling mengenai UULL atau GDN tentu saja pengaruh jenis kelamin, suku, ataupun agama pewawancara dan responden tidak ada. Masalahnya terletak pada bebas tidaknya seorang responden untuk mengungkapkan pendapatnya. Pendapat responden amat peka, sehingga meski pertanyaan sudah disusun dengan baik, jawaban tergantung pada bagaimana reaksi responden pada waktu diwawancarai. Dalam polling mengenai aborsi misalnya. Responden wanita merasa aman untuk berbicara dengan pewawancara wanita, sehingga distribusi yang mendukung aborsi besar. Sementara ketika diwawancarai oleh pewawancara laki-laki masih ada kesan segan untuk mengungkapkan pendapat sebenarnya.

TABEL 19.1:  
Efek jenis kelamin pewawancara dan responden terhadap jawaban responden

Uraian	Pendapat Tentang Hak Aborsi	
	Mendukung (%)	Menentang (%)
-Di antara responden laki-laki Dengan pewawancara laki-laki Dengan pewawancara perempuan -Di antara responden perempuan Dengan pewawancara laki-laki Dengan pewawancara perempuan	70 77 64 84	30 13 36 12

SUMBER: Herbert Asher, *Polling and The Public: What Every Citizen Should Know*, Third Edition, Washington, Congressional Quarterly Inc, 1995, hlm. 74.

Demikian juga pengaruh ras pada polling tentang Jesse Jackson (Tabel 19.2). Untuk responden berkulit hitam hampir tidak ada yang menentang Jesse Jackson ketika pewawancara kulit hitam yang mewawancarai. Namun persentase dukungan terhadap Jesse Jackson ini berkurang ketika yang mewawancarai berkulit putih.

TABEL 19.2:  
Efek warna kulit pewawancara dan responden terhadap jawaban responden

Uraian Pendapat	Tentang Jesse Jackson		
	Mendukung	Menentang	Tidak Tahu
-Di antara Responden Kulit Putih Dengan pewawancara kulit putih Dengan pewawancara kulit hitam	21 29	50 39	29 31
-Di antara Responden Kulit Hitam Dengan pewawancara kulit	79 93	4 0	1 77

putih Dengan pewawancara kulit hitam			
--------------------------------------	--	--	--

KETERANGAN: Polling pemilihan pendahuluan di New York, 1998.SUMBER : Albert Hadley Cantril, The Opinion Connection: Polling, Politics and The Press, Washington DC, Congressional Quarterly, 1992, hlm. 113.

Pengaruh pewawancara terhadap responden bukan hanya terbatas kepada ciri-ciri pewawancara yang dapat diamati secara fisik, seperti jenis kelamin atau warna kulit. Efek itu juga terjadi pada ciri-ciri/karakteristik pewawancara yang tidak terlihat, seperti suku, ras, agama, asal pewawancara, status sosial ekonomi atau jenjang pendidikan pewawancara. Responden memang tidak menanyakan agama, ras atau suku pewawancara, sebab responden akan menafsirkan sendiri karakteristik pewawancara. Dalam Tabel 19.3 terlihat bagaimana efek ras pewawancara dalam hal ini Yahudi terhadap jawaban responden. Responden menafsirkan apakah pewawancara Yahudi atau tidak dengan mengamati ciri-ciri fisik ataupun dari namanya. Penafsiran responden apakah pewawancara Yahudi atau tidak akan menimbulkan pengaruh terhadap jawaban responden.

TABEL 19.3:  
Efek ras pewawancara terhadap jawaban responden

Responden diwawancarai oleh:	Apakah menurut anda banyak perusahaan besar di Amerika dipegang oleh orang Yahudi?	Apakah menurut anda Yahudi mempunyai kekuatan politik yang besar di Amerika?
	Persentase jawaban "ya"	Persentase jawaban "tidak"
Pewawancara yang terlihat seperti orang Yahudi dan mempunyai nama Yahudi	11,7	5,8
Pewawancara yang terlihat seperti orang Yahudi	5,4	15,6
Pewawancara yang tidak terlihat seperti orang Yahudi	21,2	24,3
Pewawancara yang tidak terlihat	19,5	21,4

seperti orang Yahudi dan tidak mempunyai nama Yahudi		
--	--	--

SUMBER : Robert H. Hyman, Interviewing in Social Research, Chicago, University of Chicago Press, 1975, hlm. 163.

Responden mempunyai sikap, persepsi, motivasi, yang mempengaruhi ketepatan dan kualitas jawaban mereka. Masalah utama dalam hal ini adalah bagaimana membuat responden mempunyai motivasi untuk menjawab pertanyaan. Sebagaimana dikatakan oleh Denzin, dalam sebagian besar situasi wawancara, pewawancara dan responden tidak saling mengenal sebelum wawancara berlangsung dan ada kemungkinan bahwa mereka tidak akan saling berjumpa lagi setelah wawancara selesai. Kuncinya adalah bagaimana membuat responden mempunyai dorongan untuk berperan serta atau pun memberikan jawaban yang lengkap dan akurat.

Faktor psikologis dapat mempengaruhi jawaban karena pendapat, persepsi, dan harapan dari pewawancara dapat mempengaruhi jawaban responden. Pewawancara mempunyai predisposisi psikologis yang tidak diketahui, karena faktor psikologis di sini tidak dapat diamati oleh responden. Untuk mengatasi pengaruh itu instruksi untuk pewawancara haruslah jelas dan tertulis. Disamping itu tujuan dari suatu polling juga tertulis tegas. Instruksi harus menggambarkan bagaimana setiap pertanyaan harus dijawab, jenis-jenis jawaban yang dapat diterima, kapan penyelidikan harus dilakukan, dan sebagainya. Instruksi itu harus juga memasukkan jumlah dan identitas responden.

Ada tiga metode mengumpulkan data, yaitu: lewat surat, lewat telepon, dan wawancara secara langsung. Menentukan metode pengumpulan data ini biasanya ditentukan sebelum polling dijalankan, sebab metode pengumpulan data bukan hanya berhubungan dengan sumber dana dan manusia yang tersedia tetapi juga berhubungan dengan sampel dan tujuan polling yang dilakukan. Kalau kita memilih pengumpulan data lewat telepon, responden kita adalah pemilik telepon sehingga sampel harus diambil dari populasi pemilik telepon. Demikian juga kalau kita memilih pengumpulan data lewat surat harus tersedia sebuah daftar alamat populasi dari mana sampel akan diambil. Ketiga metode pengumpulan data itu mempunyai kelebihan dan kelemahan masing-masing.