

## DESAIN POLLING ILMIAH

**1. Tahap-tahap Polling** Tahap awal dari semua kegiatan polling adalah merancang desain polling.

Desain yang dibuat ini menjadi dasar pelaksanaan polling yang akan dilakukan.

Apa tujuan polling, topik apa yang diangkat dan metode dipakai direncanakan secara teliti dan saksama. Kegiatan membuat desain polling ini dapat dilakukan dibelakang meja, dengan mengadakan diskusi tim peneliti. **Mengidentifikasi tujuan polling.**

Massalah penting dalam polling adalah merumuskan dengan tepat tujuan polling yang kita buat. Tujuan yang kita terapkan ini pada akhirnya akan menentukan semua instrument polling yang digunakan: target populasi, tipe informasi, waktu wawancara dan metode wawancara yang dipakai. Misalnya suatu saat pemerintah akan memberlakukan UULL. Pertanyaannya, aspek mana dari UULL itu yang akan kita buat polling, bagian mana dari isu tersebut yang menarik. Kita misalnya ingin membuat perbandingan sikap/pendapat terhadap UULL itu antara pemilik kendaraan pribadi dan kendaraan umum. Tipe informasi yang kita butuhkan adalah mengetahui pendapat atau sikap. Metode wawancara yang kita pakai adalah wawancara langsung karena para sopir kebanyakan tidak mempunyai sambungan telepon. Lain misalnya kalau tujuan polling kita adalah untuk mengetahui penilaian masyarakat perlu tidaknya UULL tersebut. Populasi kita bukan lagi pengendara kendaraan tetapi masyarakat umum. Dengan populasi itu kita bisa memakai wawancara lewat telepon. Tipe informasi yang ingin kita peroleh misalnya kepercayaan, apakah masyarakat percaya bahwa seandainya UULL tersebut dijalankan, polisi dapat menunaikan tugasnya dengan baik. **Populasi polling.**

Populasi polling ditentukan oleh topik dan tujuan polling yang akan dibuat. Kalau kita ingin mengetahui sikap masyarakat terhadap likuidasi bank, maka populasi yang relevan adalah para pemilik rekening tabungan di bank. Kalau kita ingin mengetahui bagaimana pendapat masyarakat terhadap pelaksanaan pemilu, maka populasi yang relevan adalah para pemilih pemilu. Peneliti perlu memutuskan apakah tema polling dan pertanyaan yang akan dibuat relevan untuk setiap orang. Penelitian perlu menyadari bahwa tidak setiap isu penting bagi setiap orang, tema polling tertentu kadang tidak dapat diterapkan untuk semua orang. Kalau tema polling yang diambil peneliti adalah mengenai organisasi kemahasiswaan, maka tema ini hanya relevan untuk mahasiswa, bahkan lebih khusus lagi aktivis mahasiswa. Relevansi suatu tema dengan responden ini berhubungan dengan sejauh mana tingkat pengetahuan responden mengenai suatu isu. Isu mengenai organisasi kemahasiswaan kalau ditanyakan kepada masyarakat luas akan menciptakan banyak orang yang tidak berpendapat.

**Menentukan teknik penarikan sampel.** Teknik penarikan sampel apa yang akan dipakai ditentukan sebelum polling dikerjakan. Pertimbangan yang dipakai untuk menentukan teknik penarikan sampel di antaranya ada atau tidak tersedianya derangka sampel. Apabila kerangka sampel ini telah tersedia kita dapat memutuskan memakai sampel acak sederhana atau sistematis. Tetapi apabila kerangka sampel yang memuat anggota populasi ini tidak tersedia, kita dapat memakai sampel klaster – jika menyusun kerangka sampel itu membutuhkan waktu lama dan dana besar. Pertimbangan lain adalah apakah populasi itu cukup menyebar atau mengumpul. Jika populasi menyebar, lebih efektif apabila memakai sampel klaster, tetapi jika populasi mengumpul, sampel acak sederhana atau stratifikasi dapat dipakai. Di luar pertimbangan metode itu, peneliti juga perlu mempertimbangkan dana, waktu dan sumber daya manusia yang tersedia. **Menentukan tipe informasi.** Dalam polling, cara untuk mengetahui pendapat/perilaku adalah dengan bertanya, data tidak diperoleh dengan observasi

atau partisipasi tetapi dengan menanyakan langsung kepada responden. Dengan suatu daftar pertanyaan (kuesioner) kita bertanya apa yang mereka rasakan atau pikirkan terhadap isu-isu tertentu yang muncul. Karenanya kuesioner mempunyai dua fungsi. Pertama, sebagai alat di mana data itu diperoleh. Data mengenai umur, sikap, pendapat, diperoleh lewat kuesioner. Kedua, kuesioner itu juga alat untuk “mengukur” pendapat seseorang. Dengan instrument itu, pendapat orang yang ada dipikiran dikeluarkan. Instrument itu juga yang mengkategorikan apakah pendapat itu setuju, tidak setuju, dan sebagainya. Ketika kasus aborsi mencuat ke permukaan, pada dasarnya orang yang mengetahui kasus itu mempunyai pendapat terhadap aborsi. Tetapi pendapat itu masih ada dalam benak masing-masing orang, pendapat itu baru tersimpan dan baru terekspresikan misalnya dalam obrolan di warung, diskusi, seminar, dan sebagainya. Pendapat itu bisa juga tiba-tiba diekspresikan lewat demonstrasi di DPR yang menuntut UU Anti Aborsi atau demonstrasi ke kepolisian dengan tuntutan penutupan klinik aborsi. Kuesioner pada dasarnya adalah sebuah alat untuk mengekspresikan apa yang dipikirkan orang sehingga pendapat itu dapat dikenal, transparan, dan dapat dianalisa. Ada beberapa hal yang dapat diukur oleh polling yakni: mengukur sikap, kepercayaan, pengetahuan dan perilaku. Pertanyaan sikap mengukur pemikiran, perasaan, atau penilaian tentang isu, peristiwa, masalah atau kebijakan dengan menghitung frekuensi proposi responden yang mendukung atau menentang isu atau kebijakan tertentu. Pertanyaan untuk menanyakan kepercayaan didesain untuk mengukur apakah masyarakat berpikir bahwa suatu isu adalah benar ataukah tidak, atau apakah mereka percaya atau tidak percaya dengan sesuatu. Sebagai contoh pertanyaan berikut didesain untuk mendapatkan data apakah responden percaya dengan tindakan yang akan dilakukan oleh Gubernur Jakarta. “Apakah anda berpendapat Gubernur Jakarta tahun depan akan membolehkan becak beroperasi di Jakarta?” Apakah tahun depan Gubernur Jakarta memang membolehkan becak beroperasi di Jakarta ataukah tidak, tidaklah penting. Tujuan dari pertanyaan kepercayaan adalah untuk menentukan apakah responden percaya bahwa Gubernur Jakarta akan melakukan tindakan tertentu. Sementara pertanyaan tentang pengetahuan dipakai untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat terhadap suatu isu/program. Pengetahuan menunjukkan tingkat perhatian, dan dengan demikian menggambarkan sejauh mana suatu isu/kebijakan tertentu diterima oleh masyarakat. Suatu program – katakanlah Gerakan Disiplin Nasional – dapat dikatakan masyarakat kalau banyak orang yang mengetahui adanya program tersebut. Sedangkan pertanyaan tentang perilaku menanyakan apakah seseorang melakukan suatu tindakan dimasa lalu, atau apa yang dilakukannya saat ini, atau apa rencana yang akan dilakukannya di masa depan. Misalnya apakah masyarakat memilih dalam pemilu, berapa kali seseorang memakai fasilitas umum, atau pernahkah mengalami peristiwa tertentu selama setahun ini dan sebagainya. Kita harus merencanakan secara tepat tipe pertanyaan yang dipakai. Apakah kita ingin mengukur sikap, kepercayaan, pengetahuan ataukah perilaku? Dengan memutuskan tipe informasi yang diperlukan, peneliti dapat memfokuskan pada pertanyaan yang lebih spesifik. Ketika ada isu aborsi, apakah peneliti ingin mengetahui sikap masyarakat terhadap aborsi (sikap/pendapat), ingin mengetahui apakah masyarakat percaya bahwa pemerintah akan membuat UU Anti Aborsi (kepercayaan), berapa orang remaja yang melakukan aborsi (perilaku) ataukah pengetahuan masyarakat mengenai peristiwa pembuangan bayi (pengetahuan). Tipe informasi itu memang dapat disajikan tersendiri, tetapi penelitian dapat memutuskan untuk memasukkan tipe informasi tersebut. Ini misalnya berhubungan dengan pertanyaan yang sifatnya kompleks dan kontroversial di mana perlu memasukkan dimensi penting dari pendapat, sikap, kepercayaan atau perilaku. Misalkan

polling mengenai aborsi dengan responden para remaja, peneliti tidak cukup hanya menanyakan apakah mereka melakukan aborsi (perilaku), tetapi perlu juga ditanyakan apakah mereka setuju dengan aborsi (sikap) untuk melihat konsistensi perilaku dan sikap. **Waktu wawancara.** Desain polling juga harus mempertimbangkan apakah polling dibuat untuk sekali waktu (*survey cross-sectional*) ataukah rangkaian waktu (*survey longitudinal*). Polling dapat dipandang sebagai pendapat yang disampaikan seseorang pada waktu wawancara dilakukan. Jenis ini akan sangat baik untuk mengeksplorasi atau mendeskripsikan informasi. Polling juga dapat dipandang sebagai bagian dari survei longitudinal yang mengumpulkan pendapat individu dari suatu waktu ke waktu lain. Ini berarti tujuan dari pengukuran adalah untuk melihat perubahan dan mengidentifikasi kecenderungan perilaku, sikap atau kepercayaan masyarakat. Perbedaan utama desain polling *cross sectional* dan *longitudinal* adalah pada survei longitudinal harus menanyakan secara tepat pertanyaan yang sama setiap waktu, dan melihat perubahan yang dapat dipilih setiap waktu. Pertanyaan baru dan variabel dapat dimasukkan tetapi kesimpulan tentang bagaimana pendapat atau perubahan karakteristik dari tiap waktu hanya dimungkinkan untuk item yang ditanyakan dari satu polling ke polling lain. Jika polling didesain untuk survei longitudinal, desain harus dibuat lebih hati-hati dalam merumuskan pertanyaan untuk mengantisipasi jenis informasi yang akan digunakan dalam membuat kesimpulan. **Menentukan metode wawancara.** Metode wawancara ditentukan sebelum polling dijalankan – apakah memakai metode wawancara langsung, lewat surat atau wawancara lewat telepon. Dalam tahap perencanaan, hal yang harus diperhitungkan di antaranya topik dari polling. Apakah tema polling membutuhkan kecepatan untuk diduplikasikan ataukah tidak. Polling mengenai aborsi misalnya tidak mendesak untuk secepatnya dipublikasikan, tetapi polling dengan tema aktual misalnya mengenai penilaian masyarakat terhadap kebijakan pemerintah dibutuhkan wawancara yang cepat sehingga hasil polling dapat secepatnya dipublikasikan. Kalau menghendaki hasil polling cepat dipublikasikan maka dibutuhkan metode wawancara yang cepat yakni lewat telepon. Pertimbangan lain adalah bagaimana kedalaman suatu informasi yang dibutuhkan. Kalau polling bertujuan mendapatkan informasi yang lebih akurat maka wawancara langsung adalah yang paling tepat. Hal ini karena dalam wawancara langsung, peneliti dapat leluasa untuk mendapatkan informasi dari responden. Sementara kalau polling hanya bertujuan untuk memotret pendapat masyarakat, maka polling lewat telepon dapat dipertimbangkan untuk dipakai.

Pertimbangan penting lain adalah karakteristik dari target populasi yang akan diwawancarai. Misalnya polling tentang pemilu lebih baik tidak menggunakan wawancara lewat telepon. Kenapa? Sebab metode ini masyarakat populasi adalah pemilik telepon. Padahal dengan membuat polling mengenai pemilu – target populasinya adalah masyarakat desa dan kota – banyak masyarakat yang tidak mempunyai sambungan telepon. Telepon hanya dimiliki kebanyakan oleh masyarakat kota/kelas menengah terpelajar. Polling lewat telepon hanya efektif digunakan jika target populasinya adalah masyarakat kelas menengah, misalnya polling tentang Gerakan Cinta Republik, atau polling tentang kesehatan bank. Kalau karakteristik target populasi heterogen – menyertakan masyarakat desa – kota, masyarakat berpendidikan rendah – tinggi, berpenghasilan tinggi – rendah polling dengan wawancara langsung juga efektif dipakai untuk populasi yang berkumpul pada satu lokasi. Misalnya polling mengenai nasib buruh dengan target populasi buruh pabrik di Tangerang, responden akan mudah ditemui dengan mendatangi mereka secara langsung. Sementara polling lewat suara dipakai apabila populasi polling menyebar ke daerah yang luas yang sukar dijangkau dan membutuhkan waktu dan biaya besar

untuk mendatangi responden. Misalnya polling mengenai guru di daerah di mana populasi menyertakan guru-guru yang ada di daerah terpencil. Adalah tidak efektif untuk mengunjungi mereka dari satu daerah ke daerah lain, tetapi lebih efektif lewat surat. Peneliti dapat memilih metode wawancara yang sesuai dengan topik dan tujuan polling.

Benyamin S. (alm) seringkali mengucapkan kata-kata ini, “kau tidak perlu memakan sepotong sapi untuk mengatakan bahwa daging itu rasanya enak.” Apa yang dikatakan oleh Benyamin S. itu merupakan prinsip sampling: mendapatkan informasi keseluruhan hanya dengan menggunakan sebagian orang. Kita tidak mungkin berbicara dengan semua orang dalam suatu komunitas, kita hanya mengambil beberapa orang yang mempunyai karakteristik sama dengan populasi sehingga sampel kita merupakan representasi dari populasi. Sampling adalah sebuah prosedur di mana kita dapat menarik dari orang dalam jumlah besar (kita sebut sebagai populasi) menjadi hanya sebagian orang (sebagai sampel). Sampel sebenarnya konsep yang bisa kita temui sehari-hari. Kita “mensampel” pendapat orang lain untuk belajar memahami realitas. Kita juga mendapat informasi dari beberapa orang untuk mengetahui berbagai isu yang penting. Tetapi kita harus hati-hati untuk menggeneralisasikan pendapat beberapa orang tersebut. Kalau ingin lebih teliti kita harus menanyakan banyak orang lagi dengan harapan menemukan lebih banyak perbedaan pendapat. Tetapi setiap hari kita berhubungan dengan orang lain yang kebanyakan kita sukai dan mendapatkan jawaban yang kebanyakan kita inginkan. Di sini banyak kemungkinan bahwa mereka yang kita kuping pendapatnya itu tidak cukup akurat menggambarkan secara penuh derajat perbedaan pendapat dalam komunitas secara keseluruhan. Karena itulah kita membutuhkan prinsip-prinsip sampel ilmiah agar kita dapat berbicara pada komunitas yang luas dengan menggunakan informasi beberapa orang.

## **2. KENAPA PERLU SAMPEL?**

Ada dua alasan kenapa kita memakai sampel. Pertama, berhubungan dengan waktu dan biaya. Dengan sampel, waktu yang diperlukan dalam pelaksanaan polling menjadi lebih singkat sehingga kecepatan hasil dari polling dapat lebih terjamin. Pemakaian sampel juga dapat menekan biaya yang sering menjadi kendala dalam pelaksanaan polling. Kedua, secara metodologis hasil dari suatu survei yang memakai sampel seringkali bahkan lebih akurat dibandingkan dengan sensus – yang mewawancarai seluruh anggota populasi. Kenapa? Earl R. Babbie memberikan alasan yang bagus. Sensus memang memungkinkan seorang peneliti untuk meneliti pendapat semua anggota sehingga kesalahan yang disebabkan oleh sampel dapat dihilangkan. Tetapi penelitian dengan tipe sensus berarti lebih banyak lagi yang harus diwawancarai, sehingga kemungkinan kesalahan juga semakin besar. Dengan tipe sensus dibutuhkan lebih banyak pewawancara dalam jumlah besar, seorang peneliti harus mengontrol staf agar dapat melakukan wawancara dengan baik, tetapi seringkali kualitas sukar dikontrol. Semakin banyak orang berarti semakin banyak kesalahan dalam hal pengorganisasian data, wawancara koding, dan analisis data. Mewawancarai semua anggota populasi juga berakibat waktu wawancara menjadi lebih panjang – sebagai akibatnya datanya bukan hanya *out of date* tetapi juga bisa terjadi pendapat individu akan berubah. Kita ingin mewawancarai pendapat masyarakat mengenai penerapan *Currency Board System* (CBS). Untuk mewawancarai katakanlah semua penduduk Jakarta paling tidak dibutuhkan waktu satu tahun. Dan selama masa itu tiba-tiba CBS tidak jadi diterapkan, atau yang lebih mungkin terjadi adanya perubahan sikap dari responden. Kesulitan lain adalah dalam hal konsistensi definisi suatu konsep. Misalnya mereka yang dikategorikan pengangguran pada waktu survei ternyata satu tahun kemudian telah bekerja dan sebagainya. Polling selalu berkaitan dengan isu yang cepat berubah, sehingga hasil polling pun harus cepat dipublikasikan. Tanggapan dan reaksi pemerintah terhadap isu tertentu

misalnya seringkali mengakibatkan perubahan pendapat masyarakat. Dan untuk melihat perubahan pendapat itu hanya dimungkinkan kalau kita mewawancarai dalam jumlah yang tidak terlalu besar.

Seorang peneliti pendapat umum (*pollster*) mengambil sebagian orang karena dengan sampel yang lebih mudah ditangani dan dengan biaya lebih murah daripada melibatkan semua orang. Sebagai contoh, jauh lebih murah dan menghemat waktu untuk mengukur pendapat 400 orang dari pada 20.000 orang. Persoalan dalam pemakaian sampel adalah bagaimana menggunakan informasi sedikit orang untuk menggambarkan pendapat banyak orang. Dengan pemakaian sampel yang baik, seorang peneliti dapat mengukur pendapat 2.000 orang untuk menggeneralisasikan pendapat 200 juta orang, dengan hasil tidak jauh berbeda 2% sampai 4% dari hasil jika ke-200 juta orang tersebut diwawancarai semua. Polling di Amerika hanya mewawancarai 1.500 orang perbedaan hasil polling dengan hasil yang nyata (sekitar 100 juta pemilih) selisihnya rata-rata kurang dari 2%. Artinya pendapat 1.500 orang sudah dapat mewakili pemilih di Amerika yang mencapai 100 juta orang. Polling di Amerika dengan memakai telepon dapat dilaksanakan dalam beberapa jam. Bayangkan kalau harus mewawancarai 100 juta orang, padahal reaksi pemilih cepat sekali berubah bukan saja tiap hari tetapi dalam hitungan jam. Dengan mewawancarai sedikit orang bukan saja ada jaminan bahwa hasilnya tidak banyak berbeda tetapi juga peneliti dapat tiap saat melakukan polling dan melihat reaksi publik setiap saat.

Bagaimana mungkin menggunakan beberapa orang untuk menggeneralisasikan secara akurat pendapat banyak orang? Ini tidak didasarkan pada sulap tetapi logika statistik yang telah terbukti berkali-kali dalam kenyataan empiris. Meskipun demikian, seorang peneliti tidak dapat hanya menggunakan sampel untuk kemudian menggeneralisasikan hasilnya pada populasi. Sampel yang diambil dipilih menurut prosedur yang akurat, dan dengan batas-batas kesalahan tertentu. Kalau prinsip sampling diterapkan dengan benar maka hasil dari suatu polling tidak akan jauh berbeda dengan hasil kalau mewawancarai semua populasi.

### 3. MENDEFINISIKAN POPULASI

Sebelum kita membahas berbagai teknik dasar penarikan sampel, perlu dipahami beberapa pengertian dasar dari sampel. Langkah pertama adalah mendefinisikan terlebih dahulu unit analisis – apakah individu, rumah tangga, organisasi dan sebagainya. Dalam polling unit analisis adalah individu (orang).

**Populasi.** Sebelum sampel diambil, perlu diperjelas siapa populasi polling kita. Populasi adalah sebuah konsep abstrak. Sebuah populasi yang didefinisikan sebagai semua orang yang berusia di atas 17 tahun di wilayah Kotamadya Yogyakarta pada tanggal 21 Februari 1998 antara pukul 00.00-24.00 adalah konsep abstrak. Itu hanya ada dalam pikiran tetapi mustahil untuk menunjuk secara tepat anggota dari populasi itu.

Populasi sering disalah definisikan sebagai keseluruhan penduduk. Populasi tidaklah sama dengan penduduk – seseorang yang secara eksak anggota suatu masyarakat dengan dibuktikan oleh KTP. Populasi dalam pengertian bisa berupa penderita AIDS, pedagang kaki lima, dan sebagainya. Bayangkanlah masyarakat Yogyakarta. Ini adalah publik dalam pengertian fisik. Di dalam wilayah itu ada banyak karakteristik: Ada mahasiswa, ada pekerja, ada dosen, ada petani, ada wartawan, dan sebagainya. Kalau ada isu mengenai upah pekerja, maka populasi yang diambil adalah buruh. Kalau polling yang kita buat mengenai isu rush bank BCA, populasi yang tepat adalah nasabah bank BCA.

Populasi ini terbentuk oleh tujuan dan topik polling. Sebagai contoh, polling mengenai pengaruh pembangunan PLTN Muria adalah lebih baik untuk mendefinisikan populasi sebagai

semua orang yang tinggal di sekitar Muria daripada mendefinisikan populasi sebagai semua penduduk Indonesia. Kalau kita ingin membuat polling mengenai Jamsostek, maka populasi yang tepat adalah para pekerja (buruh pabrik), kalau kita ingin mengetahui tanggapan masyarakat terhadap munculnya organisasi cendekiawan, populasi yang relevan adalah para cendekiawan. Kalau polling yang dibuat adalah mengenai UULL (Undang-Undang Lalu Lintas), populasi yang tepat adalah jalan raya. Kalau ingin mengetahui tanggapan masyarakat terhadap organisasi mahasiswa, populasi yang relevan adalah para mahasiswa. Apabila sejak awal kita salah mendefinisikan populasi, hasil polling tidak akurat. Contohnya polling mengenai upah buruh, tetapi populasi polling adalah mahasiswa jelas tidak akurat. Mahasiswa bisa saja mempunyai pendapat mengenai upah buruh, tetapi para pekerjalah yang bisa merasakan apakah upah buruh selama ini sudah cukup memadai ataukah tidak. Kalau topik polling adalah pemilu, populasi tidak semua anggota masyarakat, tetapi mereka yang mempunyai hak pilih dalam pemilu.

**Target populasi.** Populasi itu sendiri belum jelas, karena itu perlu dibuat target populasi. Kalau populasinya adalah cendekiawan, cendekiawan yang mana? Kalau populasi polling adalah buruh pabrik, target populasinya, buruh yang mana? Di mana? Di sini peneliti menetapkan definisi operasional dan pembatasan dari buruh pabrik itu, misalnya apakah manajer dihitung sebagai buruh pabrik. Kalau nasabah bank BCA adalah populasi, target populasinya dapat ditetapkan dengan membuat definisi nasabah bank BCA dimana, apakah pemilik deposito juga dihitung dan sebagainya. Dari definisi itu akhirnya kita bisa menetapkan bahwa target populasi adalah dosen di perguruan tinggi di kabupaten Malang, para wisatawan manca negara di Yogyakarta, buruh pabrik di Tangerang, nasabah bank BCA di Jakarta. Target populasi itulah yang dipakai dari mana sampel yang diambil.

Kriteria yang relevan untuk mendefinisikan target populasi itu memasukkan katagori diantaranya wilayah, umur, jenis kelamin, pendidikan, batas-batas kriteria itu diberikan secara eksplisit dalam menentukan target populasi, yang akan memasukkan orang sesuai dengan target populasi dan mengeluarkannya bagi yang tidak sesuai. Banyak contoh dari target populasi ini.

Semua orang yang berumur 17 tahun keatas yang tinggal di Yogyakarta pada tanggal 21 Februari 1998, tidak sedang dipenjara, tempat penahanan atau lembaga sejenis.

Semua wisatawan baik mancanegara atau domestik yang ada di Malang dalam bulan juli 1998.

Semua dosen yang ngajar di Perguruan Tinggi Negeri atau pun Swasta di Jakarta antar bulan Januari sampai Agustus 1998.

Semua pegawai pemerintah daerah yang masa kerjanya diatas 5 tahun di Kotamadya Surabaya.

Semua mahasiswa Perguruan Tinggi, negeri ataupun swasta, tidak termasuk akademik, di wilayah Bandung sampai bulan Agustus 1998.

Semua penderita AIDS samapi bulan Mei 1998 di seluruh Indonesia.

Semua orang di wilayah Indonesia yang menggunakan hak pilih dalam pemilu 1997.

Semua penumpang pesawat terbang antara bulan Februari sampai bulan Agustus 1998. Dan sebagainya

Semua contoh memasukkan elemen yang akan disampel (orang, penumpang pesawat, pegawai Pemda, pelajar, mahasiswa, penderita AIDS) dan wilaya geografis (Yogyakarta, Bandung, Surabaya, Indonesia) dan batas waktu yang jelas. Seorang peneliti memulai dengan

sebuah populasi (seperti orang yang ada disuatu daerah) tetapi didefinisikan secara lebih tepat dalam bentuk target populasi yang menunjukkan kepada kelompok yang khusus dimana mereka itulah yang ingin kita ketahui pendapatnya.

**Kerangka sampel.** Karena populasi adalah konsep abstrak, peneliti membutuhkan estimasi (memperkirakan) populasi. Seorang peneliti mengoperasionalkan sebuah populasi dengan membuat sebuah daftar yang memperkirakan semua elemen dalam populasi. Setelah target populasi didefinisikan secara jelas, peneliti kemudian membuat kerangka yang lebih operasional. Untuk menarik sampel dari target populasi, kita membutuhkan namanama dari anggota target populasi. Jadi kalau target populasi polling kita adalah orang yang dirawat di rumah sakit di Yogyakarta antara bulan Februari sampai Agustus, maka harus ada daftar yang berisi nama-nama orang yang dirawat tersebut. Daftar ini yang kita sebut sebagai kerangka sampel, yang mengidentifikasi semua anggota dari target populasi. Kalau target populasi adalah buruh pabrik di Tangerang kita membutuhkan nama-nama seluruh buruh pabrik di Tangerang. Dari daftar itulah sampel akan diambil.

Semua kasus dapat dibuat identifikasinya, dibuat operasionalisasi tetapi ketika harus dibuat kerangka yang memasukkan semua anggota populasi tidak semudah seperti yang dibayangkan. Sebagai contoh, kita menginginkan untuk membuat polling sikap penonton musik rock. Target populasi dapat ditentukan dengan jelas yakni mereka yang mendatangi pertunjukan musik rock. Tetapi ketika harus disusun daftar nama penonton pertunjukan musik rock, kita mengalami kesulitan untuk membuatnya.

Perbedaan yang besar antara kerangka sampel dan konseptualisasi yang didefinisikan dari populasi. Ketidakesesuaian antara kerangka sampel dan populasi dapat menyebabkan sampel tidak valid. Sebagai contoh kita membuat polling mengenai tingkat kepuasan wisatawan mancanegara. Target populasi yang kita tetapkan adalah wisatawan mancanegara di Yogyakarta. Untuk mengenali wisatawan mancanegara itu kita menyusun kerangka sampel berupa data nama wisatawan mancanegara yang menginap di hotel. Tetapi kerangka sampel ini bisa jadi tidak identik dengan populasi yang sebenarnya. Karena banyak wisatawan mancanegara yang tidak menginap di hotel. Atau kita ingin menyelidiki pendapat semua orang di wilayah Yogyakarta. Pertanyaannya adalah bagaimana mengidentifikasi populasi masyarakat, daftar apakah yang dapat kita pakai dimana daftar tersebut menggambarkan populasi masyarakat Yogyakarta? Kita bisa memutuskan untuk mengambil daftar semua orang yang mempunyai Surat Izin Mengemudi (SIM). Tetapi banyak orang yang tidak mempunyai SIM. Lalu kita memutuskan untuk memakai daftar catatan pajak. Tetapi tidak semua orang membayar pajak dan catatan pajak itu untuk mengumpulkannya dibutuhkan waktu yang lama. Kita bisa mencoba memakai Daftar Pemakai Telepon. Tetapi daftar ini pun tidak terlalu baik karena banyak orang yang tidak mempunyai sambungan telepon.