

**Pemberdayaan Masyarakat untuk Menanggulangi Kutukan  
Sumber Daya**

# **PANDUAN LAPANGAN**

## **UNTUK TIM LOGISTIK DAN KAMPANYE**

---

### **Daftar Isi**

<b>1</b>	<b><u>PENGANTAR PROGRAM</u></b>	<b>3</b>
1.1	TUJUAN PROGRAM	3
1.2	KOMPONEN-KOMPONEN PROGRAM	3
<b>2</b>	<b><u>TIM-TIM PROGRAM</u></b>	<b>4</b>
2.1	LATAR BELAKANG PARA PERANCANG PROGRAM	5
<b>3</b>	<b><u>KAMPANYE</u></b>	<b>5</b>
3.1	EMPAT VERSI KAMPANYE	6
3.2	ALUR KAMPANYE	7
3.3	BAGAIMANA CARA MENGETAHUI DAMPAK KAMPANYE?	8
3.3.1	BAGAIMANA CARA MEMILIH RESPONDEN SECARA ACAK UNTUK SETIAP VERSI KAMPANYE?	9
3.4	MENGUKUR DAMPAK: SURVEY DAN KAMPANYE KARTU POS	10
3.5	MATERIAL KAMPANYE	11
3.6	ISI KAMPANYE INFORMASI	12
3.6.1	INFORMASI APBD.	12
3.6.2	INFORMASI TENTANG APBD	13
3.6.3	INFORMASI LAINNYA	15
<b>4</b>	<b><u>SURVEY</u></b>	<b>17</b>
4.1	KOMPONEN SURVEY	17
<b>5</b>	<b><u>KARTU POS</u></b>	<b>18</b>
5.1	HAL YANG PENTING UNTUK DIINGAT	19
<b>6</b>	<b><u>MENGGABUNGKAN KAMPANYE, SURVEY DAN KARTU POS</u></b>	<b>20</b>
<b>7</b>	<b><u>TIPS-TIPS PELAKSANAAN</u></b>	<b>21</b>

<b>7.1 PERTANYAAN YANG SERING DITANYAKAN</b>	<b>21</b>
<b>7.2 YANG BOLEH DAN TIDAK BOLEH DILAKUKAN</b>	<b>22</b>
7.2.1 LAKUKAN	22
7.2.2 JANGAN LAKUKAN	24
<b>8 PROTOKOL PENGAMBILAN SAMPEL</b>	<b>25</b>
<b>8.1 MENGAMBIL SAMPEL DESA</b>	<b>26</b>
<b>8.2 PENGAMBILAN SAMPEL DUSUN/RW (TIM LOGISTIK)</b>	<b>26</b>
8.2.1 DUSUN/RW PENGGANTI	26
<b>8.3 PENGAMBILAN SAMPEL RUMAH TANGGA (SUPERVISOR)</b>	<b>26</b>
8.3.1 METODE A: METODE DAFTAR RUMAH TANGGA	28
8.3.2 METODE B: METODE KOMPAS	29
8.3.3 BAGAIMANA JIKA JUMLAH RUMAHTANGGA KURANG DARI 10?	30
8.3.4 BAGAIMANA JIKA ADA LEBIH DARI SATU RUMAH TINGGAL DI BAWAH SATU ATAP?	30
8.3.5 RUMAH TANGGA PENGGANTI	31
<b>8.4 PENGAMBILAN SAMPEL RESPONDEN (JURU KAMPANYE)</b>	<b>31</b>
8.4.1 MEMILIH PENGGANTI RESPONDEN UTAMA	32
8.4.2 PENGHENTIAN AWAL	33
<b>9 PENGAWASAN MUTU (<i>QUALITY CONTROL</i>)</b>	<b>33</b>
<b>10 LOGISTIK PROGRAM</b>	<b>34</b>
<b>10.1 TANGGUNG JAWAB TIM LOGISTIK</b>	<b>34</b>
<b>10.2 TANGGUNGJAWAB SUPERVISOR</b>	<b>34</b>
<b>10.3 TANGGUNG JAWAB JURU KAMPAYE</b>	<b>35</b>
<b>10.4 TANGGUNGJAWAB DIREKTUR PROGRAM</b>	<b>36</b>
<b>11 FORMULIR DAN CHECKLIST</b>	<b>37</b>
<b>11.1 UNTUK TIM LOGISTIK</b>	<b>37</b>
<b>11.2 UNTUK SUPERVISOR</b>	<b>37</b>
<b>11.3 UNTUK JURU KAMPANYE</b>	<b>38</b>
<b>12 PETA DESA BLORA</b>	<b>39</b>

# 1 Pengantar Program

Terima kasih atas partisipasi anda dalam program “Pemberdayaan Masyarakat untuk Menanggulangi Kutukan Sumber Daya.” Kami senang anda bergabung dalam tim ini. Tujuan dari Panduan Lapangan ini adalah sebagai sumber informasi yang anda butuhkan dalam program. Anda perlu membacanya dengan cermat selama pelatihan dan selalu membawanya sebagai bahan rujukan pada saat di lapangan.

## 1.1 Tujuan Program

Tujuan utama program ini ada tiga, yaitu:

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kualitas pemkab Blora.
2. Mendorong masyarakat untuk menyuarakan pendapat mereka tentang kualitas pemerintah Blora dengan cara berpartisipasi dalam kampanye kartu pos dan menjawab pertanyaan.
3. Meningkatkan kesadaran diantara pimpinan terpilih dan pegawai pemerintahan tentang apa yang dirasakan masyarakat Blora atas kualitas pemerintahan di kabupaten.

## 1.2 Komponen-komponen Program

Untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut, sebuah lembaga yang berbasis di Blora, LPAW (*Lembaga Penelitian Aplikasi Wacana*) dan lembaga berbasis Jakarta, PATTIRO (*Pusat Telaah dan Informasi Regional*) bekerjasama dengan Laura Paler, peneliti dari Universitas Columbia di Amerika Serikat, untuk menjalankan sebuah program di kabupaten Blora. LPAW telah bekerja cukup lama di tingkat pemerintah kabupaten untuk pembangunan ekonomi dan social serta keterbukaan (transparansi), namun belum pernah memperluas programnya hingga tingkat akar rumpur. Program ini menggambarkan upaya mereka untuk menggerakkan dukungan akar rumpur atas reformasi tingkat kabupaten.

Program ini memiliki dua komponen terintegrasi utama: (1) kampanye kesadaran masyarakat yang berujung pada kampanye kartu pos, dan (2) survey. Kampanye kesadaran masyarakat berfokus pada penyampain infomasi dasar pada masyarakat mengenai pemerintah dan apa yang dilakukan pemerintah di kabupaten. Survey dirancang untuk mengukur *bagaimana* orang bereaksi terhadap kampanye informasi dan *mengapa* mereka bereaksi demikian. Seluruh responden juga akan didorong untuk berpartisipasi dalam kampanye kartu pos dimana mereka dapat menunjukkan tingkat dukungannya pada berbagai jenis reformasi pemerintah yang berbeda-beda di kabupaten. Kartu pos berfungsi untuk membantu mengukur dampak kampanye kesadaran masyarakat dan juga sebagai sinyal kesiapan bagi LPAW, pemerintah dan warga masyarakat lainnya akan jenis-jenis perubahan terhadap pemerintahan (jika diminta) yang diinginkan oleh masyarakat Blora. Peran anda dalam proyek ini adalah menindaklanjuti langkah-langkah dalam panduan ini untuk memastikan kampanye kesadaran masyarakat dan survey dijalankan secara profesional, seksama dan akurat.

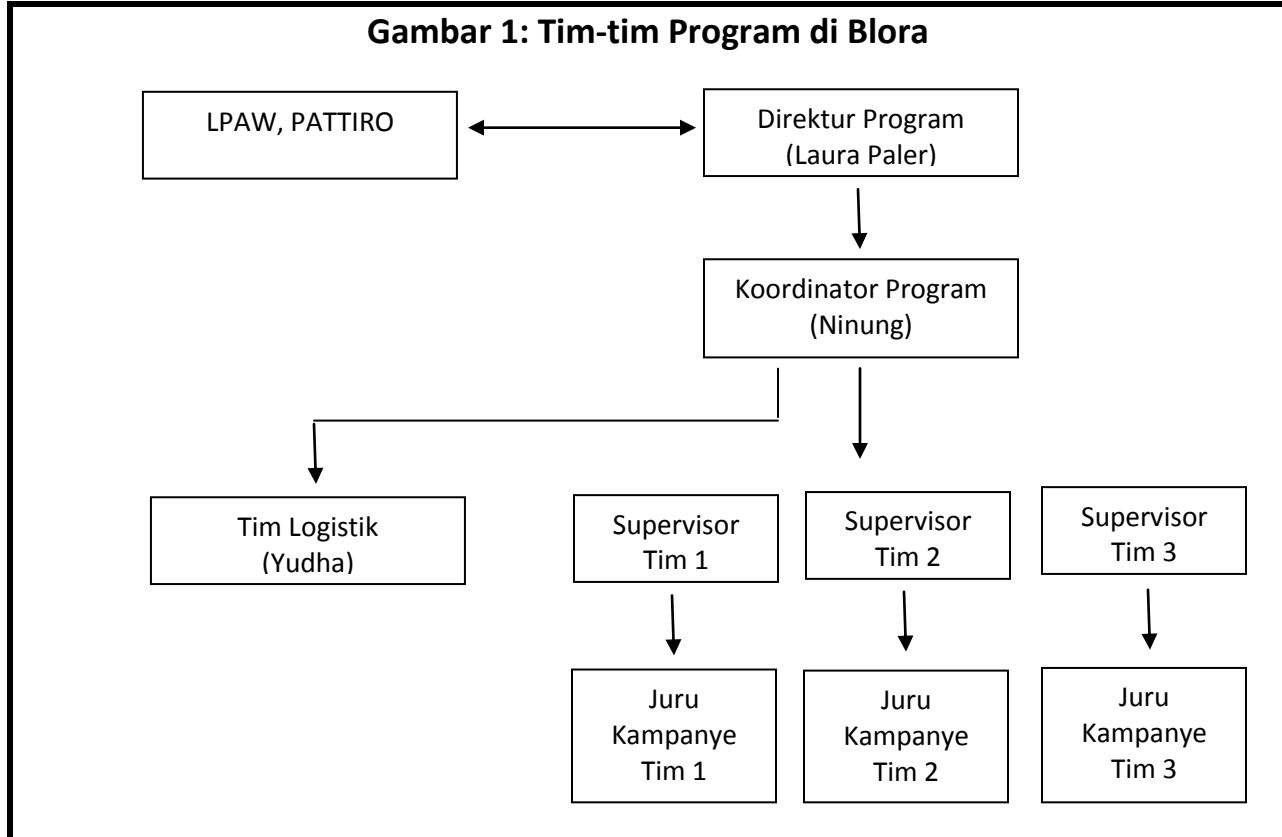
Program ini akan dijalankan dalam beberapa bulan menjelang pilkada 3 Juni 2010. Spesifiknya, antara 1 Maret dan 17 Mei 2010, pada 1860 rumah tangga di 93 desa di kabupaten Blora. Hasil-hasil kunci akan dianalisa dan dipresentasikan pada para calon bupati oleh LPAW sebelum pilkada, untuk mendorong mereka agar membuat kampanye yang memberi solusi pada permasalahan yang menjadi kepentingan utama masyarakat Blora. Selain itu, hasilnya akan dipresentasikan kepada para anggota DPRD, kepala dinas, media, masyarakat Blora dan kepada organisasi asing, pembuat kebijakan dan para peneliti.

## 2 Tim-tim Program

Banyak orang dan tim yang terlibat bekerja untuk memastikan keberhasilan program ini, dan setiap orang memiliki peranan yang tak terpisahkan. Gambar 1 menunjukkan garis besar bagaimana program ini disusun. LPAW, Pattiro dan Direktur Program telah merancang program melalui proses *focus group* yang intensif, pengujian lapangan dan uji coba (*piloting*). Informasi latar belakang tentang para penyusun rancangan program ada di Bagian 2.1. LPAW, Pattiro dan Direktur Program berusaha mengatasi semua masalah yang terkait dengan desain program secara bersama-sama. Peran tim-tim logistik dan kampanye adalah untuk melaksanakan program dengan tulus yang telah dirancang oleh LPAW, Pattiro dan Direktur Program. Direktur Program akan mengawasi semua aspek pelaksanaan. Karena tim logistik, supervisor dan juru kampanye dipekerjakan langsung oleh Direktur Program, maka setiap pertanyaan atau masalah tentang program harus ditanyakan kepada Laura atau Ninung, Koordinator Program.

Ada tiga tim kampanye, masing-masing terdiri atas seorang supervisor dan lima juru kampanye. Masing-masing tim akan bekerja di wilayah yang berbeda di kabupaten Blora dan akan bertanggung jawab melaksanakan program di wilayah mereka. Ada tim logistik, yang akan memberikan dukungan logistik yang utama kepada tim kampanye. Tim logistik akan melakukan kunjungan awal ke tiap-tiap desa, mengurus perizinan yang diperlukan, membantu menyelesaikan masalah yang timbul di lapangan, dan berpartisipasi dalam pengawasan kualitas. Peran dan tanggung jawab tim pelaksana akan dibahas lebih detail di Bagian 10.

**Gambar 1: Tim-tim Program di Blora**



## 2.1 Latar Belakang Para Perancang Program

LPAW dan PATTIRO saat ini berada di tahun kedua dari proyek berjangka tiga tahun untuk bekerja dengan pemkab Blora untuk mempromosikan transparansi anggaran, partisipasi masyarakat, dan pembangunan ekonomi untuk memastikan bahwa sumber daya alam yang penting di Blora tidak akan sia-sia. Program mereka di Blora didanai oleh organisasi internasional yaitu *Revenue Watch Institute* dan *Open Society Institute-Local Governance Initiative*. Program ini meliputi kegiatan hingga ke tingkat akar rumput dengan tujuan menghasilkan dukungan *bottom-up* untuk kegiatan tingkat kabupaten.

**Laura Paler** adalah Kandidat Ph.D. Ilmu Politik, Universitas Columbia, Amerika Serikat, yang mengkhususkan pada ekonomi politik dan memiliki pengalaman riset yang luas di Indonesia. Laura adalah *fellow* program IGERT- *International Development and Globalization*--Program Pembangunan dan Globalisasi Internasional (didirikan oleh Joseph Stiglitz) dan *fellow* dari *Center for the Study of Development Strategies*--Pusat Studi Strategi Pembangunan (didirikan oleh Macartan Humphreys) di Universitas Columbia. Sebelum menjalankan program di Blora, Laura bekerja sama dengan *Aceh Reintegration and Livelihood Surveys*, sebuah proyek evaluasi skala besar dan survei penduduk serta mantan pejuang, ditugaskan oleh Bank Dunia. Laura juga memberikan konsultasi bagi Bank Dunia, *Research Triangle Institute*, *Social Impacts Inc.* dan juga bekerja untuk evaluasi proyek *The National Democratic Institute for International Affairs*. Dulu, Laura bekerja sebagai *Program Officer* untuk *The National Democratic Institute*, bertugas merancang dan melaksanakan program-program pembangunan demokrasi untuk wilayah Asia. Bergelar M. Phil. di bidang Perbandingan Pemerintah (*Comparative Government*) dari Universitas Oxford (St Antony's College) di Inggris dan B.A. untuk *International Affairs and Asian Studies* dari Universitas George Washington, Amerika Serikat. Penelitian di Blora ini didanai hibah dari *National Science Foundation*, USINDO, *The Center for the Study of Development Strategies*, *Sasakawa Young Leaders Fellowship program*, PATTIRO dan PATTIRO Institute.

## 3 Kampanye

Program "Pemberdayaan Masyarakat untuk Menanggulangi Kutukan Sumber Daya" didasarkan pada prinsip bahwa pemimpin terpilih dan pejabat pemerintahan seringkali kurang memperhatikan dan kurang serius mengupayakan yang terbaik bagi kepentingan masyarakat, kecuali ada tuntutan dari masyarakat atas pemerintahan yang baik. Lalu bagaimana masyarakat bisa digerakkan untuk menuntut pemerintahan yang baik dari pemimpin terpilih? Untuk menjawab pertanyaan ini, perancang program membuat kampanye kesadaran publik ini. Tujuan kampanye ini adalah untuk memberikan informasi dasar tentang pemkab Blora kepada masyarakat dan mendorong mereka untuk mengambil bagian dalam kampanye kartu pos dengan menandai perubahan yang mereka inginkan untuk dilakukan oleh pemkab Blora.

Ini bukan kampanye kesadaran masyarakat biasa, ada dua fitur unik dalam kampanye kesadaran publik ini:

1. **Ada empat versi kampanye.** Setiap versi dirancang untuk menunjukkan faktor-faktor *apa saja* yang paling efektif menggerakkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam kampanye kartu pos.
2. **Rumah tangga dan responden akan dipilih secara acak.** Sebanyak 1860 rumah tangga yang akan dikunjungi dalam program ini dipilih secara acak (*random sampling*). Hal ini memungkinkan kita untuk menarik kesimpulan atas seluruh penduduk Blora, yang membuat kampanye menjadi lebih kuat.

### 3.1 Empat Versi Kampanye

Kita tidak hanya ingin meningkatkan kesadaran, tetapi kita juga ingin mengetahui *cara* menggerakkan masyarakat yang paling efektif. Secara khusus kita memiliki dua pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan ini berasal dari pertanyaan besar dalam siklus pembangunan dan kebijakan, serta dari FGD-FGD kami di Blora.

1. Apakah masyarakat akan lebih menghargai pemerintahan yang baik jika mereka membayar pajak atau jika pendapatan pemerintah berasal dari pemerintah pusat dan sumber daya alam?
  - **Bagaimana menjawab:** Lakukan simulasi kampanye tentang pembayaran pajak kepada pemkab Blora.
2. Apakah masyarakat menghargai pemerintahan yang baik jika mereka mempunyai akses informasi tentang apa yang dilakukan pemerintah?
  - **Bagaimana menjawab:** Sampaikan beberapa informasi tambahan tentang bagaimana sebenarnya pemerintah membelanjakan uang dalam APBD.

Menyilangkan dua pertanyaan berikut ini akan menghasilkan empat versi kampanye. Keempat kelompok dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini. Keempat versi kampanye dapat dikenali dengan mudah melalui nomor dan warnanya: (1) kelompok kuning tidak membayar pajak di simulasi penghasilan dan mendapatkan informasi dasar, (2) kelompok hijau membayar pajak dalam simulasi penghasilan dan hanya mendapatkan informasi dasar; (3) kelompok merah tidak membayar pajak, tetapi mendapat informasi tambahan mengenai belanja pemerintah kabupaten, dan (4) kelompok biru membayar pajak dan mendapatkan informasi tambahan mengenai belanja pemerintah kabupaten. Nomor-nomor yang ada dalam setiap kolom warna menunjukkan nomor halaman yang sesuai dalam naskah kampanye, yang akan segera kita bahas dalam pelatihan.

**Tabel 1: Versi Kampanye**

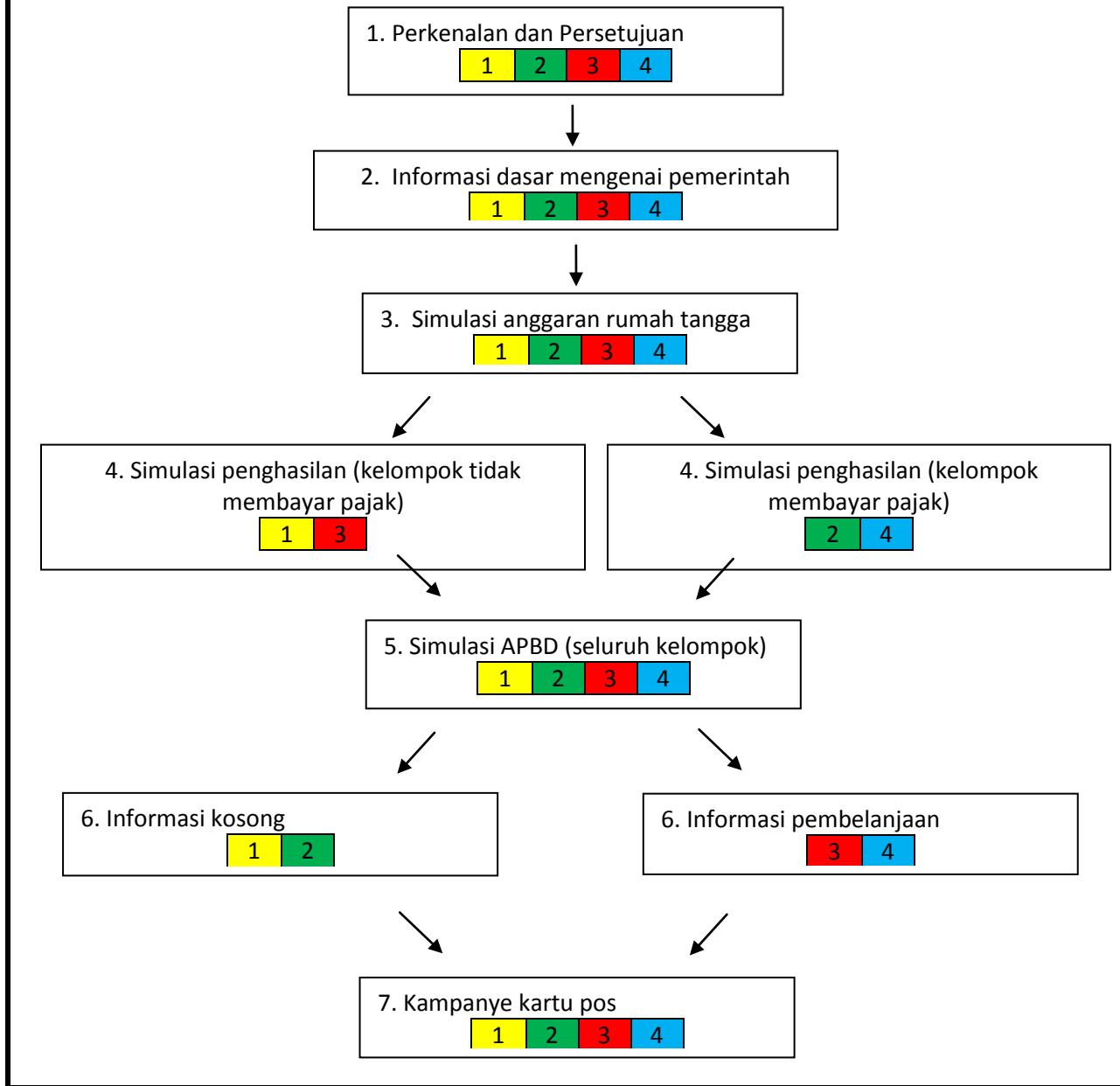
		Apakah Membayar Pajak Itu Penting?	
		Tidak membayar pajak (Sumber pemasukan APBD murni dari Pemerintah Pusat ( <i>Windfall</i> ) Pajak=0)	Membayar Pajak (Pajak=Rp. 4000)
Apakah informasi tentang bagaimana pemerintah membelanjakan anggaran itu penting?	Tidak diberi informasi [Kontrol]	(1) Halaman: 1 Informasi dasar: 1-4 2 <i>Treatment</i> pendapatan: 6, 8 3 Informasi yang tidak relevan: 10 4 Kartu pos Kampanye: 11-13	(2) Halaman: 5 Informasi dasar: 1-4 6 <i>Treatment</i> pendapatan: 5, 7 7 Informasi yang tidak relevan: 10 8 Kartu pos Kampanye: 11-13
	Diberi informasi [Perlakuan]	(3) Halaman: 9 Informasi dasar: 1-4 10 <i>Treatment</i> pendapatan: 6, 8 11 Informasi pembelanjaan: 9 12 Kartu pos Kampanye: 11-13	(4) Halaman: 13 Informasi dasar: 1-4 14 <i>Treatment</i> pendapatan: 5, 7 15 Informasi pembelanjaan: 9 16 Kartu pos Kampanye: 11-13

## 3.2 Alur Kampanye

Seperti dapat kita lihat dari diskusi di atas, kampanye ini memiliki empat versi dan tujuan utama proyek ini adalah membandingkan perbedaan antara setiap versi. Artinya, sangat penting menjaga keempat versi tersebut saling terpisah ketika melaksanakan kampanye di lapangan.

Gambar 2 di bawah menguraikan keseluruhan alur keempat versi kampanye. Seluruh versi berbagi beberapa bagian kampanye (kotak 1, 2, 3, 5 dan 7). Ada dua versi Bagian 4, dimana satu kelompok membayar pajak dan kelompok lainnya tidak. Ada juga dua versi dari bagian 6, di mana satu kelompok mendapat informasi tambahan mengenai belanja pemerintah daerah dan kelompok lainnya mendapatkan informasi kosong. Akhirnya, seluruh kelompok didorong untuk berpartisipasi dalam kampanye kartu pos pada akhir kegiatan. Kampanye akan dibahas dan dipraktekkan secara mendalam selama pelatihan.

**Gambar 2: Alur Kampanye**



### 3.3 Bagaimana cara mengetahui dampak kampanye?

Sejauh ini kita telah membahas empat versi kampanye dan alur kampanye. Tetapi kita juga perlu memahami mengapa kampanye harus dijalankan dengan cara seperti itu. Secara khusus, kami menggunakan dua jenis pengacakan dalam pelaksanaan kampanye. Yaitu:

1. **Memilih secara acak desa/kelurahan, dusun/RW, rumah tangga dan responden. Mengapa?** Pengambilan sampel secara acak (*random sampling*) memungkinkan kita untuk menarik kesimpulan atas responden yang berpartisipasi dalam kampanye sebagai perwakilan dari seluruh

penduduk Blora. Hal ini membuat kampanye jauh lebih kuat. Pengambilan sampel secara acak dibahas dalam Bagian 7.

2. **Melakukan versi kampanye secara acak pada responden.** Di setiap desa, ditargetkan 20 responden dimana setiap lima responden mendapatkan versi kampanye yang dipilih secara acak. **Mengapa?** Karena memilih versi kampanye secara acak untuk responden yang juga dipilih secara acak artinya seiring kita mendapatkan lebih banyak dan lebih banyak orang, kita akan mendapatkan empat kelompok yang hampir identik pada semua faktor yang mungkin mempengaruhi bagaimana mereka merespons kampanye. Jika kelompok-kelompok ini identik secara fungsional pada awalnya, maka kita tahu bahwa setiap perbedaan diantara kelompok-kelompok adalah sepenuhnya merupakan hasil versi kampanye yang mereka terima. Pengacakan semacam ini digunakan secara luas dalam bidang ekonomi, kesehatan, dan ilmu politik untuk mempelajari dampak program.

### 3.3.1 Bagaimana cara memilih responden secara acak untuk setiap versi kampanye?

Pikirkan tentang 1860 orang yang akan disertakan dalam kampanye. Ada perempuan dan laki-laki, tua dan muda, kaya dan miskin, berpendidikan dan tidak berpendidikan, Muslim dan Kristen, orang yang tertarik dan tidak tertarik pada politik, dan sebagainya. Semua faktor ini dapat mempengaruhi seseorang bersedia terlibat dalam kampanye atau tidak. Bagaimana cara menyingkirkan kemungkinan bahwa faktor-faktor tersebutlah yang mendorong seseorang untuk berpartisipasi dalam kampanye kartu pos, dan bukannya karena membayar pajak dan informasi – seperti yang sesungguhnya ingin kita ukur?

Solusinya terletak pada proses yang disebut penugasan acak (*random assignment*), yaitu menugaskan orang (responden) secara acak pada versi kampanye yang berbeda-beda. Menugaskan responden secara acak atas berbagai versi kampanye akan menciptakan suatu kelompok yang memiliki komposisi karakteristik yang (rata-rata) sama. Dengan kata lain, akan ada empat kelompok akan memiliki komposisi karakter yang rata-rata sama di setiap kelompoknya dalam hal jumlah perempuan-laki-laki, tingkat pendidikan, usia rata-rata, minat dalam politik, akses terhadap informasi, dan seterusnya.

Proses ini digambarkan dalam Gambar 3. Kita mulai dengan 1.860 orang. Kita menggunakan sampling acak untuk memilih orang-orang ini, yang artinya mereka sudah mewakili semua orang yang kurang-lebih berlatar belakang sama seperti mereka di Blora. Kemudian kita menugaskan mereka (responden) secara acak ke dalam kelompok versi kampanye yang berbeda. Mungkin jika kita tidak menugaskan responden secara acak, maka semua perempuan ingin berada dalam satu kelompok, dan semua laki-laki ingin berada di kelompok lainnya. Katakanlah semua perempuan ingin berada di Kelompok 1 dan semua laki-laki ingin bersama-sama di Kelompok 2. Tapi kemudian ketika kita membandingkan kedua kelompok tersebut, kita tidak bisa mengetahui apakah perbedaan hasil kampanye antara Kelompok 1 dan Kelompok 2 dikarenakan versi kampanye yang mereka terima, atau karena jenis kelamin perempuan dan laki-laki yang berbeda. Dengan menugaskan responden secara acak pada berbagai versi kampanye, kita menciptakan keseimbangan karakter untuk semua kelompok. Sebagai contoh, setiap kelompok akan memiliki jumlah yang kurang lebih sama atas perempuan dan laki, yang berpendidikan dan tidak berpendidikan, dan seterusnya. Sehingga setiap perbedaan hasil kampanye di setiap kelompok dapat dibandingkan karena disebabkan semata-mata oleh perbedaan isi kampanye itu sendiri.

**Gambar 3: Mengapa Diacak?**  
**Sampel Awal sebanyak 1860 responden**



		Simulasi Penghasilan	
		Kontrol	Perlakuan
Informasi	Kontrol		
	Perlakuan		

### 3.4 Mengukur dampak: Survey dan Kampanye Kartu Pos

Tentu saja, kita tidak bisa hanya sekedar mengacak responden untuk versi kampanye yang berbeda, tidak selesai sampai disini saja. Langkah berikutnya adalah mengukur dampak kampanye pada responden di setiap kelompok perlakuan. Kemudian kita dapat membandingkan antar kelompok perlakuan dan melihat apakah reaksinya berbeda-beda.

Kita akan menggunakan dua metode untuk mengukur reaksi terhadap kampanye. Pertama, kita akan menggunakan kuesioner yang terintegrasi dengan kampanye. Kuesioner ini akan dibahas secara rinci dalam Bagian 4. Selain menggunakan kuesioner, kita menggunakan bagian pertama survei untuk memeriksa apakah penugasan responden secara acak (*random assignment*) telah menciptakan kelompok-kelompok dengan karakteristik yang berimbang.

Kedua, kita akan menggunakan kampanye kartu pos untuk mengukur dampak kampanye terhadap kesediaan masyarakat menyatakan tingkat dukungannya pada berbagai jenis reformasi pemerintahan. Kartu pos ini akan dikumpulkan dan dianalisis oleh LPAW dan Direktur Program kemudian dipresentasikan kepada pimpinan pemerintahan, pembuat kebijakan, LSM, media dan warga masyarakat menjelang pilkada tanggal 3 Juni 2010. Kartu pos akan dibahas dalam Bagian 5.

Untuk memahami cara mengukur dampak program, mari kita andaikan kelompok hijau (Kelompok 2) mengumpulkan kembali 400 kartu pos dan kelompok kuning (Kelompok 1) mengumpulkan kembali 200 kartu pos. Sehingga ada perbedaan sebesar 200 kartu pos ( $400-200 = 200$ )! Dan karena kita memilih responden secara acak untuk kelompok 2 dan 1, maka kedua kelompok memiliki komposisi karakteristik yang (rata-rata) sama sebelum kampanye dimulai. Karena kelompok-kelompok ini secara fungsional

identik pada awalnya, dan karena satu-satunya perbedaan antara Kelompok 2 dan Kelompok 1 adalah Kelompok 2 melakukan simulasi pajak dan kelompok 1 tidak melakukannya, maka kita tahu bahwa perbedaan pengumpulan kartu pos sebanyak 200 buah adalah hasil dari simulasi pajak. Dengan kata lain, jika kelompok 4 tidak melakukan simulasi pajak dan mendapat informasi yang sama persis dengan kelompok 2, maka asumsinya kelompok 4 akan mendapat jumlah kartu pos yang sama dengan kelompok 2.

### 3.5 Material Kampanye

Dalam rangka pelaksanaan kampanye, kami telah membuat beberapa material. Anda akan mengenal material tersebut dengan baik selama pelatihan. Material tersebut diantaranya:

1. **Naskah kampanye script** - Ada naskah halaman-per-halaman naskah untuk setiap bagian kampanye. Anda diminta mengikuti naskah ketika melakukan kampanye. Penting untuk selalu diingat: Anda diminta mengikuti alur naskah dengan seakurat mungkin untuk menjaga konsistensi di seluruh responden dan juru kampanye. Jika Anda beralih menggunakan bahasa Jawa untuk memudahkan responden mengerti, maka pastikan bahwa informasi yang anda sampaikan tetap sesuai dengan isi naskah. Sangat penting untuk tidak mencampuradukan versi-versi kampanye. Ini artinya Anda seharusnya tidak membahas pajak untuk Kelompok perlakuan 1 dan 3, dan Anda tidak perlu memberi informasi pada kelompok perlakuan 1 dan 2 dengan tentang belanja pemerintah. Jika Anda mencapuradukkan informasi antara kelompok-kelompok perlakuan ini, maka mustahil membandingkan kelompok satu dengan lainnya karena semua kelompok memiliki informasi yang sama. Kita akan berlatih tentang ini dalam pelatihan.
2. **Poster-poster kampanye** – Setiap halaman naskah memiliki poster ilustrasi masing-masing. Anda diminta memegang poster seperti dalam pembacaan cerita, ketika menyampaikan kampanye. Beberapa poster akan digunakan sebagai papan permainan untuk simulasi yang berbeda-beda dalam kampanye.
3. **Kartu pos** - Anda akan memberikan sebuah kartu pos untuk setiap di akhir kampanye. Terserah kepada mereka untuk memutuskan akan mengisi dan mengembalikan kartu pos atau tidak
4. **Kartu simulasi anggaran rumah tangga kartu** - Anda akan melakukan simulasi anggaran rumah tangga dengan setiap responden (Langkah 3). Anda akan diberi satu set kartu tentang berbagai jenis pengeluaran rumah tangga untuk melakukan simulasi ini.
5. **Amplop simulasi APBD** - Anda akan melakukan simulasi anggaran kabupaten dengan setiap responden (Langkah 5). Anda akan diberi amplop berisi uang dengan pecahan spesifik untuk digunakan dalam simulasi ini. Anda bertanggung jawab untuk menjaga jumlah pecahan uang yang tepat dalam amplop dan anda bisa meminta penggantian dari Supervisor jika diperlukan.
6. **Kotak kartu pos** - Kotak khusus untuk pengumpulan kartu pos telah dibuat untuk tempat pengumpulan kartu pos dari responden. Satu kotak kartu pos akan ditaruh di setiap dusun/RW tempat kampanye dilakukan. Tim logistik akan mengurus lokasi penempatan kotak kartu pos di awal kemudian supervisor akan memastikan kotak kartu pos ada di tempat yang tepat dan dikumpulkan sesuai jadwal. Kotak kartu pos biasanya akan ditempatkan di salah satu rumah tangga di dusun, misalnya di rumah ketua RT. Tuan rumah kotak kartu pos diminta untuk menaruh kotak kartu pos di luar rumah pada pagi hari dan menyimpannya dalam rumah pada malam hari.

Mereka juga diminta untuk memasukkan kotak kartu pos sesuai dengan tenggat waktu yang telah ditentukan dan menyimpannya hingga supervisor datang untuk mengambilnya.

## 3.6 Isi Kampanye Informasi

Isi kampanye terdiri atas informasi dasar mengenai pemkab Blora dan informasi spesifik mengenai bagaimana pemkab Blora mengelola uang dalam APBD terbaru (2008). Informasi mengenai APBD ini hanya diberikan pada Kelompok 3 (kelompok merah) dan 4 (kelompok biru).

Mungkin responden akan menanyakan tentang asal infomasi, dan anda seharusnya telah siap untuk memberi penjelasan. Jika responden ingin tahu lebih banyak daripada yang bisa anda jelaskan, katakan padanya untuk menghubungi Koordinator Program secara langsung. Nomor telepon Ninung ada di kartu kontak yang akan diberikan pada responden di akhir kampanye.

Jika ada orang yang bukan responden bertanya tentang informasi dalam kampanye, katakan padanya untuk menghubungi Koordinator Program secara langsung. Karena program ini dilaksanakan selama periode kampanye calon bupati, informasi ini mungkin akan menarik perhatian calon bupati atau media. **Anda tidak berwenang untuk memberikan informasi kepada pihak luar (sebagaimana disebutkan dalam kontrak), dan jika ini dilakukan apat mengakibatkan pemutusan hubungan kerja lebih awal dalam program.** Kapanpun anda merasa ragu, sebaiknya beritahu pihak luar tersebut untuk menghubungi Koordinator Program.

### 3.6.1 Informasi APBD.

Informasi perlakuan terdiri atas beberapa jenis informasi: 1) informasi alokasi pengeluaran berbagai sector, 2) informasi pengeuaran langsung untuk program versus pengeluaran tidak langsung untuk administrasi, 3) informasi mengenai contoh-contoh korupsi, dan 4) informasi tentang bagaimana pimpinan menggunakan uang dalam APBD bagi dirinya sendiri. Seluruh jenis informasi ini telah diteliti dengan seksama oleh para perancang program. Ini adalah ringkasan metode yang digunakan.

- **Semua informasi yang disajikan dalam kampanye berasal dari tahun 2008, meskipun kami mengumpulkan dan menganalisis data dari tahun 2007 dan 2009 juga.** Karena kami menginginkan data Blora terbaru, kami berfokus pada tiga tahun terakhir. Kami menganalisis data tiga tahun tersebut untuk memastikan bahwa kami menyampaikan kecenderungan, dan bukannya penyimpangan yang terjadi satu kali. Kami memutuskan untuk fokus pada tahun 2008 untuk informasi kampanye, karena itu adalah tahun terkini yang bisa kami peroleh datanya untuk alokasi APBD awal dan gambaran realisasi anggaran (artinya, jumlah pengeluaran pemerintah sebenarnya, dibandingkan dengan rencana pengeluaran mereka). Semua informasi yang digunakan dalam kampanye didasarkan pada informasi realisasi APBD 2008.
- **Seluruh informasi berasal dari dokumen anggaran resmi.** Untuk melakukan analisis, pertama-tama kami harus mendapatkan dokumen anggaran resmi. Khususnya kami menggunakan dokumen yang tercantum dalam table Daftar Sumber berikut ini. Seluruh dokumen ini diperoleh secara langsung dalam bentuk *hard-copy* maupun *soft copy* dari kantor pemerintah kabupaten yang terkait. Untuk tahun 2007, kami menggunakan Laporan Keterangan Pertanggungjawaban Bupati untuk jumlah realisasi karena kami tidak bisa memperoleh realisasi formulir perda. Kami mencoba untuk mendapatkan laporan audit BPK tahun 2008 dan laporan realisasi APBD 2009, tetapi juga tidak berhasil mendapatkannya.

## Daftar Sumber

1. Dokumen Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (Perda) kabupaten Blora Tahun Anggaran 2007
2. Dokumen Laporan Keterangan Pertanggungjawaban Bupati Blora akhir Tahun Anggaran 2007
3. Dokumen Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (Perda) kabupaten Blora Tahun Anggaran 2008
4. Rancangan Pertanggungjawaban Pelaksanaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (draft Perda) Kabupaten Blora TA 2008
5. Rancangan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (draft perda) Kabupaten Blora TA 2009
6. File Realisasi Pendapatan 5 tahun sekali (2004-2008) (soft file)
7. File Peraturan Bupati tentang Penjabaran Realisasi APBD tahun 2008 (soft file)

- **Kami mengikuti contoh dari pakar analis anggaran di Indonesia pada saat membuat analisis.** Sejumlah lembaga di Indonesia telah menetapkan standard untuk analisa nggaran daerah. Secara khusus, kami mengikuti panduan dari Bank Dunia dan lembaga-lembaga advokasi anggaran di Indonesia seperti PATTIRO, KOPPEL di Sulawesi dan konsorsium *Participatory Budgeting and Expenditure Tracking* (PBET)<sup>1</sup>.
- **Kami dengan senang hati memberikan data dan penjelasan lebih rinci tentang analisis kepada seluruh pihak yang tertarik.** Jika ada yang ingin mengetahui lebih banyak tentang data dan bagaimana cara kami melakukan analisis, maka silakan bertanya langsung kepada Direktur Program atau Koordinator Program. Karena program ini mengenai transparansi, kami merasa sangat perlu untuk bersikap terbuka dan transparan atas metode yang kami gunakan dan analisis yang kami buat. Kami akan membuat data tersebut dapat diakses oleh semua pihak yang tertarik, sejauh tidak mengganggu pelaksanaan program. Setelah program, kami mendorong agar data dan analisis disebarluaskan.

### 3.6.2 Informasi tentang APBD

Ini adalah beberapa informasi mengenai isi kampanye secara mendetail serta beberapa poin penting.

- **Seluruh informasi dalam kampanye disajikan dalam bentuk bagian.** Kami membagi skala alokasi APBD bagi setiap orang di Blora (yang mana sama dengan alokasi per kapita) sebanyak 10,000 rupiah. Kemudian kami menunjukkan bagaimana uang 10,000 rupiah ini dibelanjakan untuk berbagai sektor dan pengeluaran dalam sektor. Naskah ini cukup berhati-hati dalam mengingatkan responden bahwa 10,000 rupiah ini bukan jumlah sesungguhnya melainkan hanya penggambaran dari bagian per kapita mereka. Kami memilihnya karena jumlah tersebut mudah untuk menggambarkan. Dan membantu membuat informasi pembelanjaan lebih mudah dibandingkan terhadap informasi penghasilan, karena di dalam simulasi penghasilan kita juga membahas tentang penghasilan dalam pecahan 10,000 rupiah.
- **Informasi pengeluaran berbagai sektor:** pertama-tama kami mengidentifikasi sektor-sektor penting bagi pembangunan di Blora, yaitu kesehatan (Dinas Kesehatan), pendidikan (Dinas Pendidikan), infrastruktur (Dinas Pekerjaan Umum, dan pertanian (Dinas Pertanian). Sebagian besar analisis anggaran di Indonesia fokus terhadap sektor-sektor ini karena hal tersebut penting bagi pembangunan dan karena pemkab Blora memiliki banyak pertimbangan dalam

<sup>1</sup> Bank Dunia, "Practical Guidelines for Analyzing Public Expenditure at the Sub-national Level" edisi konferensi (Juli 2009); Bank Dunia, "Methodology of the Local Government Performance Management (LGPM) Framework," (Desember 2008); PBET "Manual Advokasi Masyarakat Sipil dalam Siklus Anggaran Daerah" (2008); KOPEL "Traffic Light APBD: Advokasi Anggaran di Sulawesi" (2008); Local Governance Support Program, "Analisis APBD untuk Anggota DPRD" (July 2009).

pembelanjaan bidang-bidang ini. Kami menambahkan pertanian kaena sektor ini merupakan kepentingan masyarakat Blora sebagaimana kami pelajari selama FGD. Untuk melihat seberapa besar jumlah yang dibelanjakan secara khusus untuk administrasi pemerintah dan pimpinan terpilih, kami mengelompokkan pengeluaran empat SKPD yang terkait dengan administrasi pemerintah: SKPD bupati, anggota DPRD, Setda (Sekretariat DPRD) dan Setwan (Sekretariat Daerah). Kemudian kami mengecek dana realisasi tahun dari SKPRD terkait sebagai bagian dari realisasi pengeluaran total tahun 2008.

- **Informasi pengeluaran setiap sektor:** Dalam setiap SKPD kami memberi kode pengeluaran utama untuk pengeluaran administrasi dibandingkan dengan pengeluaran-terkait-program. Sebagai contoh bagaimana kami memberi kode, tersedia di Tabel 2 berikut ini. Mohon diingat, meskipun dalam pengeluaran program, di dalamnya ada beberapa jenis pengeluaran untuk administrasi dan pengeluaran langsung. Kami tidak melakukan penjabaran tersebut. Sekali lai kami menggunakan data realisasi tahun 2008 untuk mendapat informasi tentang pengeluaran langsung dan tidak langsung dalam SKPD yang kami pilih sebagai bagian dari total pengeluaran.
- **Informasi mengenai pengeluaran untuk administrasi pemerintah dan pimpinan daerah:** Untuk ini kami menggabungkan pengeluaran APBD dari keempat SKPD: anggota DPRD, bupati, Setwan dan Setda. Setelah menggabungkan keempat SKPD ini, kami memberi kode masing-masing pengeluaran utama ke dalam salah satu kategori berikut ini: 1) gaji dan tunjangan untuk pimpinan terpilih, termasuk gaji, perawatan kendaraan dinas, seragam, dan asuransi kesehatan; 2) pengekueran untuk rumah dinas bupati, ketua dan wakil ketua DPRD, termasuk renovasi, furniture dan perawatan; 3) pengeluaran-terkait-pekerjaan bagi pimpinan terpilih, termasuk jumlah yang dikeluarkan untuk reses, pertemuan panitia dan diskusi peraturan daerah. Mohon diingat bahwa di dalam pengeluaran-terkait-pekerjaan seringkali ada pembayaran tambahan dan honorarium untuk pimpinan terpilih yang tidak kami hitung secara terpisah. Seluruh pengeluaran diberi kode ‘Lainnya’ dan dianggap terkait dengan administrasi pemerintah. Kemudian kami menghitung biaya untuk pengeluaran pribadi --(1) dan (2)—sebagai bagian dari pengeluaran total, dan jumlah yang dibelanjakan untuk pengeluaran-terkait-pekerjaan (3) sebagai bagian dari pengeluaran total.
- **Berita terkini tentang korupsi dan penyalahgunaan.** Kampanye informasi juga merujuk pada fakta bahwa sejumlah uang yang dialokasikan untuk beberapa program disalahgunakan atau hilang dalam prosesnya. Kampanye juga menyatakan dengan seksama bahwa kami tidak mengetahui nilai sesungguhnya dari penyalahgunaan ini karena sangat sulit mendapatkan informasi akurat mengenai ini. Tetapi sebagai contoh, kami menggunakan dua kasus terbaru yang diberitakan di koran mengenai korupsi dalam DAK tahun 2009. Karena tahun tersebut berbeda dengan data APBD alinnya, kami menekankan dalam naskah bahwa kasus-kasus ini menyimbolkan penyalahgunaan korupsi yang biasanya terjadi<sup>2</sup>. Kami juga merujuk pada sebuah kasus yang sedang berjalan mengenai kemungkinan korupsi atas infrastruktur dimana DPU tidak melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap proyek-proyek pekerjaan umum di tahun 2008, tidak sesuai dengan perencanaannya. Seiring dengan kami memulai kampanye ini, DPRD saling berbeda pendapat antara apakah akan menyelidiki penggunaan dana infrastruktur. Ini terjadi karena

---

<sup>2</sup> Lihat artikel dalam Suara Merdeka “Komisi D Akan Cek Hasil Proyek DAK” (12 January 2010); Radar Bojonegoro, “Pelaksanaan DAK Parah” (13 January 2010); Radar Bojonegoro “Temukan Bangku DAK Tak Sesuai Standar” (12 Januari 2010).

beberapa anggota DPRD menerima suap sebagai bagian dari kontrak penggerjaan proyek.<sup>3</sup> Tabel berikut ini berisi ringkasan kasus-kasus ini pada saat yang bersamaan dengan dimulainya kampanye.

<b>PENJELASAN BERITA KASUS TERBARU MENGENAI PENYALAHGUNAAN/KORUPSI PENGELUARAN MASYARAKAT</b>
<p><b>1. Kasus DAK bidang pendidikan:</b> Kabupaten Blora mendapatkan DAK bidang pendidikan dari pemerintah pusat sebanyak 43,8M dan 6,5M dari dana pendamping APBD kabupaten. Dana ini diberikan kepada 250 SD yang masing-masing mendapatkan 91 juta dimana 80juta digunakan untuk rehabilitasi ruang kelas dan 11 juta digunakan untuk pengadaan kursi dan meja belajar. Pengerjaannya tidak sesuai dengan RAB yang disampaikan. Dimana seharusnya menggunakan kayu jati sebagai bahan baku, tapi pada kenyataannya supplier menggunakan kayu campuran. Pengerjaannya pun terlihat tergesa-gesa dan tidak kokoh.</p> <p><b>2. Kasus DPU:</b> Bahwa selama proyek fisik DPU berjalan di tahun 2009 hingga akhir tahun anggaran 2009, tim pengawasan tidak segera dibentuk dan malah diserahkan pada pihak yang tidak kompeten. Dana untuk pengawasan proyek ini dianggarkan sebesar Rp. 900,000,000 untuk tahun anggaran 2009. Walaupun dana tersebut belum dicairkan, namun dengan tidak adanya pengawas proyek di lapangan maka hal ini akan memperluas kemungkinan penyimpangan atau ketidaksesuaian antara rencana anggaran biaya (RAB) dengan pelaksanaan di lapangan.</p>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Informasi penundaan anggaran di Blora:</b> Blora memiliki sejarah panjang penundaan anggaran (setelah tenggat waktu nasional) dalam mengesahkan anggaran APBD. Ini artinya <i>Dana Alokasi Umum</i> (DAU) dari pemerintah pusat seringkali tertunda. Ini adalah kasus besar terbaru di tahun 2009. Penalty lainnya atas keterlambatan ini adalah DAU dalam APBD dipotong 25 persen, tetapi kami tidak bisa memastikan apakah hal ini terjadi tahun 2009 dan apa implikasinya terhadap APBD. Kampanye hanya merujuk pada penundaan dalam penerimaan APBD, bukan pada penalty pemotongan dana anggaran. Karena kampanye dimulai sebelum anggaran tahun 2010 disahkan, kami belum mengetahui apakah hal ini akan menjadi masalah pada tahun 2010.<sup>4</sup></li></ul>

### 3.6.3 Informasi Lainnya

- **Blora sebagai kabupaten termiskin di Jawa Tengah.** Dalam informasi dasar kampanye (yang diterima seluruh kelompok) kami juga menyebutkan bahwa Blora adalah salah satu kabupaten termiskin di Jawa Tengah. Infomrasi ini diperoleh dari DIVA dalam sebuah artikel yang berjudul “Blora, Kabupaten Termiskin di Jateng” (15 April 2008), yang mengutip data dari Bappeda.
- **Informasi kosong.** Kelompok kontrol mendapat informasi kosong mengenai Blora, yang berupa fakta dan angka yang diambil langsung dari Blora Dalam Angka yang diterbitkan oleh BPS.

<sup>3</sup> Lihat artikel di Kompas, “Usul Hak Angket Resmi Diajukan” (29 Desember 2009); Radar Bojonegoro, “Dana Pengawasan Proyek Belum Cair” (14 Desember 2009); Radar Bojonegoro, “Usulan Hak Angket Diserahkan” (29 Desember 2009); Suara Merdeka, “Anggota Dewan Ajukan Hak Angket” (29 Desember 2009); Diva, “Tuntut Transparansi DPU, Dewan Usulkan Hak Angket” dan “Semua Berawal dari Kebijakan DPU,” (28 Desember 2009); Radar Bojonegoro, “Usulan Hak Angket Gembos” (5 Januari 2010).

<sup>4</sup> DIVA “Blora, Kabupaten Termiskin di Jateng” (15 April 2008); Suara Merdeka, “Pembahasan APBD Dilaporkan ke Pusat” (13 April 2007); Suara Merdeka, “Jamkesda Hanya Terpakai Rp. 168 Juta” (10 January 2009); Wawasan, “Main-Main dengan APBD: DAU Blora Dipotong Rp. 10,125 M per bulan” (13 May 2009).

**Tabel 2: Contoh Analisis Anggaran (Dinas Pertanian, 2008)**

Program	Kegiatan Administrasi (a)			Kegiatan Publik (b)				
	APBD	Total APBD	Realisasi	Total Realisasi	APBD	Total APBD	Realisasi	Total Realisasi
<b>Belanja tidak langsung</b>		<b>8,238,269,000</b>		<b>7,989,036,698</b>				
Belanja Pegawai	8,238,269,000		7,989,036,698					
<b>Belanja tidak langsung</b>		<b>627,100,000</b>		<b>601,078,996</b>				
Program pelayanan administrasi perkantoran		220,900,000		216,033,850				
Penyediaan jasa surat-menyurat	7,500,000		7,500,000					
Penyediaan jasa komunikasi, sumberdaya	110,500,000		101,298,406					
Penyediaan jasa administrasi keuangan	110,400,000		96,365,000					
Penyediaan alat tulis kantor	49,500,000		49,439,000					
Penyediaan barang cetakan dan pengganda	15,000,000		14,974,940					
Belanja komponen instalasi listrik/pener	5,500,000		5,500,000					
Penyediaan peralatan rumah tangga	7,500,000		7,304,200					
Penyediaan bahan bacaan dan peraturan p	23,400,000		23,235,500					
Penyediaan makanan dan minuman	149,800,000		147,465,950					
Rapat Koordinasi dan konsultasi keluar da	148,000,000		147,996,000					
<b>Program Peningkatan sarana dan prasarana aparatur</b>		<b>220,900,000</b>		<b>216,033,850</b>				
Pengadaan perlengkapan gedung kantor	20,000,000		19,980,000					
Pengadaan meubelair	20,000,000		18,655,000					
Pemeliharaan rutin/berkala gedung kantor	20,000,000		18,438,750					
Pemeliharaan rutin/berkala kendaraan din	110,000,000		109,656,100					
Pemeliharaan rutin/berkala perlengkapan	1,000,000		0					
Pemeliharaan rutin/berkala peralatan ged	10,000,000		10,000,000					
Pemeliharaan rutin/berkala meubeler	2,000,000		2,000,000					
Rehabilitasi sedang/berat gedung kantor	37,900,000		37,304,000					
<b>Program peningkatan kapasitas sumber daya aparatur</b>		<b>100,000,000</b>		<b>97,813,500</b>				
Pendidikan dan pelatihan formal	100,000,000		97,813,500					
<b>Program peningkatan sistem laporan capaian kinerja &amp; keuangan</b>		<b>3,000,000</b>		<b>2,000,000</b>				
Penyusunan laporan capaian kinerja dan ik	1,500,000		1,000,000					
Penyusunan laporan keuangan akhir tahun	1,500,000		1,000,000					
<b>Program peningkatan kelancaran administrasi dan pelayanan umum</b>		<b>118,200,000</b>		<b>102,240,000</b>				
Penyediaan honorarium tenaga kontak ad	118,200,000		102,240,000					
<b>Program peningkatan kesejahteraan petani</b>					<b>70,000,000</b>		<b>69,789,975</b>	
Peningkatan kemampuan lembaga petani					70,000,000		69,789,975	
<b>Program peningkatan ketahanan pangan pertanian/perkebunan</b>					<b>6,270,400,000</b>		<b>5,542,319,575</b>	
Penyusunan data base potensi produksi pangan					50,000,000		47,323,500	
Penanaman pasca panen dan pengolahan hasil pertanian					130,000,000		112,076,500	
Pengembangan diversifikasi tanaman					80,000,000		78,000,000	
Pengembangan pertanian pada lahan kering					30,000,000		29,598,000	
Pengembangan pembentahan/perbitan					5,362,800,000		4,711,994,575	
Peningkatan mutu dan keamanan pangan					25,000,000		25,000,000	
Penelitian dan pengembangan sumberdaya pertanian					60,000,000		58,478,000	
Penelitian dan pengembangan teknologi budidaya					50,000,000		50,000,000	
Peningkatan produksi, produktivitas dan mutu produksi pertanian					482,600,000		429,849,000	
<b>Program peningkatan pemasaran hasil produksi pertanian/perkebunan</b>					<b>370,600,000</b>		<b>311,740,500</b>	
Penelitian dan pengembangan pemasaran hasil produksi pertanian/perkebunan					45,600,000		30,860,500	
Promosi atas hasil produksi pertanian/perkebunan unggulan daerah					150,000,000		132,320,000	
Penyaluran distribusi pemasaran atas hasil produksi pertanian/perkebunan masyarakat					175,000,000		148,560,000	
<b>Program peningkatan penerapan teknologi pertanian/perkebunan</b>					<b>643,400,000</b>		<b>600,798,800</b>	
Penelitian dan pengembangan teknologi pertanian/perkebunan tepat guna					60,000,000		56,156,200	
Pengadaan sarana dan prasarana teknologi pertanian/perkebunan tepat guna					348,400,000		337,322,000	
Pemeliharaan rutin/berkala sarana dan prasarana teknologi pertanian/perkebunan tepat guna					20,000,000		3,705,000	
Kegiatan penyaluran penerapan teknologi pertanian/perkebunan tepat guna					65,000,000		64,080,000	
Pelatihan dan bimbingan operasional teknologi pertanian/perkebunan tepat guna					100,000,000		89,751,100	
Pelatihan penerapan teknologi pertanian/perkebunan modern bercocok tanam					50,000,000		49,784,500	
<b>Program peningkatan produksi pertanian/perkebunan</b>					<b>300,000,000</b>		<b>265,273,250</b>	
Penyaluran peningkatan produksi pertanian/perkebunan					50,000,000		40,055,500	
Penyediaan sarana dan prasarana produksi pertanian					250,000,000		225,217,750	
<b>Program pemberdayaan penyuluhan pertanian/perkebunan lapangan</b>					<b>50,000,000</b>		<b>43,760,000</b>	
Penyaluran dan pendampingan bagi pertanian/perkebunan					50,000,000		43,760,000	
<b>Program pencegahan dan penanggulangan penyakit ternak</b>					<b>294,200,000</b>		<b>292,725,200</b>	
Pemeliharaan kesehatan dan pencegahan penyakit menular ternak					294,200,000		292,725,200	
<b>Program peningkatan produksi hasil peternakan</b>					<b>387,200,000</b>		<b>378,757,750</b>	
Pembibitan dan perawatan ternak					87,200,000		85,966,750	
Pendistribusian ternak kepada masyarakat					110,000,000		107,750,000	
Pengembangan agribisnis peternakan					190,000,000		185,041,000	
<b>Program peningkatan penerapan teknologi peternakan</b>					<b>200,000,000</b>		<b>153,930,000</b>	
Penelitian dan pengembangan teknologi peternakan tepat guna					200,000,000		153,930,000	
<b>Program pengembangan budidaya perikanan</b>					<b>1,863,600,000</b>		<b>247,527,250</b>	
Pengembangan bibit ikan unggul					94,600,000		93,517,000	
Pendampingan pada kelompok tani pembudidaya ikan					60,000,000		59,760,250	
Pembinaan dan pengembangan perikanan					1,709,000,000		94,250,000	
<b>Total budget</b>		<b>9,307,469,000</b>		<b>9,008,203,044</b>		<b>10,449,400,000</b>		<b>7,906,622,300</b>

## 4 Survey

Selain melakukan kampanye, anda akan melakukan survey pada responden anda. Kuesioner telah digabungkan secara seksama ke dalam alur kampanye, sehingga penting bagi anda untuk membiasakan diri dengan alur secara keseluruhan. Hal ini adalah sesuatu yang akan kita praktikkan secara mendalam pada pelatihan. Selain panduan ini dan kuesioner survey, ada panduan pertanyaan-per-pertanyaan untuk kuesioner yang telah disiapkan bagi anda. Kami akan menggunakan dokumen ini dalam pelatihan. Tolong bawa dokumen tersebut ke lapangan, siapa tahu anda mempunyai keraguan tentang beberapa pertanyaan.

### 4.1 Komponen Survey

Survey ini memiliki beberapa bagian. Kita akan meninjau beberapa bagian. Kita akan meninjau setiap bagian dan setiap pertanyaan secara mendalam selama pelatihan. Berikut ini adalah ikhtisar survey

**Tabel 3: Ikhtiar Survey**

<b>Tabel 3: Ikhtiar Survey</b>	
<b>Bagian 1: Persiapan, Pengambilan sampel dan persetujuan responden</b>	Bagian pertama bab ini seharusnya diselesaikan sebelum tiba di rumah tangga yang dituju dan catat informasi dasar mengenai lokasi, versi kampanye apa yang akan dilakukan, dsb. Kemudian anda mendekati rumah tangga dan mengajukan lembar persetujuan dari responden awal menggunakan naskah dalam survey. Setelah anda mendapatkan persetujuan, anda akan memilih salah seorang anggota rumah tangga sebagai responden utama. Kemudian akan mengajukan lembar persetujuan pada responden utama. Selanjutnya, anda akan memberikan sejumlah uang sebagai penghasilan responden atas partisipasinya.
<b>Bagian 2: Modul Survey Pra- Kampanye</b>	Modul ini harus diisi sebelum kampanye dimulai. Bagian ini menanyakan informasi demografi, kondisi ekonomi rumah tangga, pajak, pelayanan masyarakat, akses informasi, keparcayaan dan kepuasan terhadap pemerintah serta perilaku politik. Informasi ini penting karena dua alasan: membantu kita mengecek apakah kelompok-kelompok perlakuan telah cukup berimbang sebagai hasil dari penugasan acak ( <i>random assignment</i> ) atas berbagai versi kampanye dan untuk menganalisis apakah kelompok-kelompok perlakuan memberikan reaksi yang berbeda atas versi kampanye yang mereka terima.
<b>Bagian 3: Setelah simulasi pajak</b>	Modul ini ditanyakan tepat setelah simulasi pendapatan. Tujuan utamanya adalah untuk mengukur reaksi atas kampanye bagian pertama. Ini semacam modul dengan pertanyaan atas reaksi terhadap informasi, tentang kewarganegaraan dan tentang ikatan sosial.
<b>Bagian 4: Simulasi APBD</b>	Seluruh responden berpartisipasi dalam simulasi dimana mereka ditanyai bagaimana mereka akan mengalokasikan APBD jika mereka adalah bupati/DPRD, dan menurut mereka bagaimana bupati/DPRD sesungguhnya mengalokasikan anggaran dalam kehidupan yang sebenarnya. Catat jawaban responden di dalam kuesioner.
<b>Bagian 5: Setelah simulasi informasi</b>	Modul ini ditanyakan tepat setelah menyampaikan informasi belanja pemerintah yang sesungguhnya pada kelompok perlakuan, dan setelah memberikan informasi kosong pada kelompok kontrol. Tujuan bagian ini adalah untuk mengukur reaksi

	terhadap informasi, kepuasan dan kepercayaan terhadap pemerintah, kewarganegaraan, dan niat untuk mengikuti pemungutan suara. Segera setelah menanyakan bagian ini, kembalilah ke naskah kampanye untuk menjelaskan tentang kampanye kartu pos.
<b>Bagian 6: Tindak lanjut</b>	Bagian ini harus diisi oleh juru kampanye setelah selesai wawancara. Juru kampanye seharusnya mencatat informasi tentang jalannya wawancara, apakah responden mengerti isi kampanye, kuesioner dan kartu pos, dll. Selain itu ada bagian untuk ditandatangani Supervisor ketika kuesioner telah selesai diperiksa.
<b>Bagian 7: Kode</b>	Pada beberapa bagian di dalam kampanye, digunakan <i>Special Codes</i> (kode khusus). Kode-kode ini terdapat di Bagian 7, dimana ada kode khusus untuk suku bangsa, agama, sumber penghasilan utama dan penggunaan fasilitas umum. Selain itu, juga terdapat kode lokasi masing-masing kecamatan dan desa, yang diperlukan untuk mengisi Bagian 1.

## 5 Kartu Pos

Salah satu tujuan kampanye kesadaran masyarakat adalah untuk mendorong masyarakat berpartisipasi dalam kampanye kartu pos. pada akhir setiap kunjungan, berikan sebuah kartu pos pada responden. Kartu pos tersebut berisi beberapa poin reformasi. Responden pertama-tama akan menyatakan dukungannya apakah mereka puas atau tidak puas dengan kinerja pemkab Blora. Jika mereka tidak puas, maka mereka menyatakan tingkat dukungannya pada poin reformasi yang ada. Untuk poin reformasi yang mereka inginkan, mereka diminta untuk menuliskan nomor poin reformasi yang paling mereka inginkan dan paling mereka inginkan kedua. kita akan melihat tingkat pengembalian kartu pos secara keseluruhan untuk seluruh versi kampanye, dan poin reformasi mana yang paling banyak diinginkan oleh seluruh responden di setiap versi kampanye.

### Suara Anda, Kesempatan Anda

Saya ingin Pemkab Blora melakukan pekerjaannya dengan lebih baik	Saya puas dengan apa yang telah dilakukan oleh Pemkab Blora dan tidak ingin mengubah apapun
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>  Berhenti disini! Kirim kembali kartpos anda

Jika anda menginginkan pemkab Blora lebih baik, sampaikan pada mereka bagaimana!

	Ingin	Tidak terlalu ingin	Tidak yakin
Saya [...] ada peraturan daerah yang memastikan adanya kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam penyusunan keputusan yang diambil Pemkab Blora.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Saya [...] ada jalur informasi yang lebih baik dan lebih mudah untuk mengetahui apa yang sedang dilakukan oleh Pemkab Blora.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya [...] Pemkab Blora meningkatkan anggaran uang APBD untuk pelayanan masyarakat dan pembangunan lebih besar daripada untuk biaya administrasi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya [...] ada sebuah pusat pengaduan dimana saya dapat mengadukan permasalahan saya dengan bebas atas pelayanan masyarakat dan mendapat penyelesaian atas permasalahan saya mengenai kualitas pelayanan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Saya [...] Bupati dan anggota DPRD dapat berkomunikasi langsung dengan masyarakat dan sebaliknya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Jika anda menyatakan "SAYA INGIN!" untuk setiap perubahan diatas, silakan tuliskan nomer perubahan yang menurut anda paling penting dalam kotak:

## 5.1 Hal yang penting untuk diingat

- **Memberi responden instruksi yang jelas mengenai lokasi kotak kartu pos.** Di setiap dusun, tim logistik menentukan lokasi peletakan kotak kartu pos. lokasi tersebut biasanya di rumah salah seorang Ketua RT atau warga masyarakat lain yang dikenal di dusun. Supervisor akan memberi tahu setiap juru kampanye tentang letak kotak kartu pos, sebelum kegiatan di desa dimulai. Juru kampanye seharusnya memastikan responden mengatahui dengan pasti letak kotak kartu pos sebelum kunjungan di rumah tangga yang bersangkutan diakhiri.
- **Memberi instruksi yang jelas pada responden mengenai tenggat waktu pengumpulan kartu pos.** Setiap responden harus mengembalikan kartu posnya sebelum pukul 18:00 (sebelum magrib) paling lambat satu hari setelah hari wawancara. Sebagai contoh, jika wawancara dilakukan tanggal 1 Maret jam 9:00, maka responden mempunyai waktu hingga pukul 18:00 hari berikutnya, 2 Maret untuk mengumpulkan kartu pos. jika wawancara dilakukan tanggal 2 Maret jam 20:00, maka responden memiliki waktu hingga tanggal 3 Maret pukul 18:00 untuk mengembalikan kartu pos.
- **Jangan mempengaruhi kesediaan responden untuk mengisi kartu pos atau tidak!** Tujuan kampanye tentu saja untuk memberi kesempatan pada responden untuk mengumpulkan kembali kartu pos mereka. Tetapi apakah mereka akan melakukannya atau tidak, merupakan kewenangan responden sendiri untuk memutuskannya. Yakinkan resonden bahwa keputusan mereka untuk mengumpulkan kembali kartu posnya atau tidak adalah pilihan mereka sendiri. Tidak akan ada konsekuensi negatif bagi responden jika tidak mengumpulkan kembali kartu posnya. Juga ingatkan responden bahwa isi kartu pos mereka akan dirahasiakan (seperti kotak suara).
- **Jangan mempengaruhi pilihan jawaban kartu pos responden!** Ada pilihan di dalam kartu pos tentang apakah responden mendukung atau tidak mendukung poin reformasi, atau apakah mereka tidak tahu tentang poin reformasi. Sementara kita ingin mendorong responden untuk mengumpulkan kembali kartu pos mereka, kita tidak bisa memberitahu mereka apa yang harus mereka pilih dalam kartu pos.
- **Ingatkan kepada responden bahwa pendapatan yang mereka terima tidak ada hubungannya sama sekali dengan pengembalian kartu pos.** Beberapa responden mungkin merasa berkewajiban untuk mengirimkan kembali kartu pos karena mereka telah diberi pendapatan untuk keikutsertaan mereka dalam kampanye. Pendapatan ini **hanya** untuk keikutsertaan mereka dalam kunjungan saja.
- **Jika responden kesulitan membaca kartu pos, ia bisa meminta bantuan dari anggota rumah tangga lainnya.** Jika hal tersebut terjadi, panggilah anggota rumah tangga lainnya untuk ikut mendengarkan penjelasan tentang kartu pos. kemudian kunjungan kampanye ini harus diakhiri sebelum responden mengisi kartu pos. dengan cara ini, kita bisa memastikan bahwa kehadiran anda tidak membuat bias jawaba responden dalam kartu pos.
- **Jangan mengumpulkan kartu pos untuk responden anda.** Salah satu tujuan kartu pos adalah untuk melihat apakah masyarakat cukup peduli dengan kampanye sehingga mereka bersedia meluangkan waktu dan energi untuk mengumpulkan kartu posnya. jika anda membantu mengumpulkan kartu pos mereka, maka kita tidak bisa menilai apakah mereka sesungguhnya berusaha untuk mengumpulkan kartu pos atau apakah hanya sekedar ingin menyenangkan anda.

Jika responden meminta anda untuk mengumpulkan responden mereka, maka tolaklah dengan sopan sembari mengatakan bahwa anda tidak diizinkan melakukannya.

- **Berikan pulpen pada responden untuk mengisi kartu pos.** Tidak semua responden mempunyai pulpen untuk mengisi kartu pos. karena itulah kita menyediakan pulpen bagi setiap responden. Berikan pulpen pada responden bersamaan dengan kartu posnya.
- **Doronglah responden agar tidak berkonsultasi dengan orang lain sebelum mengisi kartu posnya.** Kami sangat tertarik pada reaksi setiap orang terhadap versi kampanye yang mereka terima. Bacakan bagian naskah yang mendorong responden agar tidak mendiskusikan kartu pos dengan orang lain di dusun.
- **Berikan kartu pos ekstra pada kepala dusun.** Terkadang informasi tentang kampanye dan kartu pos akan segera menyebar ke warga dusun yang lain. Beritahu responden anda, bahwa jika ada orang yang mendekati dan ingin meminta kartu pos, maka orang tersebut bisa langsung menghadap ke kepala dusun untuk mendapatkan kartu posnya. Mohon diingat bahwa kami hanya meninggalkan sedikit kartu pos di kepala dusun. Kita tidak ingin responden berkeliling dusun dan mengajak warga dusun lainnya untuk bergabung dalam kampanye kartu pos. mereka seharusnya hanya menunjukkan orang lain untuk menemui kepala dusun untuk meminta kartu pos.

## 6 Menggabungkan Kampanye, Survey dan Kartu Pos

Kampanye, survey dan kampanye kartu pos terintegrasi dengan erat dan penting bagi anda untuk terbiasa dengan alurnya. Table berikut ini menggambarkan panduan tentang bagaimana ketiganya bisa mengalir bersama pada saat digabungkan.

**Tabel 4: Kampanye + Alur Survey**

Langkah	Kuesioner	Kampanye	Penjelasan
1	Bagian 1		Persiapan, pengambilan sampel responden dan persetujuan
2	Bagian 2		Modul Survey Pra-Kampanye
3		Halaman 1-4	Informasi Dasar + simulasi anggaran rumah tangga
4		Halaman 5   6	Simulasi Penghasilan
5	Bagian 3		Modul survey module: setelah simulasi pajak   simulasi tanpa pajak (dana dari pemerintah pusat, tanpa pajak/windfall)
6		Halaman 7   8	Simulasi APBD
7	Bagian 4		Catat informasi dari simulasi APBD
8		Halaman 9   10	Perlakuan informasi
9	Bagian 5		Modul Survey: setelah perlakuan informasi
10		Halaman 11-13	Pengantar Kampanye Kartu Pos
11	Bagian 6		Modul Survey: Tindak lanjut

## 7 Tips-tips Pelaksanaan

Bagian ini meninjau beberapa hal penting yang perlu diingat pada saat melaksanakan kampanye dan survey. Anda harus membiasakan diri dengan saran di bagian ini karena pasti akan memerlukannya selama pelaksanaan program.

### 7.1 Pertanyaan yang sering ditanyakan

Berikut ini adalah daftar pertanyaan yang mungkin akan ditanyakan responden pada juru kampanye. Kami telah menyediakan beberapa contoh jawaban yang memadai untuk anda sampaikan.

#### 1. Siapa yang mengesahkan pelaksanaan kampanye ini (dari kepala desa/dusun)?

Program ini telah mendapat izin yang memadai dari tingkat pusat, propinsi dan kabupaten. Kami mempunyai izin resmi dari RISTEK, dari Kesbanglinmas Propinsi Jawa Tengah, dan dari Bappeda Kabupaten Blora. Ini adalah salinan Surat Ijin dari Bappeda kabupaten yang ditujukan pada seluruh camat dan kepala desa (tunjukkan suratnya). Setiap juru kampanye juga membawa sebuah surat penugasan dari penyelenggara program.

#### 2. Mengapa anda mengerjakan program ini sekarang? Apakah hal ini ada hubungannya dengan pilkada?

Kami melaksanakan program ini sekarang dengan dua alasan. Alasan pertama, kegiatan ini adalah bagian dari program tiga tahun yang dijalankan LPAW dan PATTIRO sehubungan dengan pembangunan dan keterbukaan di kabupaten. Alasan kedua adalah menjelang pelaksanaan pilkada bulan Juni, saat ini adalah waktu yang dimana banyak orang dan pimpinan daerah yang memperhatikan masyarakat. Kami ingin menggunakan momentum ini untuk menarik perhatian pada masalah ini.

#### 3. Apakah anda bekerja untuk partai politik atau kampanye politik?

Kami tidak bekerja untuk partai politik manapun, kampanye politik apapun, maupun calon manapun. Kami dipekerjakan untuk melaksanakan program ini oleh seorang peneliti asing. Program ini dirancang oleh peneliti tersebut dan LPAW, sebuah lembaga yang bekerja untuk transparansi anggaran dan pembangunan daerah di Blora. LPAW tidak ada hubungannya dengan kampanye atau partai politik manapun. Dana LPAW seluruhnya berasal dari lembaga yang berbasis di Jakarta dan organisasi internasional.

#### 4. Apa manfaat kampanye ini bagi kami?

Partisipasi anda dalam kampanye ini tidak akan memberi manfaat secara langsung bagi anda, terlepas dari penghasilan yang anda terima karena berpartisipasi. Manfaat yang lebih besar bagi anda adalah anda mengetahui informasi berharga mengenai pemkab Blora. Anda juga akan mengetahui bahwa partisipasi anda memberikan informasi penting bagi kami yang akan kami presentasikan pada pimpinan daerah, pemkab Blora, media dan warga masyarakat lainnya dan dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah-masalah penting di Blora.

#### 5. Mengapa anda mengambil pajak dari saya (kelompok perlakuan pajak)?

Pajak ini menggambarkan berbagai jenis pajak yang anda bayarkan pada pemkab Blora dari anggaran rumah tangga anda. Ini bukanlah pajak yang sesungguhnya tetapi kami harus mengambil uang

pajak ini karena anda biasanya pun harus membayar berbagai jenis pajak melalui berbagai cara yang mungkin tidak anda sadari.

**6. Mengapa anda mengambil uang pajak begitu besar? Pajak yang biasanya saya bayarkan tidak sebanyak ... (kelompok perlakuan pajak)**

Masyarakat Blora membayar berbagai jenis pajak setiap tahun. Pajak yang dibayarkan meliputi PBB, pajak penerangan jalan, pajak listrik dan pajak penghasilan. Terkadang anda bahkan membayar pajak tanpa menyadarinya, misalnya ketika membeli barang-barang di took, anda membayar pajak pertambahan nilai. Pembayaran pajak ini menggambarkan seluruh jenis pajak yang berbeda-beda yang dibayarkan masyarakat ke pemkab Blora.

**7. Uang pajak anda dibayarkan kemana?**

Perancang program merencanakan untuk menyerahkan uang yang anda bayarkan sebagai penggambaran pajak, kepada pemkab Blora.

**8. Darimana asal informasi (kelompok perlakuan informasi)?**

Para perancang program mendapatkan data anggaran dari pemkab Blora dan melakukan analisis sendiri. Seluruh data berasal dari tahun 2008, yang merupakan tahun terkini yang bisa didapatkan mengenai realisasi anggaran (gunakan informasi di Bagian 3.6 untuk menjawab pertanyaan responden lebih jauh ...). Jika anda punya pertanyaan lain/kekhawatiran tentang informasi ini, silakan menghubung Koordinator program pada informasi kontak yang telah disediakan.

**9. Apa hubungan informasi ini dengan hal-hal lainnya (kelompok kontrol informasi)?**

Ini hanya sekedar contoh jenis-jenis fakta yang mungkin dipertimbangkan pimpinan daerah pada saat memutuskan akan menggunakan dana APBD untuk apa saja.

**10. Apa yang akan terjadi setelah kampanye?**

Kartu pos dan kuesioner akan dikumpulkan oleh penyelenggara program. Hasil kampanye kartu pos pertama-tama akan dipresentasikan pada calon bupati dua minggu sebelum pilkada sehingga mereka bisa menyelesaikan masalah-masalah ini semalam kapay. Hasil penuhnya akan dipresentasikan pada bupati, anggota DPRD, kepala Dinas, media dan warga masyarakat lainnya. Hasilnya juga akan dipresentasikan kepada para pembuat kebijakan internasional dan akademisi.

## 7.2 Yang boleh dan tidak boleh dilakukan

### 7.2.1 Lakukan

**Pada awal kunjungan ...**

- **Lengkapi kuesioner Bagian 1 sebelum mendatangi rumah tangga.** Supervisor dan juru kampanye harus mengisi bagian ini bersama-sama dalam pengarahan awal sebelum mulai survey di desa yang baru. Bagian 1 dirancang untuk memastikan bahwa anda mengetahui dengan pasti versi kampanye yang akan anda lakukan, dan berapa jumlah uang yang akan diberikan pada responden sebelum anda tiba di rumah tangga. Jika anda menunggu hingga anda tiba di rumah tangga yang tersampel untuk mempersiapkannya, maka kemungkinan besar anda akan membuat kesalahan

atau terlihat berantakan. Dan pastikan anda sudah membawa semua material (naskah, ilustrasi, amplop APBD, uang untuk responden, dll) **persiapkan sebelum mendatangi rumah tangga.**

- **Dapatkan persetujuan sukarela dari seluruh responden untuk berpartisipasi dalam kegiatan.** Hal ini berlaku untuk survey dan kampanye. Dalam naskah Bagian 1 kami menjelaskan tentang program ini kepada responden bertanya apakah mereka bersedia berpartisipasi. Seharusnya hal ini menjelaskan pada responden bahwa partisipasi mereka sepenuhnya bersifat sukarela. Dan juga responden harus diberitahu bahwa mereka bisa menolak untuk menjawab pertanyaan atau meminta kegiatan diakhiri lebih awal.
- **Hanya memilih anggota rumah tangga yang memenuhi syarat untuk berpartisipasi.** Kriteria untuk berpartisipasi dalam program ini adalah (1) harus berusia 17-65 tahun; (2) tercatat atau akan segera dicatatkan dalam Kartu Keluarga; dan (3) harus telah tinggal di Blora sedikitnya enam bulan sebelumnya. Di setiap rumah tangga yang anda kunjungi anda akan diberitahu apakah akan mewawancara anggota rumah tangga laki-laki atau perempuan. Jika tidak memenuhi kriteria ini maka orang tersebut tidak dapat berpartisipasi dalam survey dan kampanye. Bagian 7 berisi petunjuk cara melakukan seluruh pengambilan sampel untuk program ini.
- **Ingatlah untuk memberikan uang penghasilan responden pada awal kunjungan.** Alasan memberi penghasilan pada responden di awal kunjungan adalah karena kita ingin responden merasa memiliki uang tersebut pada saat mereka melakukan simulasi anggaran. Jika anda menunggu hingga sampai pada bagian simulasi anggaran untuk memberikan uang penghasilan responden, mereka tidak akan merasa memiliki uang tersebut, yang mana sebenarnya hal ini sangat penting dalam kegiatan ini.
- **Bangun hubungan yang erat dengan responden untuk membuat mereka merasa nyaman dan percaya pada anda.** Anda akan menemukan beberapa responden sangat mudah diajak bercakap-cakap dan beberapa lainnya sangat sulit. Pelajari bagaimana berbicara dengan berbagai karakter responden yang berbeda dengan keterampilan khusus dan biasanya dapat dilakukan oleh juru kampanye yang handal.

#### Selama kunjungan ...

- **Lakukan kunjungan hanya dengan responden utama yang tersampel.** Kadang sulit untuk melakukan kunjungan secara pribadi dengan responden karena anggota rumah tangga lainnya atau tetangga ingin tahu. Melakukan kegiatan hanya dengan responden yang tersampel penting dilakukan untuk memastikan jawaban responden yang sejurnya (dan tidak terpecah konsentrasinya). Cobalah untuk melakukan kegiatan bersama responden di tempat yang sepi dan pribadi. Jika ada orang lain di sekitarnya, maka jangan biarkan mereka mempengaruhi jawaban responden terhadap pertanyaan kuesioner atau mempengaruhi pemahaman responden terhadap kampanye. Jika orang lain mengganggu jalannya kampanye, mintalah dengan sopan pada mereka untuk tidak ikut terlibat dalam jalannya kegiatan. Satu-satunya bagian dimana anggota rumah tangga bisa ikut terlibat menjawab adalah Bagian 1 dalam kuesioner ketika anda pertama kali mendatangi rumah tangga, dan Bagian 2.2 dalam kuesioner dimana anda menanyakan karakteristik rumah tangga.
- **Pindahkan pendapatan dari papan anggaran rumah tangga secara konsisten untuk kelompok pajak 2 dan 4.** Untuk standarisasi bagaimana memindahkan pendapatan, ambil hanya 1000 rupiah

mulai dari kiri ke kanan. Jika responden tidak punya pecahan 1000 rupiah pada empat kotak pertama, makan ambil pendapatan dari kotak yang mempunyai jumlah terbanyak.

- **Sampaikan kampanye dan survey dengan sejelas mungkin sehingga responden memahami apa yang terjadi.** Cobalah untuk menjelaskan segala hal yang tampak membingungkan dan ulangi pertanyaan atau jelaskan dalam bahasa jawa agar lebih mudah dipahami responden.
- **Tanyak setiap pertanyaan dalam kuesioner, meskipun membuat anda tidak nyaman saat menanyakannya, atau menurut anda akan membuat responden merasa tidak nyaman.** Juru kampanye seharusnya tidak pernah menggunakan penilaianya sendiri dan kemudian melewati pertanyaan. Setiap pertanyaan di dalam kuesioner dibuat karena alasan tertentu dan kita harus menanyakan pertanyaan yang persis sama pada setiap responden. Jika sebuah pertanyaan membuat responden tidak nyaman, anda bisa mengingatkan bahwa mereka mempunyai hak untuk menolak menjawab pertanyaan tersebut.
- **Selalu ingat untuk menggunakan *Special Codes* (kode khusus) dan tuliskan dalam kolom jawaban yang disediakan.** Dalam setiap pertanyaan ada kolom untuk *special codes* (-7: menolak menjawab, -8: tidak berlaku, -9: tidak tahu)/ kode-kode ini seharusnya digunakan sebagai alternatif terakhir hanya jika responden tidak bisa atau tidak mau menjawab pertanyaan tertentu. Tetapi anda seharusnya menggunakan kode-kode ini daripada mengosongi pertanyaan. Dan juga kode 50 digunakan untuk pertanyaan berakhiran terbuka (*open ended question*). Anda seharusnya menuliskan '50' lalu menuliskan jawabannya yang tidak tersedia dalam pilihan jawaban.

#### Setelah kunjungan ...

- **Ingatlah untuk memeriksa kelengkapan isi kuesioner dan kejelasan tulisan tangan anda sebelum menyerahkannya kepada Supervisor.** Anda seharusnya memeriksa kembali kelengkapan kuesioner setelah kunjungan berakhir. Jika anda menunggu terlalu lama, anda akan lupa dan kemudian kebingungan karena dalam satu hari anda mengunjungi beberapa rumah tangga. Jangan merasa yakin bisa mengingat semua isi kunjungan hingga keesokan harinya. Hal ini seringkali menyebabkan terjadinya kesalahan dan hilangnya informasi.

#### **7.2.2 Jangan lakukan**

- **Jangan mengatakan pada responden pertama tentang pendapatan, atau memberikan pendapatan pada responden pertama.** Simulasi pajak mengasumsikan bahwa responden utama akan merasakan bahwa penghasilan tersebut adalah milik mereka. Menginformasikan tentang pendapatan awal kepada responden pertama bisa berakibat responden utama akan merasa pendapatan itu milik rumah tangga dan bukan untuk dirinya sendiri. Jadi hanya menyebutkan pendapatan saat bertemu dengan responden utama dan pastikan responden utama menyimpannya setidaknya selama kunjungan
- **Jangan mencampuradukkan versi kampanye yang berbeda.** Kemampuan menulis dampak berbagai versi kampanye tergantung pada keterpisahan versi-versi kampanye. Sehingga jika anda membahas tentang pajak untuk kelompok perlakuan yang tidak membayar pajak, maka tidak ada bedanya antara kelompok 1/3 dan 2/4. Jika anda memberi informasi tentang belanja pemerintah pada kelompok perlakuan informasi kosong, maka tidak akan bedanya antara kelompok 1/2 dan 3/4. Terkadang secara tidak sengaja terjadi kesalahan. Jika terjadi kesalahan, ingatlah selalu untuk mencatatnya dalam Bagian 6 di kuesioner setelah kunjungan.

- **Jangan memberitahu responden bahwa ada beberapa versi kampanye.** Jika responden mengetahui bahwa ada beberapa versi kampanye, maka mungkin mereka akan merasa tidak puas dengan versi yang mereka terima. Mereka juga akan bertanya pada tetangganya di dusun untuk mencari tahu tentang versi kampanye yang lain. Sementara kita seharusnya ingin menjaga kemurnian setiap versi kampanye, maka responden seharusnya hanya mengetahui bahwa seluruh kampanye sama seperti versi yang mereka terima.
- **Jangan melakukan kampanye untuk orang lain di desa yang bukan hasil sampel, meskipun mereka meminta.** Kami telah mengambil sampel dengan cermat untuk 1860 responden. Jika kita menambah jumlah responden, kemungkinan besar informasi tersebut akan tersebar di dusun dan kita tidak akan bisa mengidentifikasi dampak setiap versi kampanye. Jika ada orang yang meminta anda untuk mewawancara mereka, maka sampaikan padanya bahwa anda minta maaf karena tidak bisa melakukannya. Anda hanya bisa melakukan kampanye pada responden yang ditugaskan pada anda. Ini berlaku untuk pimpinan daerah, perangkat desa atau kepala desa/dusun.
- **Jangan menjawab pertanyaan mengenai pandangan pribadi anda atau memakai atribut partai politik atau media tertentu.** Terkadang responden ingin menanyakan pendapat anda mengenai politik karena anda menanyai mereka banyak pertanyaan dalam kuesioner. Sangat penting untuk menjaga ketidakterlibatan dalam partai politik. Anda sebaiknya tidak menjawab pertanyaan tersebut. Sampaikanlah dengan sopan bahwa dikarenakan ini adalah program non-partai, maka anda tidak diperkenankan untuk menyampaikan pendapat pribadi anda. Dan juga jangan mengenakan pakaian yang berasal dari partai politik atau media manapun karena pakaian semacam ini juga memberi kesan kampanye yang keliru kepada responden.

## 8 Protokol Pengambilan Sampel

Sebagaimana dibahas di Bagian 3.3, kita akan mengambil sampel secara acak untuk memenuhi target kampanye. Alasannya agar 1860 orang yang kita kunjungi merupakan perwakilan dari SELURUH warga Blora (berusia natara 17-65 tahun dan telah tinggal di Blora sedikitnya enam bulan). Memilih responden utama secara acak sebenarnya melibatkan empat langkah. Masing-masing langkah akan dilakukan oleh tim program yang berbeda.

1. **Desa (Direktur Program) - Desa/kelurahan dipilih secara acak.** Sebanyak 93 desa telah disampel, kira-kira satu dari tiga desa di Blora.
2. **Dusun (Tim Logistik)** – di setiap desa yang tersampel, tim logistik akan mengambil sampel salah satu dusun. Proses ini dijelaskan dalam Bagian 8.1
3. **Rumah tangga (Tim logistik/Supervisor)** – di setiap dusun yang tersampel, akan diambil 20 rumah tangga. Proses ini akan dipimpin oleh tim logistik atau Supervisor, yang akan memerlukan bantuan dari Juru Kampaye jika Metode B. proses ini dijelaskan di 8.3
4. **Responden utama (Juru Kampanye)** – dalam setiap rumah tangga akan dipilih seorang responden utama oleh Juru Kampanye dari daftar anggota rumah tangga yang memenuhi syarat. Proses ini dijelaskan dalam Bagian 8.3

## 8.1 Mengambil Sampel Desa

Sebelum program dimulai, Direktur Program akan memiliki 93 desa secara acak sebagai target pelaksanaan program. Artinya, program akan dilakukan di setiap satu dari tiga desa yang ada di (ada 295 desa di Blora). Direktur Program akan mengambil sampel desa sehingga seluruh kecamatan akan tercangkup dalam program ini. Direktur Program juga akan melakukan pengambilan sampel untuk memastikan bahwa desa-desa di wilayah kota (kelurahan) dan pedesaan juga tercangkup.

Jika program tidak dapat dilaksanakan di desa yang tersampel pertama kali karena suatu alasan tertentu, maka Direktur Program harus segera dihubungi untuk mencari desa penggantinya.

## 8.2 Pengambilan Sampel Dusun/RW (Tim Logistik)

Di setiap desa yang tersampel, sebuah dusun/RW akan disampel. Ini akan dilakukan oleh Tim Logistik sebelum kedatangan Tim Kampanye di desa. Anggota tim logistik akan mencatat informasi yang relevan dalam Lembar Informasi Awal Desa (Bagian 0)

**Instruksi untuk pengambilan sampel dusun/RW per desa:**

1. Buat daftar seluruh dusun/RW di desa/kelurahan dengan bantuan kepala/perangkat desa. Tulis semua dusun sesuai urutan abjad. Catat dalam daftar dusun.
2. Kocok kartu angka dan ambil satu angka (1-40). Catat angka yang terambil di bawah ini (...)
3. Cocokkan TABEL SAMPLING DUSUN di halaman berikutnya dengan Lembar Informasi Awal Desa (Bagian 11.1). di sebelah kiri ada kolom angka acak. Di bagian atas adalah jumlahdusun/RW yang ada di desa. Cari pertemuan antara angka acak anda di dalam kotak dan jumlah total dusun di desa/kelurahan. Angka yang ada dalam kotak tersebut adalah nomor dusun yang terpilih.

### 8.2.1 Dusun/RW Pengganti

Jika dikarenakan suatu alasan tertentu survey tidak dapat dilakukan di desa yang tersampel pertama kali, maka penggantinya adalah dusun berikutnya di dalam daftar (jika dusun yang terpilih pertama berada paling akhir dalam daftar, maka cari dusun pengganti di nomor paling atas). Karena survey ini telah mendapat izin dari seluruh tingkat, maka kemungkinan akan sangat jarang terjadi bahwa survey tidak bisa dilakukan di dusun tertentu.

Juga, jika terdapat kurang dari 20 rumah tangga dalam dusun yang tersampel pertama, maka kampanye tersebut harus dilakukan di tingkatan desa (jangan mensampel dusun).

## 8.3 Pengambilan Sampel Rumah Tangga (Supervisor)

Setelah selesai mengambil sampel dusun, langkah berikutnya adalah memilih 20 rumah tangga di dusun secara acak. Seharusnya, tim logistik akan melakukan ini sebelumnya karena diperkirakan mereka dapat lebih mudah mendapatkan daftar rumah tangga. Tapi bagaimanapun juga, supervisor harus bersiap-siap untuk melakukan pengambilan sampel baik menggunakan metode A atau B.

Kriteria pengambilan sampel dari daftar rumah tangga adalah bahwa daftar tersebut harus memiliki data seluruh rumah tangga di dusun dan telah diperbarui dalam satu tahun terakhir ini. Namun dalam beberapa kasus, kemungkinan di dusun tidak tersedia daftar rumah tangga yang terbaru, jika demikian maka Supervisor akan menggunakan Metode B yang dijelaskan di bawah ini.

<b>Metode Pengambilan Sampel Rumah Tangga</b>	
Bagi dusun yang memiliki daftar rumah tangga yang lengkap (baik dari kepala desa maupun dari kepala dusun) dan telah diperbarui dalam waktu satu tahun terakhir ini.	Metode A
Bagi dusun yang tidak memiliki daftar rumah tangga yang lengkap dan telah diperbarui dalam waktu setahun terakhir, atau bagi dusun yang tidak bisa diperoleh daftar rumah tangganya dalam waktu 24 jam.	Metode B

### **8.3.1 Metode A: Metode Daftar Rumah Tangga**

#### **Lokasi:**

Di seluruh dusun yang tersampel yang memiliki daftar rumah tangga yang lengkap dan telah diperbarui tahun lalu yang diberikan oleh kepala desa/lurah atau kepala dusun. Di sebagian desa, daftar rumah tangga ini disebut Buku Induk Penduduk (BIP), yang seharusnya dilengkapi oleh setiap desa pada bulan Desember 2009. Jika tim logistik tidak bisa mendapatkan daftar ini, maka Supervisor harus mencarinya sendiri dengan menggunakan Metode B.

#### **Penjelasan**

Gunakan daftar rumah tangga lengkap dan ambil sampel 20 rumah tangga secara acak secara langsung dari daftar tersebut.

#### **Langkah-langkah**

1. Beri nomor setiap rumah tangga di dalam dusun, baik dengan menuliskan nomor di fotokopian daftar rumah tangga atau dengan mencatatnya secara manual. Sebagai contoh daftar yang ditulis tangan seperti ini:

Nomor	Nama Rumah Tangga
1	Rumah tangga Mus Daud
2	Rumah tangga Iqbal
3	Rumah tangga Marzi
4	...

2. Lingkari nomor jumlah total rumah tangga di dusun/RW. Jika jumlah sesungguhnya ada diantara dua nomor dalam daftar, pilih nomor paling kecil.
3. Ambil kartu nomor acak anda, kocok dengan sempurna, dan pilih sebuah angka secara acak dari 1-10.
4. Cocokkan dengan ‘Tabel A: Untuk Memilih 20 Rumah Tangga’. Di bagian atas tabel ini adalah nomor acak. Di sebelah kiri adalah jumlah total rumah tangga di dusun/RW. Cari kotak yang merupakan pertemuan kolom angka acak dengan baris angka jumlah rumah tangga di dusun/RW. Kotak ini menunjukkan angka rumah tangga yang harus anda kunjungi.
5. Lihat kolom interval yang bersangkutan. Ini menunjukkan interval yang harus anda gunakan.
6. Kembali ke daftar rumah tangga. Lingkari rumah tangga yang pertama kali harus anda kunjungi. Sebagai contoh, jika anda mulai dari rumah tangga ‘6’ maka lingkari rumah tangga yang berlabel ‘6’. Kemudian hitung rumah tangga berdasarkan interval dan pilih rumah tangga berikutnya. Sebagai contoh, interval anda adalah ‘10’ maka rumah tangga berikutnya yang harus diambil adalah 16, dan kemudian 26, dst. Ulangi hal ini hingga ada 20 rumah tangga yang terpilih.
7. Catat nama dan alamat rumah tangga dalam ‘**TABEL RUMAH TANGGA TERSAMPLE**’ di halaman berikutnya dalam Lembar Informasi Awal Desa. Pastikan untuk mendapatkan informasi mendetail mengenai lokasi tiap rumah tangga yang tersampel berada.

#### **Contoh:**

Jika ada 165 rumah dan anda memilih secara acak angka 5 dari set kartu angka 1-10 anda, maka cocokkan kolom yang ada angka 5-nya dengan baris ke 164 dalam tabel. Ini menunjukkan bahwa angka permulaannya adalah 14 dan intervalnya adalah 33. Kemudian pilih rumah-rumah 14, 47, 80, 113 dan 146.

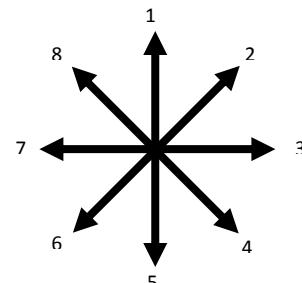
### 8.3.2 Metode B: Metode Kompas

#### Dimana:

Di semua dusun tersampel yang TIDAK mempunyai daftar rumahtangga lengkap yang diperbarui selama setahun terakhir.

#### Penjelasan

Anda harus berdiri di titik tengah dusun tersebut dan secara acak memilih dua arah mata angin. Kemudian anda akan menggambar peta dari semua rumahtangga yang ada sepanjang arah mata angin tersebut. Kemudian peta ini akan digunakan untuk mencari 10 rumahtangga sampel secara acak di masing-masing arah.



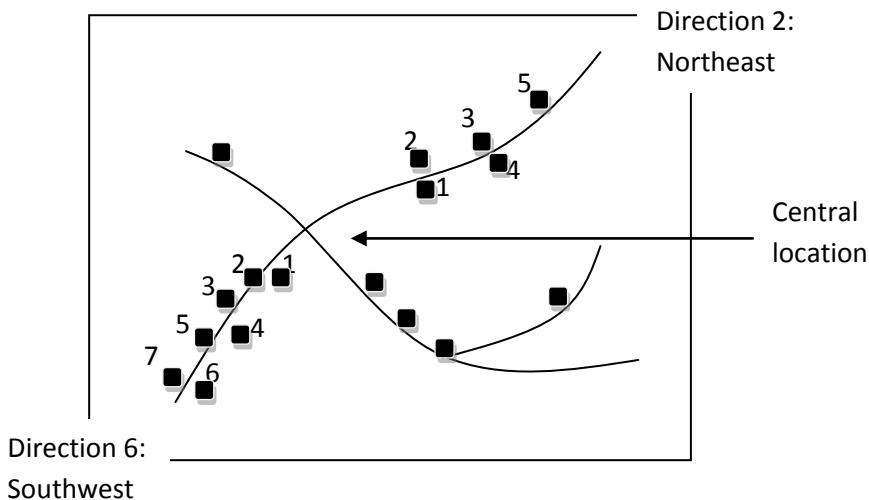
#### Langkah-langkah

1. Berdirilah tempat di titik tengah dusun.
2. Pilih secara acak antara 1-8 menggunakan kartu anda. Nomer ini mengacu pada sebuah arah mata angin sesuai dengan Lembar Sampling Rumahtangga. Misalnya, 1 mengarah ke Utara dan 5 ke Selatan.
3. Untuk arah yang ke dua, anda secara otomatis harus mengambil arah yang berlawanan dengan arah mata angin yang pertama. Jika arah pertama anda adalah 1, maka arah kedua anda adalah 5. Jika anda mulai dari arah 7, maka arah kedua anda adalah 3.
4. Dengan bantuan dari Juru Kampanye anda, buatlah peta dari semua rumahtangga yang ada di kedua arah mata angin yang terpilih tersebut. Dengan cara berjalan ke arah yang terpilih mulai dari titik tengah dusun sampai dengan batas dusun, sembari membuat daftar rumah tangga yang lengkap dalam jarak 10 meter dari tiap-tiap sisi dari jalur yang mereka tuju. Terkadang struktur jalan akan mempersulit mereka untuk mengikuti arah yang tepat, tetapi anda harus mencoba mengikuti arah yang ditentukan oleh pemilihan acak meskipun hal tersebut berarti harus berpindah-pindah jalan.
5. Setelah anda melengkapi daftar rumahtangga di kedua arah tersebut, anda akan memilih 10 sampel rumahtangga di masing-masing arah. Ambil arah pertama dulu. Untuk melakukan ini, anda akan menggunakan ‘Tabel B: Bagan Sampling Rumahtangga (10 KK)’:
  - Pertama, cari baris Tabel Pemilihan Rumahtangga dengan jumlah rumahtangga yang terdekat dengan jumlah rumahtangga yang sesungguhnya pada arah mata angin yang pertama. Jika jumlah rumahtangga berada tepat di antara 2 baris, ambil baris yang punya jumlah lebih kecil.
  - Kemudian pilihlah nomer acak menggunakan kartu anda dan cari kolom yang sesuai dengan nomer acak.
  - Kotak dimana kolom dan baris bertemu merupakan nomer rumah pertama yang harus anda mulai. Ini disebut juga dengan nomer awal. Lingkari nomer di dalam tabel tersebut dan catat di tempatnya dalam Lembar Sampling Rumahtangga. Sebagai contoh jika nomor awal anda adalah 2, maka anda mulai dengan rumah tangga kedua dalam peta.
  - Lihat interval yang ditunjukkan pada kolom interval sesuai dengan urutan diatas. Catat angka interval dalam Lembar Sampling Rumahtangga. Sebagai contoh, jika nomor rumah pertama anda adalah 2 dan intervalnya adalah 2 maka rumah tangga berikutnya yang harus anda ambil adalah 4, dan rumah tangga setelahnya adalah 6... dst. Ulangi hal ini hingga terpilih 10 rumah tangga di arah tersebut.
  - Ulangi langkah ini untuk arah kedua hingga terpilih 20 rumah tangga.

6. Kemudian catat 10 rumah dari arah yang pertama dalam Lembar Penugasan Desa untuk 10 baris pertama. Catat 10 rumah dari arah yang kedua ke baris berikutnya.

**Contoh:**

Misalnya arah pertama adalah 2, yang berarti arah kedua adalah 6. Dua Juru kampanye (atau tim Campaigner) akan berjalan ke dua arah tersebut, membuat peta dari semua Rumahtangga yang ada di arah tersebut dan memberi nomer dari 1-n, dimana n adalah jumlah total Rumahtangga yang ada di arah tersebut. Petanya mungkin akan terlihat seperti dibawah ini. Kemudian anda akan menggunakan peta ini untuk melakukan sampel terhadap Rumahtangga di tiap arah tersebut dengan mengikuti langkah-langkah yang sudah dijelaskan diatas.



### 8.3.3 Bagaimana jika jumlah Rumahtangga kurang dari 10?

Jumlah rata-rata rumahtangga di tiap dusun adalah 200, walaupun di beberapa dusun mempunyai jumlah Rumahtangga yang lebih banyak dan yang lainnya lebih kecil. Metode B digunakan berdasarkan asumsi bahwa paling tidak ada 10 Rumahtangga di setiap arah jika dihitung dari titik tengah dan kemungkinan lebih dari itu (misalnya 30-40 Rumahtangga di setiap arah mata angin). Hal ini seharusnya benar hampir di semua kasus. Jika untuk alasan-alasan tertentu, terdapat kurang dari 10 Rumahtangga di sebuah arah mata angin, kemudian perluas wilayah pemetaan untuk setiap Rumahtangga dalam radius 100 meter dalam setiap sisi jalur arah yang dilewati. Jika hal ini tidak membantu, maka coba untuk menambahkan rumah ke arah lainnya. Sebagai contoh, jika anda hanya punya 9 rumah tangga di Arah 1 tetapi ada 40 rumah tangga di Arah 2, maka anda bias mengambil 11 rumah tangga dan bukannya 10 rumah tangga dari Arah 2. Jika hal ini tidak membantu, maka pilihlah secara acak arah yang lain. Hal yang paling penting disini yaitu tidak memasukkan rumahtangga yang telah dipetakan oleh anggota tim lain di arah sebaliknya.

### 8.3.4 Bagaimana jika ada lebih dari satu rumah tangga di bawah satu atap?

Terkadang ketika menggunakan Metode B ada kemungkinan Juru Kampanye akan menjumpai ada lebih dari satu rumah tangga di bawah satu atap. Jika demikian, Juru Kamapnye harus mengambil sampel secara acak salah satu rumah tangga di bawah satu atap. Angka rumah tangga di bawah satu atap dan angka rumah tangga yang terpilih secara acak harus dicatat dalam kuesioner pada nomor Q9-Q10.

### 8.3.5 Rumah Tangga Pengganti

Jika rumah tangga yang didatangi juru kampanye kosong, maka harus dilakukan kunjungan ulang sebanyak dua kali di waktu yang berbeda. Jika gagal lagi, maka juru kampanye harus mencatat hal ini dalam lembar sampul kuesioner dan kemudian memilih rumah tangga **yang tepat di sebelah kanannya** (dengan punggung membelakangi muka rumah), ulangi proses ini. Jika rumah tangga diganti dengan cara ini, pastikan untuk mencatat alasannya mengapa harus diganti, di lembar sampul kuesioner utama.

Jika ada lebih dari satu rumah tangga tinggal di bawah satu atap, pilihlah secara acak rumah tangga lain di bawah satu atap.

**Ketika anda memilih rumah tangga pengganti, pastikan bahwa anda melakukan versi kampanye untuk rumah tangga pertama kepada rumah tangga pengganti.** Sebagai contoh, bayangkan anda berada di sebuah desa dan rumah tangga pertama dalam daftar anda telah didesain untuk mendapatkan versi 2, dan rumah tangga kedua dalam daftar anda mendapatkan versi 4. Rumah tangga pertama menolak untuk melakukan kampanye, kemudian anda memilih rumah tangga pengganti dengan segera. Anda harus tetap melakukan versi 2 (versi yang sudah ditentukan pada rumah tangga asal) pada rumah tangga pengganti.

## 8.4 Pengambilan Sampel Responden (Juru Kampanye)

Ketika juru kampanye mendekati sebuah rumah tangga, pertama-tama mereka akan melengkapi kuesioner Bagian 1, kemudian menanyakan lembar persetujuan pada responden awal, yang seharusnya adalah Kepala Rumah Tangga atau orang dewasa berusia 17-65 tahun yang dapat mewakili rumah tangga. Pada saat memilih responden utama, ada dua hal penting yang perlu diingat:

1. Responden utama harus memenuhi syarat kriteria (berusia 17-65 tahun, tercatat atau akan segera dicatatkan dalam Kartu Keluarga, serta telah tinggal di Blora sedikitnya enam bulan ).
2. Responden utama harus berjenis kelamin sesuai dengan yang ditargetkan untuk rumah tangga tersebut. Bagi setiap rumah tangga yang dikunjungi, akan ditugaskan untuk mengambil sampel responden laki-laki atau perempuan. Jika anda harus melakukan kampanye dengan anggota rumah tangga perempuan, maka hanya anggota rumah tangga perempuan yang memenuhi syarat di rumah tangga tersebut.

Kuesionernya sendiri terdiri atas instruksi yang terperinci mengenai cara melakukan pengambilan sampel rumah tangga. Instruksinya sebagai berikut, sebagaimana tabel di bawah ini:

1. catat seluruh anggota rumah tangga saat ini (anggota yang tercatat/akan segera dicatatkan dalam Kartu Keluarga) di kolom 2. Urut dari yang paling tua ke yang paling muda.
2. tulis 'P' jika perempuan atau 'L' jika laki-laki, di kolom 3.
3. di kolom 4 beri tanda 'X' di samping nama anggota rumah tangga jika memenuhi syarat untuk berpartisipasi dalam kampanye (berusia 17-65 tahun dan telah tinggal di Blora sedikitnya 6 bulan sebelumnya)
4. di kolom 5 beri tanda 'X' jika memenuhi syarat dan berjenis kelamin sesuai target untuk rumah tangga tersebut (dari....)
5. di Table Sampling Responden, tuliskan kembali nomor ID dan nama pendek HANYA anggota rumah tangga yang tercatat dalam Kolom 5 (yang memenuhi syarat DAN berjenis kelamin sesuai target untuk rumah tangga tersebut).
6. Kocok kartu nomor anda dan ambil satu kartu bermotor antara 1-40 secara acak. Catat nomornya dalam Tabel Sampling Responden.

Buka Tabel ‘PENGAMBILAN SAMPEL RESPONDEN UTAMA’ di halaman berikutnya. Angka-angka acak ada di sebelah kiri. Jumlah total orang dalam Tabel Sampling Responden ditulis di bagian atas. Cari kotak dimana keduanya bertemu. Di dalam kotak tersebut adaalah angka responden utama dalam TABEL SAMPLING RESPONDEN yang harus anda pilih. Beri tanda ‘X’ dalam kotak orang tersebut.

TABEL KELAYAKAN				
1	2	3	4	5
ID	Nama Pendek	Jenis kelamin (P/L)	Memenuhi Syarat?	Memenuhi Syarat + Target Jenis Kelamin
101				
102				
103				
104				
105				
106				
107				
108				
109				
110				
111				
112				
113				
114				
115				

TABLE SAMPLING RESPONDEN			
(Tuliskan kembali ID dan Nama-nama hanya yang ada di Kolom 5 TABEL KELAYAKAN)			
Q 1 Nomor acak yang terpilih (1-40): _____			
No.	ID	Nama pendek	Terpilih?
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

Q 2	Berapa orang yang tinggal di rumah tangga ini (KOLOM 2 TABEL KELAYAKAN)	_____
Q 3	Berapa orang yang memenuhi syarat di rumah tangga ini (KOLOM 3 OF TABEL KELAYAKAN)?	_____
Q 4	Berapa orang di rumah tangga ini yang memenuhi syarat + berjenis kelamin sesuai target (KOLOM 4 TABEL KELAYAKAN)?	_____
Q 5	Berapa nomor ID orang yang terpilih sebagai responden utama? (TABLE SAMPLING RESPONDEN)	_____

#### 8.4.1 Memilih Pengganti Responden Utama

Jika diperlukan **PENGGANTI** responden utama, ambil orang berikutnya yang tercantum setelah responden utama dalam TABEL SAMPLING RESPONDEN (atau orang pertama jika responden utama berada di urutan akhir dalam daftar). Jika responden utama merupakan orang terakhir dalam daftar, maka pilih orang pertama yang ada dalam daftar.

Utamanya jika tidak ada responden pengganti yang tersedia dalam TABEL SAMPLING RESPONDEN, maka pilih rumah tangga pengganti. Hal ini dapat terjadi, sebagai contoh, jika anda diminta melakukan wawancara dengan anggota rumah tangga laki-laki dalam rumah tangga, tetapi orang tersebut (mereka) tidak ada yang bersedia atau tidak bisa berpartisipasi. Dalam kasus ini anda harus mengikuti instruksi untuk memilih rumah tangga pengganti. Anda tidak boleh melakukan wawancara dengan anggota rumah tangga perempuan dalam rumah tersebut.

JIKA hanya ada satu orang dalam Tabel Sampling Responden, maka secara otomatis anda akan memilih orang tersebut dan mencatatkan -8 yang berarti ‘tidak berlaku’ pada Q14.

#### **8.4.2 Penghentian Awal**

Terkadang setelah anda memulai wawancara dengan sebuah rumah tangga, akan diminta untuk mengakhiri lebih awal karena suatu alasan. Jika anda tidak bisa membuat jadwal ulang dengan responden utama untuk menyelesaikan kunjungan di waktu yang lain, maka minta responden untuk menandatangai Lembar Penghentian Awal. Anda harus memberitahu supervisor anda dan supervisor anda akan memberitahu anda – berdasarkan jadwal di desa tersebut — apakah anda harus mencari rumah tangga pengganti.

## **9 Pengawasan Mutu (*Quality Control*)**

Agar program dapat berhasil, kami mengandalkan pada setiap orang untuk menjalankan tugasnya secara menyeluruh, dengan baik dan tepat waktu. Yang paling penting, juru kampanye harus mengunjungi rumah tangga yang ditugaskan padanya (atau memilih penggantinya dengan cara memadai) dan bertemu dengan responden utama yang tersampel (atau memilih responden pengganti yang memadai). Juru kampanye juga harus melakukan kampanye dan survey secara akurat dan menyeluruh. Untuk memastikan segala seuatunya berjalan lancar dan sesuai dengan rencana, kita harus melakukan metode pengawasan mutu untuk memastikan semuanya berjalan lancar di lapangan.

- 1. Supervisor memeriksa rumah tangga:** pada saat juru kampanye sedang melakukan kunjungan di desa, supervisor akan memeriksa di rumah tangga yang telah dikunjungi sebelumnya oleh juru kampanye untuk memastikan kampanye sudah dilakukan di sana. Pemeriksaan ini untuk memastikan versi kampanye yang benar sudah diselesaikan, dan juru kampanye telah mencatat dengan akurat jawaban responden atas informasi yang telah diverifikasi.
- 2. Supervisor memeriksa kuesioner:** supervisor juga akan memeriksa setiap kuesioner tiap-tiap juru kampanye sebelum dikumpulkan ke kantor pusat. Kegiatan ini terdiri atas memeriksa apakah ada informasi yang hilang, apakah tulisan tangannya dapat dibaca dengan jelas, dan memeriksa ulang setiap informasi yang membingungkan atau berbeda. Jika ada perbedaan atau informasi yang hilang, maka juru kampanye akan diminta untuk memperbaiki kuesioner dengan menindaklanjuti hal tersebut kepada responden lagi.
- 3. Pengawas Mutu:** Akan ada 1-2 pengawas mutu di Tim Logistik yang akan bekerja secara terpisah dari tim kampanye. Mereka akan mengunjungi kembali rumah tangga yang sudah disurvei untuk memeriksa apakah survei dan kampanye telah dilakukan sesuai dengan yang ditugaskan. Mereka akan memeriksa kembali informasi yang dapat diverifikasi untuk memastikan survei dilakukan secara akurat. Pengawas mutu ditugaskan memeriksa 10 persen dari seluruh rumah tangga, yaitu sekitar 2 rumah tangga per desa. Tim kampanye tidak akan diberi tahu sebelumnya desa dan rumah tangga mana yang akan dikunjungi pengawas mutu.
- 4. Pemeriksaan data:** data survei dari proyek ini akan dibawa ke Jakarta secara teratur, kemudian akan diolah oleh badan pengolah data profesional. Direktur Proyek akan menganalisis data dari survei tersebut secara teratur dan akan mengetahui jika terjadi ketidakberesan pelaksanaan survei dengan menilai dari hal-hal tertentu dalam survei. Direktur Proyek juga akan dapat menggunakan data yang diolah untuk melihat jika ada penyimpangan yang dilakukan juru kampanye atau tim kampanye.

Setiap Supervisor atau Juru Kampanye yang diketahui melakukan rekayasa informasi kuesioner atau secara sistematis tidak mematuhi panduan pengambilan sampel dan penugasan versi kampanye akan diberhentikan dari proyek tanpa kompensasi.

## 10 Logistik Program

Total masa pelaksanaan program ini adalah 11 minggu mulai 1 Maret 2010-17 Mei 2010. Selama periode itu, tiga tim kampanye yang terdiri atas lima juru kampanye di setiap tim akan melakukan:

- Melaksanakan program dengan jumlah total 1.860 responden di 93 desa.
- Setiap tim akan mengunjungi 31 desa, menghabiskan 2 hari di setiap desa dan mengunjungi sekitar 3 desa per minggunya.
- Setiap juru kampanye akan melakukan 4 kunjungan per desa, atau sekitar dua kunjungan per hari, dengan total dari 124 kunjungan per juru kampanye selama program 11 minggu.

Dengan begitu banyak tim yang berbeda yang bekerja untuk menyukseskan program ini, hal itu membantu untuk memahami dengan jelas apa yang dilakukan semua orang. Bagian ini menjelaskan tanggung jawab untuk setiap peranan, serta berfungsi sebagai dasar penjelasan sehari-hari tentang apa yang diperlukan oleh masing-masing peran.

### 10.1 Tanggung jawab Tim Logistik

Tim logistik bergerak secara mandiri terlepas dari tim kampanye dan melakukan hal mendasar bagi kunjungan tim kampanye. Tim logistik akan mengunjungi 93 desa sebelum tim kampanye tiba. Mereka juga akan membantu penyelesaian masalah jika diperlukan, dan akan ikut serta dalam pemeriksaan pengawasan mutu. Secara khusus, tim logistik bertanggung jawab untuk:

- Mengurus perizinan kecamatan dan desa
- Mengambil sampel dusun dan daftar rumah tangga di dusun yang tersampel
- Mengambil sampel rumah tangga pada dusun yang terpilih, jika memungkinkan
- Melengkapi Lembar Informasi Awal Desa dan mengembalikannya ke kantor pusat dan supervisor
- Mencari lokasi untuk pos/basecamp tim kampanye di setiap desa
- Mencari lokasi penempatan kotak kartu pos di setiap desa
- Merekendasikan jalur perjalanan ke desa dan tempat tinggal untuk menginap jika diperlukan
- Penyelesaian masalah logistik tim kampanye jika diperlukan
- Melakukan pengawasan mutu (*Quality-control*)

### 10.2 Tanggungjawab Supervisor

Supervisor mengelola tim kampanye dan memastikan segala sesuatunya berjalan lancar dan sesuai dengan jadwal tim. Supervisor seharusnya juga menanggapi kebutuhan anggota timnya sesegera mungkin dan bekerja untuk memastikan bahwa tim bekerja dengan baik. Secara khusus, Supervisor bertanggung jawab atas:

- melapor pada kepala desa/dusun mengenai kedatangan tim
- menaruh kartu pos ekstra pada kepala dusun
- melakukan pengambilan sampel rumah tangga di setiap dusun, jika diperlukan
- melengkapi Lembar Penugasa Desa untuk setiap desa

- Mempersiapkan paket desa bagi setiap juru kampanye untuk setiap desa dan memberi pengarahan pada tim
- Memeriksa bahwa juru kampanye benar-benar mengunjungi rumah tangga yang ditugaskan di setiap desa
- Memeriksa kualitas setiap kuesioner dalam pengarahan harian
- Mengambil kotak kartu pos sesuai jadwal
- Menjaga material dan memastikan adanya persediaan material cadangan
- Melakukan administrasi, termasuk melacak biaya administrasi dan pembayaran bagi juru kampanye
- Mengelola jadwal tim agar fleksibel namun tetap dapat memenuhi target
- Mengelola perpindahan tim, termasuk mengatur perjalanan dan akomodasi
- Melapor pada kantor pusat setiap harinya

Pada setiap awal mengunjungi desa baru, Supervisor bertanggung melapor secara formal kepada kepala desa/dusun. Jika tim logistik tidak dapat melakukan pengambilan sampel untuk desa tersebut, Supervisor akan mengambil sampel rumah tangga di desa, sesuai dengan panduan yang dijelaskan dalam Bagian 8. Setelah pengambilan sampel rumah tangga selesai, supervisor bisa mengisi Lembar Penugasan Desa, yang menghubungkan rumah tangga dengan versi kampanye (Bagian 0). Setelah persiapan ini selesai, Supervisor harus mempersiapkan paket desa untuk setiap juru kampanye. Isi Paket Desa tercantum dalam Bagian 11.7.

Selama tim kampanye melakukan kampanye di lapangan, Supervisor harus mengatur waktu untuk mengambil kotak kartu pos, mengambil persediaan material, melacak biaya operasional dan pembayaran, atau mempersiapkan paket desa untuk hari berikutnya. Supervisor juga akan mengelola perpindahan dan jadwal harian tim. Mereka memiliki fleksibilitas untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan, selama target keseluruhan dapat dipenuhi tepat waktu. Supervisor harus berada di dekat tim sehingga bisa segera membantu jika ada masalah atau untuk memeriksa apakah juru kampanye menjalankan tanggung jawab mereka.

Salah satu tanggung jawab supervisor yang paling penting adalah memeriksa kelengkapan setiap kuesioner sebelum dikumpulkan ke kantor pusat untuk memastikan tidak ada informasi yang kurang, penulisannya jelas, dan melihat apakah terjadi penyimpangan. Supervisor harus memberi pengarahan pada tim setiap hari atau di setiap desa.

Supervisor akan mengirimkan material yang telah dilengkapi ke kantor pusat dan akan mengambil pasokan baru juga.

## 10.3 Tanggung jawab Juru Kampaye

Keberadaan tim yang lain adalah untuk memastikan bahwa tim kampanye dapat melakukan pekerjaan mengunjungi rumah tangga dan melakukan kampanye dan survei. Juru Kampanye bertanggung jawab untuk:

- Mengunjungi rumah tangga dan mengambil sampel responden utama dengan akurat. Jika diperlukan responden pengganti, maka Juru Kampanye harus mengikuti panduan dalam Bagian 8
- Lakukan kampanye dan survei, gunakan tulisan tangan yang jelas dan jangan sampai ada informasi yang hilang
- Ikuti jadwal dan penuhi target yang ditetapkan Supervisor, termasuk tepat waktu dan mengikuti semua pertemuan yang diminta Supervisor.

- Melengkapi seluruh material yang diperlukan, dalam keadaan baik.

Juru Kampanye dijadwalkan mengunjungi desa-desa dan diharapkan dapat menyelesaikan sekitar dua kunjungan per hari. Kadang-kadang hal ini dapat diselesaikan dengan cepat. Namun di lain waktu, juru kampanye mungkin harus menunggu di desa atau melakukan kunjungan lain sebelum dapat bertemu dengan responden utama. Juru kampanye harus memiliki jadwal yang cukup fleksibel untuk mengakomodasi jenis keadaan ini yang biasa terjadi di lapangan.

## 10.4 Tanggungjawab Direktur Program

Direktur Program bertanggungjawab mengelola program. Khususnya dalam hal:

- mengawasi seluruh kinerja pelaksanaan dan tim kampanye
- menyelesaikan masalah rancangan program bersama LPAW dan PATTIRO
- mempersiapkan seluruh material bagi supervisor
- mengelola seluruh keuangan program
- memeriksa seluruh kuesioner dan mengirimkannya ke Jakarta untuk diolah
- menganalisis data kuesioner dan kartu pos secara terus menerus
- mengkoordinir pekerjaan tim logistik dan kampanye
- menjawab seluruh pertanyaan mengenai rancangan dan informasi program
- mempersiapkan presentasi hasil untuk umum pada tanggal 19 Mei

Direktur Program didampingi oleh Koordinator Program. Koordinator Program adalah kontak utama bagi Tim Logistik, Supervisor, dan Juru Kampanye.

## 11 Formulir dan Checklist

Pelaksanaan program menggunakan beberapa formulir dan ceklist untuk pengorganisasian dan tujuan pelacakan. Daftar semua formulir yang digunakan tersedia di sini. Formulir yang sebenarnya dapat diperoleh dari Direktur Program dan Koordinator Program.

### 11.1 Untuk Tim Logistik

- Lembar Informasi Awal Desa: Untuk kunjungan awal dan bertemu dengan kepala desa dan kepala dusun, termasuk informasi dasar tentang desa, metode sampling satu dusun, dan sampling rumahtangga dari BIP.
- Lembar Kontrol Kualitas: Responden akan diacak kembali untuk kunjungan ulang untuk melihat kualitas kinerja staff di lapangan. Lembaran ini termasuk instruksi dan pertanyaan yang harus ditanyakan kembali kepada responden untuk pengecekan silang.
- Lembar Pelacakan Biaya Operasional: Untuk melacak pembayaran untuk proyek yang terkait pemberian bantuan di lapangan.

### 11.2 Untuk Supervisor

#### Ceklist

- Ceklist Supervisor: Merupakan daftar dari semua tanggungjawab Supervisor.
- Ceklist Paket Desa: Merupakan ceklist dari material yang dibutuhkan untuk diberikan pada tiap juru kampanye untuk setiap desa.
- Ceklist material Utama: Merupakan ceklist dari semua material yang dibutuhkan selama proyek berjalan.
- Ceklist Pengembalian ke HQ: Merupakan ceklist dari semua material yang harus dikembalikan ke HQ untuk setiap desa.

#### Implementasi

- Lembar Penugasan Desa: Disediakan untuk setiap desa, dalam lembar ini terdapat informasi spesifik versi kampanye mana yang harus dilakukan untuk setiap rumah tangga yang terpilih, target jenis kelamin dari responden, dan juru kampanye.
- Surat untuk Kepala Dusun: Menjelaskan tujuan dari proyek kepada kepala dusun dan juga instruksi tentang bagaimana menangani kartupos ekstra.
- Pelacak Kartupos Dusun: Untuk melacak berapa jumlah kartupos ekstra di kepala dusun yang diambil.
- Surat untuk Tuan Rumah Kotak Pos: Instruksi untuk tuan rumah kartupos bagaimana cara menangani kotak pos.
- Pelacakan Pembayaran: Mencatat jumlah kunjungan yang telah dilakukan oleh tiap juru kampanye untuk tujuan pembayaran.
- Pelacak Biaya Operasional: Untuk melacak biaya operasional yang terkait dengan proyek.

#### Lain-Lain

- Sampling Rumah Tangga: Dibutuhkan formulir untuk Metode B
- Surat Ijin Penelitian dan Surat Penugasan: Surat-surat yang memuat bukti ijin penelitian tertulis untuk setiap juru kampanye.

### **11.3 Untuk Juru Kampanye**

- Ceklist Harian Juru Kampanye: Ceklist material yang dibutuhkan untuk kunjungan harian.
- Lembar Penugasan Desa: Daftar penugasan untuk setiap juru kampanye yang terdiri dari rumah tangga, versi kampanye dan sasaran jenis kelamin yang harus dikunjungi.
- Lembar Penghentian Awal: Formulir yang digunakan jika responden meminta kunjungan dihentikan lebih awal.

## 12 Peta Desa Blora

