

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia, bahkan sejak awal kita dilahirkan juga kita sudah melakukan proses komunikasi itu. Manusia juga makhluk sosial yang artinya tidak bisa hidup sendiri dan membutuhkan bantuan orang lain, hubungan antar manusia tercipta karena adanya komunikasi, bila tidak ada komunikasi tentunya tidak akan terjalin hubungan antara manusia dengan orang lain atau orang disekitar. ¹Menurut John R.Wenburg dan William W.Wilmot dalam komunikasi juga terdapat tiga konseptualisasi komunikasi yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi. Komunikasi sebagai tindakan satu arah merupakan komunikasi yang menginformasikan penyampaian pesan searah dari seseorang kepada seseorang baik itu secara langsung atau tatap muka maupun melalui media yang ada seperti koran, majalah, radio, dan televisi.

Komunikasi sebagai interaksi menyatakan bahwa komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya saling bergantian, ketika kita menyampaikan pesan kepada seseorang dan orang tersebut juga bereaksi dengan memberi jawaban, dan kemudian orang yang pertama memberi reaksi lagi setelah menerima respons atau umpan balik dari orang kedua dan begitu juga seterusnya, dalam komunikasi ini lebih ditekankan pada unsur umpan balik atau *feedback*, Umpan balik juga sebenarnya juga merupakan

¹ Dedy Mulyana (2007) "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar". Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. hal. 40

pesan penerima yang disampaikan pada pengirim pertama dan begitu pula seterusnya. Komunikasi sebagai transaksi menyatakan bahwa adanya kesepakatan tentang makna tertentu, kegiatan yang ditandai dengan tindakan, perubahan, pertukaran dan perpindahan.

Terdapat beberapa jenis dari komunikasi termasuk komunikasi yang sangat membantu dalam segala aspek kehidupan sehari-hari seperti salah satunya yaitu komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan sebuah proses komunikasi yang menggunakan media dengan tujuan utama memberikan atau menyebarkan informasi kepada khalayak dalam jumlah besar melalui media modern yang ada seperti surat kabar, radio dan televisi. Dengan beberapa jenis media pada komunikasi massa televisi menjadi sebuah media yang kian berkembang mengikuti teknologi masa kini. Televisi merupakan salah satu media komunikasi massa yang merupakan gabungan antara audio dan visual sehingga menghasilkan sebuah gambar dan suara, isi pesan yang disajikan televisi berupa audiovisual gerak yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi mental, tindakan dan pola pikir setiap masing-masing individu.

Dengan hadirnya televisi sebagai media komunikasi massa membuat segala kebutuhan masyarakat terpenuhi, mulai dari kebutuhan informasi, maupun kebutuhan sebagai media hiburan. Televisi juga merupakan salah satu media yang sangat digemari oleh masyarakat umum khususnya masyarakat Indonesia sendiri, berbagai stasiun televisi yang ada di Indonesia baik itu stasiun televisi nasional maupun televisi lokal terus melakukan perubahan dengan mengembangkan inovasi terbaru dalam setiap siarannya hal ini dilakukan untuk dapat menarik perhatian para penontonnya. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Perusahaan riset Nielsen jumlah penonton televisi baik analog maupun digital pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 70 persen, dengan kisaran angka

yang semula 58,9 juta menjadi 96 juta penonton hingga bulan Juli 2022.² Hal tersebut menunjukkan minat masyarakat pada tayangan televisi masih tergolong tinggi.

Seiring perkembangan teknologi yang semakin maju membuat segala sesuatu mudah didapatkan, salah satunya kehadiran internet yang masuk di kehidupan manusia tentunya membawa banyak perubahan, Internet merupakan sebuah jaringan yang saling terhubung di seluruh penjuru dunia, hal ini membuat internet semakin dikenal di berbagai lapisan masyarakat dan saat ini internet menjadi salah satu sarana komunikasi yang di gunakan untuk mencari berbagai informasi yang ada diseluruh penjuru dunia tak terkecuali di Indonesia. Menurut data yang disampaikan oleh Ketua Umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Muhammad Arif, saat ini kurang lebih 77 persen penduduk Indonesia sudah menggunakan internet.³ Pertumbuhan ini dipengaruhi juga oleh datangnya masa pandemic ke Indonesia yang mengubah pola hidup masyarakat menjadi serba daring. Penambahan terjadi kurang lebih mencapai pada angka 35 juta pengguna yaitu dari angka sebelum pandemi yang berkisar 175 pengguna meningkat menjadi 210 juta pengguna.

Namun dengan paparan jumlah angka diatas televisi juga memanfaatkan gebrakan baru dimana menggunakan teknologi media baru dalam proses produksinya. Dengan

² Ulfa Jainita “Riset Nielsen tunjukkan kenaikan jumlah penonton TV Indonesia” (<https://www.antaraneews.com/berita/3010785/riset-nielsen-tunjukkan-kenaikan-jumlah-penonton-tv-indonesia#mobile-src>) diakses pada tanggal 12 Mei 2022

³ Intan Rakhmayanti Dewi “Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?” (<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022#:~:text=Sedangkan%20data%20terbaru%20APJII%2C%20tahun,Indonesia%20mencapai%20sekitar%2010%20juta.>) diakses pada tanggal 12 Mei 2022.

hadirnya internet yang membuat perubahan dalam media massa yang dimana media lama menjadi media baru dinamakan dengan *new media*, *new media* merupakan sebuah penggabungan dari media lama seperti surat kabar atau majalah yang semula hanya berupa tulisan dan di cetak menggunakan kertas, radio yang hanya menghasilkan suara, dan televisi merupakan gabungan antara audio dan visual. Dengan kehadiran internet membuat *new media* di gabungkan menjadi satu. *New media* merupakan sebuah sarana untuk menyampaikan pesan atau sebuah informasi kepada khalayak dalam jumlah yang luas dengan menggunakan sebuah teknologi digital, tanpa disadari masyarakat saat ini pun menggunakan perkembangan *new media* untuk memberikan, mengakses, dan menyebarkan informasi yang ada dan dari new media pula kita dapat mengetahui berbagai informasi yang ada diseluruh penjuru dunia.

Maka dari perkembangan teknologi itulah muncul sebutan untuk media yang berbasis daring atau *online*. Media *online* juga termasuk dalam jurnalistik *online* atau yang lebih di kenal dengan *cyber journalism*. Jurnalistik *online* merupakan sebuah informasi fakta yang ada dilapangan atau bisa dikatakan bahwa informasi yang di distribusikan melalui internet, seperti *website*, radio online, televisi *streaming* atau televisi *online* dan yang lain sebagainya, Saat ini *website* banyak dimanfaatkan oleh stasiun televisi sebagai media online untuk membantu mempublikasikan karya-karya, program siaran dan juga sebagai wadah informasi.

Dengan hadirnya teknologi internet, membuat beberapa media komunikasi massa mencoba beradaptasi dengan beragam teknologi baru tak terkecuali pada media penyiaran televisi. Media penyiaran televisi juga mengalami berbagai perubahan mulai dari penggunaan sinyal analog hingga penggunaan yang kian marak pada saat ini yaitu televisi

digital. Namun dari kedua jenis televisi tersebut, muncul teknologi yang kian canggih sehingga pada penonton ataupun audien dapat memilih program-program yang sesuai dengan pilihan masing-masing. Hadirnya televisi yang berbasis internet menjadi pilihan berbagai kalangan masyarakat pada saat ini karena dinilai mempunyai efektivitas yang tinggi. Para penonton televisi yang berbasis internet lebih cenderung pada audien yang memiliki kesibukan tinggi pada kesehariannya hal ini ditunjukkan dengan beberapa golongan anak muda yang tidak sempat menonton televisi karena kesibukan dan kehidupan sosialnya. Televisi yang berbasis internet menawarkan beberapa konten-konten yang terkonsep, tidak statis dan dapat diakses kapan saja selagi terkoneksi dengan internet. Bahkan dengan hadirnya teknologi televisi internet, banyak perusahaan penyiaran media televisi yang berbondong-bondong menginvestasikan tayangan atau produksi-produksi tayangan televisinya dalam berbentuk aplikasi maupun *website* daring. Seperti dengan hadirnya website Vidio.com, RCTI+, Netverse, UseeTV Go dan media televisi internet yang berbasis daring lainnya.

Hal tersebut bukan hanya berlaku atau dilakukan oleh stasiun atau media penyiaran televisi swasta saja, media penyiaran yang berbasis kedaerahan atau milik pemerintah juga banyak merambah atau beralih ke teknologi televisi berbasis internet atau yang biasa kita sebut dengan teknologi *streaming*. Seperti salah satu media penyiaran yang akan di teliti dalam penelitian ini yaitu pada Jogja Istimewa Televisi. Jogja Istimewa Televisi merupakan salah satu stasiun televisi streaming lokal yang memanfaatkan media online berbasis website sebagai sarana media informasi dan sarana penyebaran informasi pemerintah. Jogja Istimewa Televisi atau yang lebih di kenal JI Tv. Media tersebut menjadikan media online berbasis televisi streaming sebagai sarana menyebarkan

informasi yang berkaitan dengan segala informasi di lingkungan pemda DIY, Pariwisata, Kebudayaan, Kesenian dan yang lainnya untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat khususnya masyarakat DIY.

Berita atau informasi yang di sajikan biasanya dipublikasikan atau di siarkan melalui website resmi milik pemerintah ataupun melalui media lainnya. Televisi streaming yang dapat diakses melalui <http://jitv.jogjaprov.go.id/> yang merupakan website resmi milik pemerintah dan juga dapat di akses melalui youtube JI Tv. Jogja Istimewa Televisi merupakan satu-satunya televisi lokal milik pemda daerah yang menggunakan fitur live streaming dan juga televisi streaming dalam mempublikasikan atau menyiarkan berita terkait seluruh kegiatan seputar pemda DIY melalui *website* dan *youtube* resmi milik pemerintah namun JI Tv masih terbilang baru dan belum dikenal oleh masyarakat luas, sehingga JI Tv harus mampu bersaing dengan stasiun televisi yang lebih besar. Oleh karena itu di perlukan manajemen komunikasi yang baik pada sebuah instansi agar mampu bertahan dan mampu mencapai tujuan dari instansi tersebut. Manajemen komunikasi sangat di perlukan di dalam sebuah instansi.

Manajemen merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan, sebuah instansi tentunya memiliki sebuah tujuan awal untuk mengembangkan instansinya. Sebuah manajemen yang dilakukan pada sebuah media massa sangat dibutuhkan dalam menciptakan atau menghasilkan berita atau produk hiburan. Dengan penerapan manajemen media massa pada sebuah media juga dapat dijadikan metode untuk mengetahui bagaimana animo masyarakat dalam keingintahuan untuk mengetahui informasi. Dalam prosesnya terdapat beberapa tahapan seperti teori manajemen media massa George Robert Terry menyebutkan ada beberapa fungsi dasar manajemen

komunikasi agar proses manajemen komunikasi berjalan dengan efektif diantaranya perencanaan atau *planning*, pengorganisasian atau *organizing*, pengarahan atau *actuating* dan fungsi yang terakhir yaitu pengawasan atau *controlling*.

Seorang manajer atau kepala instansi harus mampu menjalankan tugasnya dengan baik, manajemen komunikasi dapat berjalan dengan baik dan efektif apabila tujuan dari sebuah instansi berjalan dengan baik dan efektif. Hadirnya komunikasi di dalam sebuah instansi sangat berperan penting, adanya komunikasi yang baik maka akan terlaksana pula manajemen komunikasi yang baik pula. Oleh karena itu komunikasi sangatlah penting termasuk dalam kegiatan pengembangan program-program pemerintah terutama program yang akan dilakukan oleh Jogja istimewa televisi sebagai media informasi dan komunikasi masyarakat Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah di uraikan di atas adapun rumusan masalah yang akan di angkat yaitu Bagaimana Manajemen Komunikasi Pada Jogja Istimewa Televisi Dalam Meningkatkan Televisi Internet?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana Manajemen Komunikasi pada Jogja Istimewa Televisi Dalam Meningkatkan Televisi Internet
2. Untuk mengetahui apakah fungsi manajemen komunikasi berjalan dengan baik.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan dilakukan dari penelitian ini yaitu:

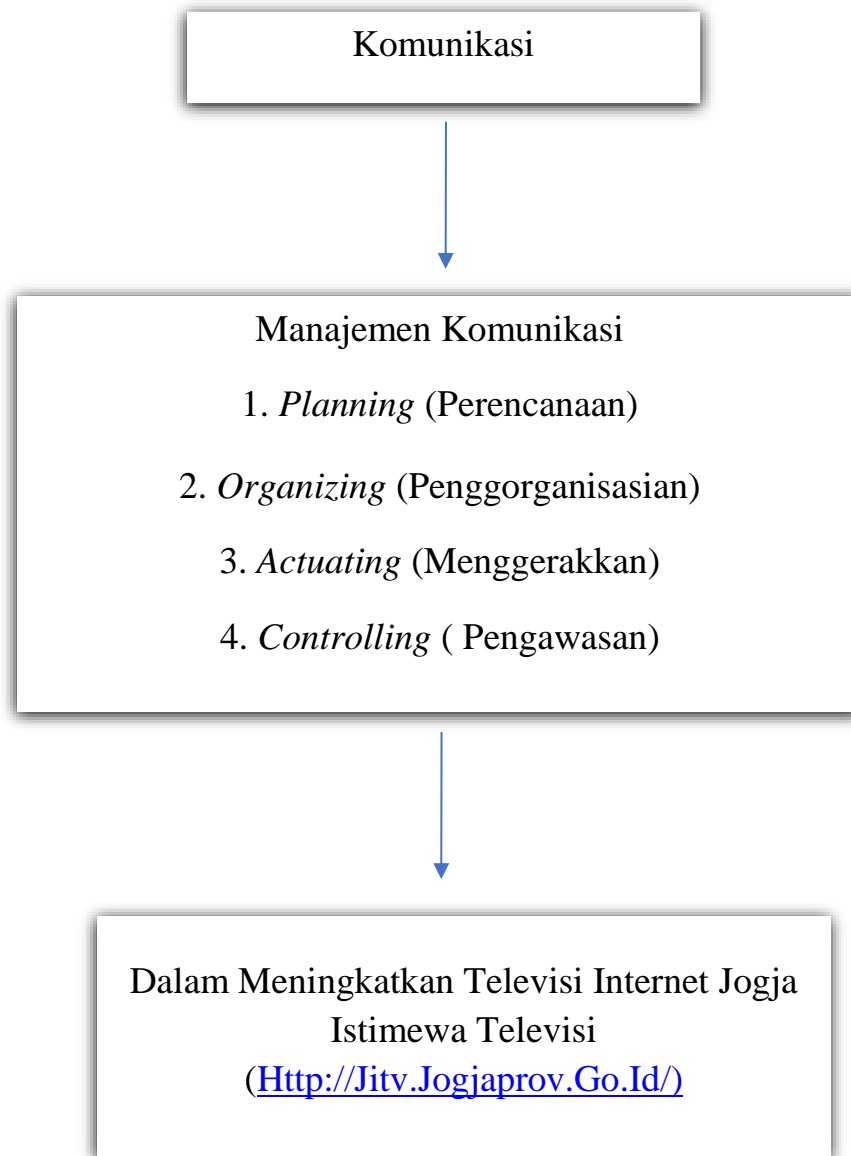
1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap melalui penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan yang dapat diterapkan oleh para pembaca dan hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi peneliti sendiri dan menjadi ilmu pengetahuan yang dapat di terapkan sebagai proses praktik sebenarnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberi wawasan kepada para pembaca dan juga memberi manfaat serta memberikan pemahaman untuk pembaca berkaitan manajemen komunikasi.

E. Kerangka Konsep



F. Definisi Operasional

Dalam suatu penelitian terdapat batasan-batasan operasional terhadap variabel-variabel dalam penelitian. Adanya definisi operasional juga untuk menghindari perbedaan penafsiran setiap elemen yang terdapat dalam penelitian ini. Sesuai dengan judul penelitian ini “Studi Kualitatif Manajemen Komunikasi Pada Jogja Istimewa Televisi Dalam Meningkatkan Televisi Internet”. Adapun definisi yang akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Komunikasi

Komunikasi adalah sebuah proses interaksi antar manusia atau individu, bisa dikatakan bahwa komunikasi merupakan hubungan antara manusia dengan manusia dan juga manusia dengan lingkungannya. Ketika dua orang yang saling berinteraksi dapat mempengaruhi ⁴gagasan, opini, kepercayaan dan sikap antar individu. Proses terjadinya sebuah komunikasi ketika dua orang individu saling berinteraksi secara terus menerus, proses yang berlangsung secara terus menerus ini akan terjadi sebuah pertukaran sebuah informasi, kedua individu akan saling tukar menukar informasi melalui komunikasi yang ada, Komunikasi yang terjalin dapat berupa percakapan atau berbicara, gerakan badan, tanda, lambing dan juga ekspresi manusia dan kemudian dari sana akan memperoleh sebuah informasi untuk membangun interaksi sosial.

⁴ Dedy Mulyana (2007) *“Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. hal. 46

2. Manajemen Komunikasi

Manajemen komunikasi merupakan sebuah studi yang menggabungkan pengertian manajemen dan komunikasi yang dimana di dalamnya terdapat proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dalam menjalankan tugas-tugasnya nya.⁵Manajemen juga sering diartikan sebagai seni untuk melaksanakan sebuah pekerjaan melalui organisasi, manajemen sangat di butuhkan didalam sebuah instansi atau sebuah organisasi, dalam sebuah instansi seorang manajer berperan penting dalam menjalankan proses manajemen yang ada dengan membuat tujuan dari berdirinya sebuah organisasi dan juga membuat perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dalam menjalankan instansinya dan juga dapat memimpin instansinya untuk mencapai tujuan yang telah dibuat.

Manajemen komunikasi komunikasi merupakan tanggung jawab tertinggi dari pengambilan keputusan yang diambil oleh seorang manager dalam sebuah organisasi atau instansi. ⁶Menurut George R terry ada beberapa fungsi dasar manajemen komunikasi agar proses manajemen komunikasi berjalan dengan baik dengan efektif:

⁵ Dita Amanah (2013) "*Pengantar Manajemen. Citapustaka Media Perintis*". Bandung: Citapustaka Perintis. hal 352

⁶ George R Terry, Leslie W Rue (1992) "*Dasar-dasar Manajemen*". Jakarta: PT Bumi Aksara, hal. 10.

1. *Planning* (Perencanaan)

Planning atau perencanaan merupakan sebuah proses penentuan sebuah keputusan untuk waktu mendatang, *Planning* diperlukan di dalam manajemen komunikasi agar sebuah organisasi atau instansi dapat berjalan secara terstruktur dan sistematis. Dalam penelitian ini fungsi perencanaan menyangkut tentang perencanaan dalam manajerial instansi, perencanaan proses produksi program acara dan perencanaan distribusi konten.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Organizing atau pengorganisasian merupakan sebuah aturan yang harus diterapkan di dalam sebuah pekerjaan, aturan yang diterapkan menjadikan pekerjaan yang dijalankan dapat menjadi efektif dan terciptanya efisiensi dalam bekerja hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan dari instansi yang telah dibuat. Dalam penelitian ini fungsi pengorganisasian menyangkut tentang pengorganisasian dalam manajerial instansi, pengorganisasian produksi program acara dan pengorganisasian distribusi konten.

3. *Actuating* (Pengarahan)

Actuating atau pengarahan merupakan proses mengarahkan atau mengkoordinasikan setiap anggota karyawan agar para karyawan dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan efektif. Dalam penelitian ini fungsi pengarahan menyangkut tentang proses pengarahan dan pelaksanaan dalam manajerial instansi, pengarahan dan pelaksanaan produksi program acara serta pengarahan dan pelaksanaan dalam distribusi konten.

4. *Controlling* (Pengawasan)

Controlling atau pengawasan merupakan proses mengecek atau mengoreksi setiap kegiatan dan pekerjaan yang telah dilakukan, mengoreksi apakah kegiatan yang telah dilakukan memiliki kekeliruan atau penyimpangan ketika menjalankannya. Dalam penelitian ini pengawasan menyangkut tentang pengawasan secara manajerial instansi, pengawasan produksi, dan pengawasan dalam distribusi konten.

⁷Stonner menyatakan bahwa manajemen komunikasi merupakan sebuah seni dalam menjalankan pekerjaan melalui orang lain atau bisa dikatakan pekerjaan dapat diselesaikan melalui bantuan dari orang lain. Sebuah proses yang sistematis antara anggota organisasi dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan melalui proses negosiasi untuk mencapai tujuan tertentu.

Seorang manajer diharapkan dapat melakukan inovasi pembaruan dalam organisasi dalam melaksanakan fungsi manajemen nya misalnya dalam proses perencanaan, pengorganisasian, penyusunan staf, pengarahan, pengawasan bahkan sampai pada tahap evaluasi, hal ini dilakukan untuk mencapai komunikasi secara terbuka sehingga menciptakan karyawan untuk saling berkomunikasi, jujur dan terstruktur dan dapat mencapai sebuah tujuan yang telah di buat.

⁷ James A.F Stoner (1989) "*Manajemen*". Jakarta: Erlangga hal 7

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. ⁸Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha menggambarkan secara naratif dengan menggunakan kata-kata dan tulisan secara terstruktur dengan pendukung penelitian dapat berupa foto, video, dan dokumen. Dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yang dimana akan dipakai untuk memecahkan masalah dan mendeskripsikan manajemen komunikasi pada Jogja Istimewa Televisi, dan pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan studi ilmu komunikasi yang memfokuskan pada manajemen komunikasi pada Jogja Istimewa Televisi.

2. Subjek dan Obyek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Kepala Jogja Istimewa Televisi dan Karyawan Jogja Istimewa Televisi, Agung Widhiono sebagai Kepala Jogja Istimewa Televisi, Jimmi Mahardika sebagai Eksekutif Produser Jogja Istimewa Televisi, dan Anggit Nugroho, Rony Ramadhan serta Ghalif Putra Sadewa sebagai Karyawan Jogja Istimewa Televisi.

Sedangkan Obyek dari penelitian ini adalah Jogja Istimewa Televisi yang merupakan stasiun televisi lokal pemda DIY yang dikelola oleh Dinas Komunasi dan Informatika (Diskominfo) daerah istimewa Yogyakarta. Alasan mengambil penelitian ini karena Jogja Istimewa Televisi merupakan salah satu televisi lokal yang dimiliki kota Yogyakarta yang sudah menggunakan new media untuk menyebarkan informasi kepada khalayak dan akun *youtube* Jogja Istimewa Televisi memiliki 4.58K *subscribers* dan Jogja Istimewa Televisi merupakan televisi lokal berbasis streaming.

3. Sumber Data

Sumber data menurut ⁹Bungin merupakan suatu bahan suatu objek yang dapat diperoleh dari lokasi penelitian yang akan dilakukan, hal ini berkaitan dari data-data yang akan kita peroleh ketika melakukan suatu proses penelitian, Oleh sebab itu dari penelitian yang akan dilakukan sumber data yang dimiliki adalah Jogja Istimewa Televisi. Dalam hal ini sumber data memiliki 2 jenis yaitu :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah kepala pengelola Jogja Istimewa Televisi dan karyawan Jogja Istimewa Televisi dengan melakukan teknik wawancara dan observasi dengan narasumber yang ada.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini merupakan akun sosial media @jogjaistimewatv yang merupakan akun resmi JI Tv yang memiliki informasi seputar kegiatan pemerintahan DIY.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu metode atau cara yang dipakai untuk mendapatkan data dari suatu penelitian yang sedang diteliti, seperti dalam penelitian ini akan menggunakan metode pengumpulan data yang berupa:

⁸ Imam Gunawan (2013) "*Metode Penelitian Kualitatif*". Jakarta: Bumi Aksara, hal 42

⁹ Burhan Bungin (2007) "*Metodologi Penelitian Kualitatif*". Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal 75

1. Wawancara

Dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, wawancara merupakan sebuah percakapan antara 2 orang, yang satu sebagai pewawancara atau interview yang mengajukan setiap pertanyaan terkait hal yang ingin di tanyakan, dan yang satu sebagai seorang narasumber sebagai sumber informasi yang ada. Dalam penelitian ini peneliti akan mewawancarai Kepala pengelola Jogja Istimewa Televisi sebagai sumber informasi guna dapat menjawab penelitian yang sedang diangkat.

2. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan mengamati dan melihat fenomena atau sebuah kejadian secara langsung yang terjadi dilapangan, Observasi memudahkan peneliti untuk mendapatkan data dan informasi yang jelas dan tepat. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti melakukan terjun langsung ke lapangan untuk melakukan observasi guna mendapatkan informasi yang jelas.

3. Dokumen

Metode ini merupakan tahapan akhir dari Teknik pengumpulan data dengan data berupa dokumen sebuah catatan atau transkrip.¹⁰Dokumen dapat berbentuk tulisan seperti catatan harian, cerita, biografi atau yang lain sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti melakukan kegiatan dokumentasi guna memperoleh data dan informasi untuk menjawab penelitian yang sedang di teliti.

¹⁰ Arikunto Suharsimi (2001). "Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan". Jakarta: Bumi Aksara), hal 510.

H. Teknik Analisa Data

Analisa data menurut ¹¹Miles dan Huberman adalah kegiatan merupakan upaya analisis data yang berlanjut, berulang dan terus menerus. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan 3 tahapan :

A. Reduksi Data

Merupakan suatu kegiatan proses pengumpulan data dengan cara merangkum, memilih, hal pokok dengan memfokuskan hal terpenting dalam penelitian, hal ini dilakukan agar lebih jelas dan memudahkan proses pengumpulan data.

B. Penyajian Data

Setelah reduksi data tahapan selanjutnya yakni penyajian data. Penyajian data merupakan sekumpulan data-data yang telah dikumpulkan atau yang telah di reduksi oleh peneliti, kemudian disajikan dengan kalimat yang mudah dipahami untuk meningkatkan pemahaman terhadap kasus yang diangkat.

C. Penarikan Kesimpulan

Merupakan tahapan terakhir dalam proses analisis data, yang dimana kegiatan penarikan kesimpulan merupakan sebuah hasil data yang telah tersusun berkaitan dengan hasil dan yang telah menjawab proses dari penelitian, kesimpulan yang disajikan secara deskriptif objek yang berpedoman pada rumusan masalah dari sebuah penelitian.

¹¹ Imam Gunawan (2013) “Metode Penelitian Kualitatif” Jakarta: Bumi Aksara, 2013 Metode Penelitian Kualitatif hal 45

