

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Dalam sosial media, berbagi dan merespon telah menjadi kebiasaan yang umum. satu individu dan individu lainnya diikat melalui hubungan virtual. Tidak ada relasi yang terjadi diantara pengguna tersebut, selain sebagai saluran data dan informasi.¹ Kehadiran sosial media ini tentunya menjadi bentuk baru dalam aktivitas sehari – hari. Masyarakat dapat berpartisipasi langsung dan *sharing* informasi dengan pihak – pihak yang mereka percaya, seperti teman, keluarga atau siapapun yang memiliki kesamaan identitas, baik itu identitas bersifat abstrak maupun bersifat geografis.² Oleh karena itu banyak masyarakat yang memafaatkan sosial media sebagai sarana untuk berbagai informasi baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, masyarakat ataupun ikatan kedaerahan.

Kehadiran sosial media telah mengubah banyak aspek kehidupan masyarakat. Salah satu aspek yang berubah adalah; saat ini masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi dengan kurun waktu beberapa detik saja. Setiap pengguna diinternet memiliki kesamaan wilayah yang berbeda – beda dan dihubungkan secara elektronik. Salah satu contohnya adalah ‘grup *facebook*’.Setiap pengguna sosial media memiliki prosedur, struktur dan kesempatan yang sama dalam menggunakan ruang publik tersebut. Pengguna

¹ Nasrullah,Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 109

² Wahyuni, Hermin Indah. 2013. *Kebijakan Media baru di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjaja Mada University press.hlm 72

yang diangkat menjadi administrator bukan berarti sebagai pemimpin mutlak yang sebagaimana di dunia nyata.

Facebook merupakan sosial media yang memiliki beragam jenis grup, mulai dari grup yang berkonotasi negatif hingga berkonotasi positif. Pengguna *facebook* bergabung dengan grup untuk mendapatkan informasi dan diskusi yang spesifik tentang suatu topik tertentu. Biasanya, grup tersebut memiliki aturan yang telah ditetapkan oleh admin. Administrator bekerja untuk memastikan bahwa informasi atau konten yang disebar sesuai dengan kepentingan grup.³ Tetapi, dengan ditetapkannya seperangkat aturan oleh admin bukan berarti semua informasi yang beredar di grup tersebut mampu lolos uji verifikasi, khususnya dalam pengujian berdasarkan standar jurnalistik. Salah satu jenis grup yang masih memenuhi kualitas media persebaran informasi dan wadah *citizen journalism* adalah grup *sharing* peristiwa geografis.

Citizen Journalism adalah kegiatan jurnalistik dilakukan oleh non-profesional yang tidak terikat dengan organisasi media dan ditulis/dilaporkan dari sudut pandang sebagai warga, anggota masyarakat, aktifis ataupun fans.⁴ Kemudahan yang ditawarkan sosial media meningkatkan paparan masyarakat terhadap informasi yang produksi oleh *citizen journalism* di sosial media. *Citizen journalism* marak dengan adanya era globalisasi seperti sekarang ini apalagi dengan mudahnya masyarakat merekamnya melalui media seperti salah satunya

³ Nasrullah Rulli. *Op.cit.2015*. hlm.110

⁴ Atton, Chris. 2009. "*Alternative and Citizen Journalism*" dalam Karin Wahl-Jorgensen dan Thomas Hanitzsch *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge. Hlm.265

telepon genggam atau telepon pintar dan kemudian diunggah ke berbagai media yang dalam bentuk baik berupa tulisan, foto dan video.

Membuat sebuah grup sesuai dengan latar belakang dan minat yang sama misalnya akan lebih memudahkan pengguna berbagi pengalaman dan informasi dengan lebih cepat dan tepat. Disini salah satu contohnya adalah grup *facebook* “Wajah Batam” yang dibentuk dengan tujuan salah satunya untuk saling bertukar informasi khususnya informasi yang terjadi di wilayah kota Batam. Di dalamnya para anggota grup tersebut berbagi berbagai macam berita dan informasi seperti informasi kecelakaan, kehilangan, event lokal, pariwisata, kebijakan pemerintah, informasi lalu lintas, serta informasi bencana alam.

Penulis tertarik untuk meneliti sebuah grup di sebuah *facebook* yaitu grup Wajah Batam yang memberikan wadah informasi kepada masyarakat Batam. Grup *facebook* Wajah Batam memberikan akses yang bebas kepada masyarakat yang tergabung dalam grup untuk memberikan informasi sebanyak –banyaknya tentang wilayah Batam dan tentu dengan informasi yang dapat dipertanggung jawabkan. Grup ini sama seperti grup *facebook* pada umumnya yaitu memberikan informasi kepada anggota grup di dalamnya. Informasi dengan hitungan menit bahkan hitungan detik sangat mudah dikonsumsi oleh masyarakat. Sebagai sebuah akun grup *facebook*, Wajah Batam telah memenuhi akan kebutuhan informasi di wilayah kota Batam, bahkan menjadi salah satu sumber informasi yang paling digandrungi oleh masyarakat.

Hal yang menarik dari Wajah Batam yang di ikuti 503.552 ribu anggota adalah keterlibatan masyarakat Batam yang begitu antusias. Pembentukan awal grup *facebook* Wajah Batam mendapatkan apresiasi oleh masyarakat Batam, dilihat dari dukungan masyarakat yang langsung bergabung di dalam grup *facebook* Wajah Batam. Aktivitas pertukaran informasi di grup *facebook* Wajah Batam sangat padat dengan jumlah anggota grup 503. 552 sehingga terjadi antrian postingan informasi yang akan di unggah di dinding grup. Dengan jumlah anggota grup yang banyak maka informasi yang ingin di posting semakin banyak pula, dengan satu kejadian saja anggota grup akan berlomba –lomba memposting kejadian tersebut sehingga sering terjadi berita yang *double*. Bentuk postingan dan waktu yang sama akan dilakukan penyortiran oleh admin dengan standar yang diberlakukan grup *facebook* Wajah Batam. sehingga informasi yang dikonsumsi masyarakat tidak membingungkan. Di sini dapat kita lihat bahwa grup *facebook* Wajah Batam memberikan dampak yang positif bagi kota Batam, karena masyarakat telah memanfaatkan teknologi yang ada untuk kegiatan positif, dengan hadirnya Wajah Batam masyarakat Batam dan pemerintah sangat mendukung dan mengapresiasi serta merasa terbantu dengan kinerja grup *facebook* Wajah Batam.

Berdasarkan dari latar belakang tingkat kesadaran admin dalam memberlakukan sistem penyaringan informasi yang di unggah oleh anggota grup *facebook* Wajah Batammemang masih terlihat kurang diberlakukan sistem pengaturan penyaringan yang ketat terhadap semua postingan. Masih berlakunya perlakuan khusus terhadap postingan informasi kecelakaan yang menampilkan

tubuh korban secara eksplisit dan vulgar yang lolos dari sistem penyaringan admin grup facebook Wajah Batam. Semua postingan yang masuk dalam halaman grup wajib dilakukan penyaringan terlebih dahulu oleh admin yang berfungsi sebagai *gate keeper* media massa sehingga pada kasus ini peneliti ingin memaparkan bagaimana penerapan fungsi *gate keeper* oleh admin grup facebook Wajah Batam terhadap postingan yang diposting oleh anggota grup facebook Wajah Batam. Penelitian dilakukan selama 2 bulan yaitu bulan September sampai bulan Oktober 2018, karena kebutuhan data postingan bulan september kurang memenuhi kebutuhan penelitian oleh sebab itu penelitian dilakukan selama bulan september – oktober 2018. Maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian dengan judul *Online Citizen Journalism (Studi Kualitatif Tentang Penerapan Fungsi Gate Keeper pada Konten Berita di Grup Facebook Wajah Batam pada bulan September -Oktober 2018)*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana konten berita *citizen journalism* di grup *facebook* Wajah Batam pada bulan September - Oktober 2018?
2. Bagaimana penerapan fungsi *gate keeper* admin grup *facebook* Wajah Batam terhadap postingan anggota grup *facebook* Wajah Batam Batam pada bulan September - Oktober 2018?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana konten postingan yang disajikan oleh *citizen journalism* di grup facebook Wajah Batam pada bulan September - Oktober 2018.
2. Untuk mengetahui penerapan fungsi *gate keeper* admin grup facebook Wajah Batam pada konten berita di grup facebook Wajah Batam pada bulan September - Oktober 2018.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam hal penerapan fungsi *gate keeper* di sosial media terkhusus di grup facebook Wajah Batam.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian dapat memberikan informasi tentang penerapan fungsi *gate keeper* di sosial media terkhusus grup facebook Wajah Batam.

a. Manfaat Bagi Masyarakat

Hasil penelitian memberikan wawasan dan informasi kepada masyarakat kota Batam khususnya yang sudah bergabung maupun yang belum tergabung dalam grup facebook Wajah Batam untuk berperan turut andil dalam tahap pembuatan kebijakan bersama admin dan pengelola grup serta lebih menentukan kepentingan dalam penggunaan internet (media sosial facebook).

b. Manfaat Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini akan memberikan pengalaman bagi peneliti kedepannya untuk lebih mengetahui fungsi *gate keeper* dalam media massa di era new media, dan akan menjadi wawasan baru terhadap informasi yang akan dipublikasikan di media sosial.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1 Komunikasi Massa

Menurut Bittner komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communcation is messages communicated throught a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut, dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Meskipun komunikasi disampaikan kepada khalayak yang banyak, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.

Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gebner. Menurut Gerbner seperti yang dikutip oleh Rahmat dalam buku Elvinaro “*Mass communication is the tehnologically and institutionally based productionand distribution of the most broadly shared continous flow of messages in industrial sociates*”. (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.⁵Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

⁵ Jalaluddin Rakhmat.2003. *Psikologi Komunikasi*.Bandung: Remaja Rosdakarya. Hlm 25

1.5.2 Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah medium di internet yang memungkinkan pengguna bisa mempresentasikan dirinya baik guna berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial mempunyai batasan dan ciri khusus bila dibandingkan dengan media – media lainnya. Media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Karakteristik media sosial ini dipandang perlu untuk melihat perbedaan dengan media lainnya, yang bisa dipergunakan baik dibidang jurnalisme, hubungan masyarakat, pemasaran dan politik.⁶ Peran masyarakat semakin terbuka lebar dalam mengeluarkan pendapatnya di media sosial aliran komunikasi yang dihasilkan bukan lagi berbentuk linier namun dipegang teguh oleh penggunanya.

Kehadiran internet khususnya media sosial memberikan keleluasaan masyarakat turut andil dalam berkompetisi menyebarkan informasi - informasi atau peristiwa yang terjadi disekitar mereka. Walaupun suatu pihak intitusi media bisa saja menyembunyikan suatu peristiwa, namun sebaliknya melalui internet masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi dari orang lain.⁷

Informasi yang disajikan di media sosial tidak bersifat utuh, artinya setiap pengguna telah disediakan informasi – bisa teks, foto, atau video yang kemudian para pengguna akan diarahkan kepada sumber informasi tersebut berada. Dengan mengetahui bagaimana praktik media sosial, akan diketahui segala kemungkinan

⁶ Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 15

⁷ Nasrullah Rulli. *Op.cit.2015*. hlm.1

yang terjadi didalam media sosial tersebut. bahwa media sosial sangat bergantung pada pengguna dan sejumlah prosedur, berbeda dengan media tradisional yang tidak memerlukan keterlibatan pengguna. keterlibatan aktif pengguna terhadap prosedur tersebut akan menciptakan interaktif antara pengguna satu dengan pengguna lainnya.

Khalayak yang seringkali digunakan untuk menandakan masyarakat di media sosial media baik dalam grup maupun individu. Meskipun khalayak disebut grup atau kelompok namun tidak semua kelompok dapat disebut khalayak, karena yang dapat dikatan khalayak ialah yang memposisikan dirinya dalam mengakses sebuah informasi dan peristiwa. Menjadi khalayak tentu bagian terpenting dalam kegiatan media sosial. kegiatan yang dimaksud ialahh proses menghimpun, memproduksi hingga mendistribusikan informasi dan peristiwa tersebut.

Berdasarkan hubungan antara media sosial dengan Khalayak, terlihat khalayak lebih cenderung aktif dalam membagikan pengalaman atau kesehariannya dengan hubungan sosial yang lain. Hubungan sosial inilah yang menyebabkan khalayak lebih dapat mempunyai kesadaran untuk memilih media yang digunakan. Apa yang disajikan oleh media yang tidak mengadung efek pada khalayak menjadikan khalayak semakin berkuasa memilih dan menentukan media bahkan dalam menciptakan makna pesan yang disampaikan. ⁸

⁸ Nasrullah Rulli. *Op.cit.2015*. hlm. 85 – 87

1.5.3 Media Sosial Facebook

Facebook merupakan media jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk menambah teman, mengirim pesan, dan memperbaharui profil pribadi yang dapat dilihat oleh semua orang.⁹ Penggunaan utama *facebook* mengarah pada bagaimana menjaga hubungan dengan orang – orang di sekitar atau mungkin dengan orang yang sudah lama tidak berjumpa sehingga tetap menjalin komunikasi tanpa batas ruang, jarak dan waktu. Pengelola *facebook* pun juga aktif berinovasi dalam hal pengembangan facebook seperti kemasan tampilan agar pengguna mudah dalam menggunakan, pengaturan privasi dan sebagainya.

Facebook juga menyediakan fitur grup yang dapat dijadikan pengguna untuk bergabung dengan orang yang memiliki tujuan tertentu berdasarkan karakteristik seperti tempat kerja, sekolah, perguruan tinggi, kedaerahaan dan karakteristik lainnya.¹⁰ Pada sebuah grup pengguna bisa mengatur dengan memilih apakah grup tersebut bersikap terbuka atau tertutup. Namun kebanyakan grup disetting tertutup agar tidak diketahui oleh public sehingga tidak semua orang bisa bergabung dan melihat segala informasi yang ada pada grup.

1.5.4 Citizen Journalism

Citizen journalism adalah kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh orang yang tidak terikat dengan institusi media dan ditulis serta dilaporkan dari posisi

⁹ Haase, Anabel Quan-Haase dan Alyson L Young (2010) Uses and Gratifications of Social Media: A comparison of Facebook and Instant Messaging. Bulletin of Science Technology & Society tersedia di <http://bst.sagepub.com/content/30/5/350> (diakses pada 20 November 2018)

¹⁰ Mulkan, Dede et.al. 2011. Teknologi Komunikasi: perpustakaan Digital. Bandung: ARSAD Press. Hlm 53

sebagai warga negara, anggota masyarakat ataupun fans.¹¹ Pemberitaan yang dilakukan oleh warga tidak sponsori oleh negara sebagai pengakuan terhadap 'kewarganegaraan'-nya, tetapi pemberitaan ini dilakukan karena 'ia' sebagai warga negara dan memiliki ciri identitas politisi tersendiri melalui kehidupan sehari-harinya.¹² Bagi masyarakat umum, kegiatan jurnalis dianggap sebagai sesuatu yang jauh. Tetapi, terkadang mereka terjebak dalam situasi/kejadian yang *disturbing*. Meskipun demikian, namun secara tidak sadar mereka tertarik untuk mereportasekan-nya dari sudut pandang saksi mata.¹³

Perkembangan *citizen online journalism* sangat menggiurkan karena memungkinkan masyarakat lebih mempunyai daya akses yang tinggi untuk menyuarkan aspirasi - aspirasinya karena memiliki wadah di media online. Meskipun media massa saat ini berada dalam lingkup negara yang memiliki kebebasan pers, tetapi tetap media massa tersebut memiliki keterbatasan serta lebih bersifat condong kepada suatu kepentingan baik kapital dan politis. Dengan demikian kehadiran *Citizen Journalism* perlu diapresiasi keberadaannya guna memberikan warna baru bagi jurnalistik yang lebih independen, jujur dan berkualitas di dunia media sosial.

Kegiatan jurnalistik *Citizen Journalism* dapat dilakukan dengan lebih sederhana. Tanpa melalui proses meja redaksional namun lebih difokuskan dalam bidang pengemasan dan penyiaran berita (informasi) yang dilakukan tanpa harus

¹¹ Atton, Chris. 2009. "Alternative and Citizen Journalism" dalam Karin Wahl-Jorgensen dan Thomas Hanitzsch *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge. Hlm.265

¹² de Certeau, M. 1984. *The Practice of Everyday Life*. Bekeley: University of California Press. Hlm.75

¹³ Allan, Stuart. 2013. *Citizen Witnessing*. Cambridge: Polity Press. Hlm.1

melalui skema serangkaian standar redaksional. Perbedaan penyajian kemasan berita yang dihasilkan masih menimbulkan masalah berkaitan dengan kode etik jurnalistik membahas mengenai netralitas, *balanced*, *authenticity*, akurasi, *cover both side* serta objektivitas dalam konten yang disuguhkan.¹⁴

1.5.5 Gatekeeper

Istilah *gate keeper* pertama kali dikenalkan oleh Kurt Lewin dalam bukunya *Human Realitions* (1947), seorang ahli psikologi dari Australia. Kata tersebut merupakan istilah yang berasal dari lapangan sosiologi. Didalam komunikasi massa dengan salah satu elemennya adalah informasi, mereka yang bertugas untuk mempengaruhi informasi disebut *gatekeeper*. *Gatekeeper* lah yang memberi izin bagi tersebarnya sebuah berita.

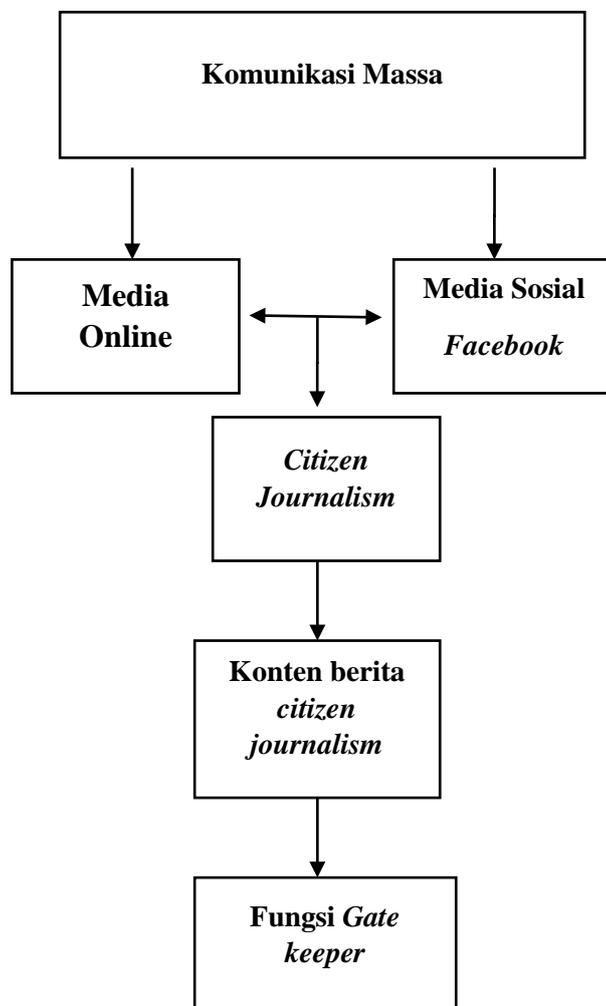
John R. Bitter (1996) mengistilahkan *gatekeeper* sebagai individu-individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam sebuah saluran komunikasi (massa).¹⁵ Disebut sebagai *gatekeeper* ialah orang yang berperan penting dalam media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, dan internet. Dengan demikian mereka yang disebut *gatekeeper* antara lain reporter, editor berita, dan editor film dalam media massa ikut menentukan informasi yang disebar. Semua saluran media massa memiliki *gatekeeper* mereka memainkan peranan dalam beberapa fungsi yakni dapat menghapus pesan atau memodifikasi dan menambah pesan yang akan disebar. Selain itu juga dapat menghentikan sebuah informasi dan tidak membuka “pintu gerbang” bagi keluarnya informasi.

¹⁴ Wahyuni, Hermin Indah.2013.*Kebijakan Media baru di Indonesia*.Yogyakarta: Gadjah Mada University press. Hlm 106

¹⁵ Nurudin.2014.*Pengantar komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.Hlm 119

Fungsi *gatekeeper* adalah untuk mengevaluasi isi media agar media sesuai dengan kebutuhan khalayak dan memiliki wewenang untuk tidak memuat materi yang dianggap meresahkan. Sebagai *gatekeeper*, dalam perencanaan komunikasi tidak diragukan lagi dapat menjalankan beberapa kekuasaan atas proses komunikasi dengan memutuskan informasi apa saja untuk dibuang dan dibiarkan ditayangkan.

1.6 Kerangka Konsep Penelitian



Bagan 1. Kerangka Konsep Penelitian

(sumber : Diolah Oleh Peneliti)

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif di definisikan sebagai sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau manusia yang didasarkan pada penciptaan gambaran lengkap yang dibentuk dengan kata-kata.¹⁶

1.7.2. Jenis Penelitian

Melalui pemaparan tersebut, penulis akan menggunakan pendekatan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang mempelajari masalah – masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi – situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan- kegiatan, sikap- sikap, pandangan- pandangan, serta proses- proses yang sedang berlangsung dan pengaruh- pengaruh dari suatu fenomena. Metode kualitatif yang digunakan adalah Deskriptif kualitatif untuk penelitian ini.

1.7.3. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah tujuh kategori konten berita di grup facebook Wajah Batam selama bulan september – oktober 2018. Subjek penelitian adalah pihak yang bersangkutan dengan forum komunikasi sosial Wajah Batam itu sendiri (admin) dan anggota grup facebook Wajah Batam di Batam pada bulan agustus 2018. Subjek penelitian ini adalah orang yang akan menjadi sumber

¹⁶ Cresswel, John C. 2002. *Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif & Kuantitatif*. Jakarta: KIK Press. Hlm 1

informasi yang dapat memberikan data sesuai dengan masalah yang akan diteliti oleh penulis.

1.7.4 Sumber Data

Sumber data yang akan diperoleh oleh penulis yakni secara primer dan sekunder adapun sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subyek penelitian, dengan ini peneliti akan memperoleh data atau informasi secara langsung dengan menggunakan instrumen yang telah ditetapkan¹⁷. Penulis mendapatkan data dan informasi yaitu dengan cara mengumpulkan data yang didapatkan melalui metode observasi dan wawancara dengan subyek penelitian yaitu pihak yang bersangkutan dengan Forum Komunikasi Sosial Wajah Batam langsung dan anggota grup *facebook* Wajah Batam.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data – data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian. Data yang diperoleh yaitu dari data kepustakaan, dokumentasi, referensi, jurnal serta buku – buku yang bersangkutan dengan masalah yang diteliti oleh penulis.

¹⁷ Purhantara, Wahyu. Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis. Yogyakarta : Graha Ilmu. 2010. Hlm 79

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian untuk mendapatkan data – data yang akan dilakukan oleh penulis adalah Dokumentasi, wawancara dan observasi. Untuk jelasnya akan diuraikan sebagai berikut :

a. Dokumentasi

Dokumentasi diperlukan untuk menambah data dalam mengungkapkan historis dari grup *facebook* Wajah Batam. Dokumentasi juga dapat membantu mengeksplorasi proses dan dinamika yang terjadi di grup *facebook* Wajah Batam. Dokumentasi data dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang didokumentasikan oleh grup *facebook* Wajah Batam.

b. Wawancara (interview)

Wawancara merupakan pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak dari grup *facebook* Wajah Batam. Penulis memilih narasumber yang mengetahui secara komprehensif mengenai grup *facebook* Wajah Batam. Tujuan umum dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam mengenai konten berita di grup Wajah Batam. Untuk mendapatkan informasi mengenai konten berita di grup *facebook* Wajah Batam, maka penulis melakukan wawancara dengan Admin grup Wajah Batam.

c. Observasi

Observasi yaitu pengumpulan mengenai situasi dari obyek penelitian yaitu grup *facebook* Wajah Batam. Tujuan dilakukannya observasi yaitu untuk menyajikan gambaran mengenai realistik keadaan suatu obyek yang diteliti.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif. Dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah penuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu sebagai berikut:

a. Data Reduksi

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya dan mencari bila diperlukan.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowcart* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah di pahami.

c. Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti- bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah

dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.