

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber kekayaan yang melimpah hingga memiliki beragam suku, bahasa serta budaya yang tersebar luas diseluruh daerah. Dari budaya-budaya tersebut memiliki keunikan tersendiri sehingga memiliki nilai-nilai sosial dan seni.

Dengan banyaknya budaya yang dimiliki Indonesia, hal ini tidak membuat budaya tersebut diminati oleh masyarakat. Ketertarikan masyarakat terhadap budaya lokal cenderung kolot, apalagi dengan perkembangan teknologi dan arus globalisasi yang berdampak sangat negatif sehingga menyebabkan hilangnya kecintaan terhadap produk lokal. dalam negeri karena berkembangnya produk luar negeri dan banyak orang terutama para remaja melupakan jati diri keindonesiaannya karena menjalani gaya hidup yang cenderung meniru budaya barat.¹

Menurut Kotler & Keller, orang yang termotivasi siap bertindak. Bagaimana ia bertindak dipengaruhi oleh pandangannya tentang situasi. Dalam pemasaran, persepsi lebih penting daripada realitas, karena persepsi konsumen mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Persepsi (perception) adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti.² Poin utamanya yaitu persepsi tidak hanya tergantung dalam rangsangan fisik, namun pula dalam interaksi rangsangan terhadap bidang yg mengelilinginya & syarat pada setiap diri kita. Dalam pemasaran persepsi lebih krusial daripada realitas, lantaran persepsi yg mensugesti konduite aktual konsumen. Orang mampu memiliki persepsi tidak selaras mengenai obyek yg sama lantaran 3 proses pemahaman ; atensi selektif, distorsi selektif, & retensi selektif.

Menurut Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang cepat dari indra penerima kita terhadap stimuli dasar

¹ Akbar Desiana. (2015, November 12). *Apa sih penyebab luntarnya Nasionalisme*. Retrieved Maret 2022, from Kaskus.co.id: <https://kask.us/h9tgU>

² Philip Kotler, K.L. (2009). *Marketing Management* (p.179-180). Pearson Prentice Hall. Retrieved April 2022

seperti cahaya, warna, dan suara.³ Dengan adanya itu semua, persepsi akan timbul. Etta Mamang Sangadji dan Sopiha (2013 : 64) mengatakan persepsi kita dibentuk oleh :

1. Karakteristik yang berasal dari stimuli
2. Adanya hubungan stimuli dengan sekelilingnya
3. Kondisi-kondisi di dalam diri kita sendiri Stimuli adalah setiap bentuk fisik, visual atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu.

Kotler & Keller menyebutkan bahwa budaya (culture) adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang melalui keluarga dan institusi utama lainnya. Pemasar harus benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya disetiap negara untuk memahami cara terbaik memasarkan produk lama mereka dan mencari peluang untuk produk baru.⁴

Menurut Mukerji (1991 dalam Adi:2011:10) budaya populer mengacu pada kepercayaan, praktik, atau objek yang tersebar luas di masyarakat seperti dikatakannya bahwa:

“popular culture refers to the beliefs and practices and objects through which they are organized, that are widely shared among a population. This includes folk beliefs, practices and object generated and political and commercial center”

Hebdige dalam (Subandy, 2011:xxvii) memandang budaya populer sebagai sekumpulan artefak yang ada, seperti film, kaset, acara televisi, alat transportasi, pakaian dan sebagainya. Budaya Pop selalu berubah dan muncul secara unik di berbagai tempat dan waktu.

Semakin canggihnya perkembangan teknologi, masyarakat bisa dengan mudah mengakses berbagai hal yang mereka inginkan. Salah satunya yaitu terkait dengan kebudayaan K-pop yang dimaknai sebagai budaya yang ringan, menyenangkan, trendi, dan disukai oleh banyak masyarakat dan cepat berganti.⁵ K-

³ Sopiha, E. M. (2013). *PERILAKU KONSUMEN Pendekatan praktis disertai Himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: Andi. Retrieved April 2022

⁴ Philip Kotler, K.L. (2009). *Marketing Management* (p.166). Pearson Prentice Hall. Retrieved April 2022

⁵ Storey, J. (2006). Pemakaian terhadap populer culture . In Storey, *Culture Studies dan Kajian Pop* (p. 140). Yogyakarta: Jalasutra: 2010. Retrieved April 2022

Pop memang sedang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia khususnya kalangan remaja. Dengan didukung oleh teknologi yang semakin canggih, penyebaran K-Pop semakin mudah dan cepat menyebar di seluruh dunia termasuk Indonesia.

Gelombang Korea/Korean Wave ini juga dikenal dengan Hallyu yang merupakan istilah buatan penuh dengan makna pengaruh budaya Korea di berbagai negara termasuk Indonesia. Perkembangan K-Pop di Indonesia berawal pada tahun 2009 dan berkembang pesat tahun 2013. Berkembangnya budaya K-Pop di Indonesia dibuktikan dengan munculnya “Asian Fans Club (AFC)” yang dapat diakses pada <http://www.asfansclub.com> yaitu blog Indonesia yang berisi tentang berita dunia hiburan korea. Jika dilihat dari statistik melalui situs *Pangerankalexa.com* dalam Nasution Rizky, Asian Fans Club pengunjung AFC sebagian besar merupakan wanita yang berusia dibawah 25 tahun yang dapat dikategorikan remaja dan bisaanya mengakses internet dari rumah maupun sekolah.⁶

K-pop merupakan budaya seseorang dalam mengagumi idolanya. Dalam hal ini dunia per-Kpop-an tidak hanya menyangkut boy/girl grup saja, namun drama hingga talkshow korea juga banyak diminati oleh kebanyakan remaja pada saat ini. Music merupakan suatu hal yang paling diminati oleh para remaja Indonesia, tak terkecuali music K-pop yang sampai saat ini masih marak diperbincangkan antar sesama remaja dengan fandom yang berbeda.

Awal mulanya drama Korea muncul dan banyak diminati oleh masyarakat diseluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. Drama Korea yang identic dengan kisah percintaan menjadi genre yang paling banyak diminati oleh berbagai kalangan. Hingga saat ini pun drama Korea masih banyak diminati dikarenakan adegan serta alur-alur yang disajikan tidak monoton sehingga masih laku penonton hingga saat ini. Setelah mengarungi masyarakat dengan drama nya, Korea juga menyerbu dunia hiburan dengan music mereka. Munculnya boy/girl grup yang memikat hati banyak orang dengan genre music hip-hop dan ditambah dengan koreografi yang sangat bagus menjadi salah satu ciri khas music korea.

⁶ Rizky Nasution, B. P. (2015, Juni 13). *Budaya Pop Merasuki Indonesia*. Retrieved Maret 15, 2022, from -: <http://nasutionrizky.com/budaya-pop-korea-merasuki-indonesia/>

Pada 8 Mei 2011 untuk pertama dan satu-satunya acara K-Pop ditayangkan di stasiun TV local Indonesiatepatnya di Jakarta O Channel. Dalam acara yang tayang setiap hari Sabtu dan Minggu ini disuguhkan hal-hal yang berbau K-Pop yang memutarakan MV dari berbagai grup idol Korea. Episode perdana dalam acara ini membahas tentang makna “fandom” serta menyebutkan idol koreanya seperti, Super Junior, 2NE1, SHINee, dan masih banyak lagi. Beberapa MV yang ditayangkan dalam siaran ini diantaranya: Love Love Love dari FT Island, Love Like Oxygen dari SHINee, Before U Go dari TVXQ, Wanna dari Kara, dan yang terakhir Perfection dari Super Junior.

Terpantau banyaknya jumlah penggemar idol korea di Indonesia, para penggemar idol Korea ini membentuk sebuah perkumpulan yang sering disebut dengan “fandom”. Fiske, 1992 dalam Komakoma (2005) memberikan pemahaman terkait “fandom”. Menurut Fiske *“Fandom is a feature of popular culture that. Select from a repertoire of mass produced and mass distributed entertainment and takes them into a culture of a self selected fraction of people”*⁷. Menurutnya, fandom adalah sebuah fitur budaya pop yang datang dari sebuah pertunjukan iburan yang diproduksi dan di distribusikan secara massal dan menjadi budaya sebagian kecil orang yang memilihnya.⁸

RCTI merupakan salah satu channel Indonesia yang menayangkan acara music Korea. Pada tanggal 22 September 2012, RCTI menayangkan sebuah konser artis Korea bertajuk SMTown Live World Tour III tahun 2012 di Stadion Gelora Bung Karno Jakarta yang merupakan konser tur dari agensi SM Entertainment yang menaungi idol BoA, Kangta, TVXQ, Super Junior, Girls Generation, SHINee, EXO, dan f(x) dan menghabiskan lebih dari 50.000 tiket konser yang terjual.⁹

Begitu besarnya antusias penggemar K-Pop di Indonesia sehingga pada tanggal 13 Maret 2022 lalu diadakan konser online di 3 kota besar Indonesia yaitu Jakarta, Bandung dan Surabaya yang bertempat di Studio bioskop CGV. Konser ini diadakan oleh pihak agensi HYBE yang menaungi idol BTS. Terlihat dari unggahan fanbase BTS di Instagram, belum sampai satu menit tiket konser sudah soldout .

⁷ Fiske, J. (2014). *The Cultural Economy of Fandom*. Retrieved April 2022

⁸ Shihab, M. (2013). Korean Wave dan Dampaknya Terhadap Remaja: Studi Kasus Super Junior ELF Indonesia di Jakarta. *Tesis pada Universitas Mercubuana Jakarta*, 10

⁹ <http://www.koreaindo.net/2012/08/konser-smtown-live-world-tour-iii-di.html> diakses pada tanggal 19 Maret 2022

Namun kebanyakan yang membeli tiket adalah calo-calo yang bekerjasama dengan pihak yang terkait. Tiket yang dibeli oleh calo tersebut akan dijual kepada army selaku panggilan untuk untuk fandom BTS dengan harga yang tinggi sehingga memperoleh keuntungan.

Dapat dilihat dari uraian diatas bahwa penggemar K-Pop sangat banyak di Indonesia. Bukan hanya BTS, idol EXO, Blackpink, Enhyphen, Astro, Wanna One, NCT, GOT7, Seventeen dan masih banyak idol yang dikagumi masyarakat Indonesia. Sasaran utama para agensi yang menaungi setiap idol mereka yaitu untuk penjualan album dan meaikan omset pemasukan agensi yang dimana album tersebut diminati oleh penggemar yang kebanyakan masih dikategorikan remaja. Dengan masuknya budaya K-pop ke Indonesia, sikap fanatic remaja terhadap idol mereka juga semakin besar. Merka rela melakukan suatu hal yang berkaitan dengan bisa ido; K-pop tersebut. Bisa merupakan seseorang yang dijadikan idola dalam suatu boyband/girlband Korea yang menjadi ikon utama dalam grup tersebut.

Dapat dilihat dengan semakin berkembangnya budaya luar yang masuk ke Indonesia mendapat antusias lebih dari para penggemar sehingga budaya Indoneisa sedikit-sedikit semakin dilupakan. Semua budaya yang dimiliki oleh beragai negara punya dampak yang berbeda, terdapat dampak positif dan negatif bagi masyarakat yang mengenalnya, begitupun pengaruh budaya K-pop yang membuat remaja Indonesia terobsesi dan mengandrungi hal-hal yang berbau korea. Selain itu dampak dari masuknya K-pop ke Indonesia adalah sering terjadinya *Fanwar* yang dimana setiap fandom beradu argumen di sosial media mereka masing-masing demi membela idol favorite mereka. Bisaanya fanwar sering terjadi karena kesalahpahaman antar fandom, seperti non K-pop menuduh K-popers tidak mencintai produk local karna lebih memilih idol/boy/girl grup Korea ketimbang Indonesia. Selain itu para K-popers juga pernah menuduh salah satu boyband Indonesia yaitu SMASH meniru gaya serta konsep Idol Korea sehingga fanwar semakin memanas.

BTS merupakan idol yang saat ini sedang diperbincangkan di kancah dunia karna prestasi yang sangat memukau. Tidak hanya untuk negara nya sendiri, melainkan untuk beberapa negara yang menjali kerja sama dengan Korea Selatan. Prestasi yang ditoreh oleh Idol Grup ini mendapat sambutan positif bagi para penggemarnya. Selain ketampanan masing-masing member lagu-lagu mereka pun

sangat memotivasi para penggemar mereka. Tidak hanya dibidang music, mereka juga menoreh prestasi dibidang pendidikan masing-masing sehingga memperkuat pengaruh positif yang mereka tebarkan. Selain BTS, idol grup yang dinaungi oleh SM Entertainment juga tak kalah berpengaruh bagi negara Korea Selatan. EXO juga merupakan salah satu idol Korea Selatan yang membanggakan negaranya. Dapat dilihat dari banyaknya prestasi yang diperoleh hingga penjualan album yang sangat laris setiap mereka comeback.

Budaya Korea baik itu dari segi music, majalah, drama, festival, wawancara dan sebagainya menjadi bukti pemahaman identitas dikalangan kaum muda.

“Budaya yang disediakan oleh pasar hiburan komersial memainkan peran penting. Ia mencerminkan sikap dan sentiment yang telah ada disana, dan pada saat bersamaan menyediakan wilayah yang penuh dengan ekspresi serta sederet symbol dimana symbol tersebut bisa diproyeksikan. Budaya remaja merupakan sebuah perpaduan kontradiktif antara yang autentik dan dimanufaktur: ia adalah area ekspresi diri bagi kaum muda dan padang rumput yang subur bagi provider komersial”¹⁰

Komunitas ARMY dan EXO-L dapat dijadikan sebagai narasumber untuk penelitian ini dikarenakan menurut data dari beberapa situs, fandom yang mengidolakan Idol BTS dan EXO ini termasuk kedalam 5 fandom terbesar dan teroyal. Disetiap comeback nya para idol, mereka rela menghabiskan jutaan rupiah untuk membeli merchandise serta tiket konser. Selain itu fandom ini juga rela datang jauh-jauh dari negara asalnya hanya demi melihat ataupun refreshing ke negara dimana idol nya sedang melaksanakan konser. Power komunitas ARMY dan EXO-L ini tidak perlu diragukan, terlebih saat melakukan vote untuk idolnya. Demi ingin melihat idol nya menang dalam suatu ajang penghargaan, dua fandom ini sangat sering membeli suara bahkan iklan dalam suatu acara agar tidak ada jeda dalam acara tersebut.

¹⁰ Storey, J. (2006). Pemaknaan terhadap populer culture . In Storey, *Culture Studies dan Kajian Pop* (p. 140). Yogyakarta: Jalasutra: 2010. Retrieved April 2022

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dijabarkan, maka di dapat identifikasi masalah sebagai berikut:

- 1.1 Perkembangan Korean Wave yang semakin luas di seluruh dunia, termasuk di Indonesia
- 1.2 Persepsi budaya Korea pada fandom K-Pop terutama pada Komunitas Army dan EXO-L

1.3 Rumusan Masalah

Untuk menghindari lingkup penelitian yang luas maka peneliti menciptakan beberapa restriksi perkara terlebih dahulu buat memudahkan proses penelitian. Adapun beberapa restriksi perkara menurut penelitian ini adalah: Bagaimana persepsi ARMY & EXO-L yg berada pada Pekanbaru mendapat terpaan & eksistensi budaya Korea Selatan. Berdasarkan restriksi perkara tersebut, maka bisa dikemukakan perumusan perkara penelitian ini menjadi berikut “Bagaimana persepsi Budaya Korea dalam Komunitas ARMY & EXO-L Pekanbaru?”

1.4 Tujuan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendapat pemahaman mengenai persepsi ARMY dan EXO-L Pekanbaru terhadap budaya Korea Selatan. Sebagai unsur kebudayaan populer di Indonesia, peneliti ingin memeriksa peran Korean Wave dalam mempengaruhi gaya hidup dan bagaimana identitas ARMY dan EXO-L diekspresikan melalui pengadaptasian beberapa kebudayaan korea kedalam gaya hidup mereka.
2. Selain itu, tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengalaman dan alasan adaptasi Korean wave sebagai budaya populer dengan budaya asli (tradisional) Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi tujuan mengadaptasi budaya Korea ke Pekanbaru dan mengetahui pendapat komunitas ARMY dan EXO-L khususnya mengenai Korean wave yang mempengaruhi kehidupan mereka.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

a. Secara teoritis

1. peneliti mengharapkan dapat memberi pemahaman kemampuan akademis serta wawasan pengetahuan. Serta secara sosiologis terutama bagi budaya, seiring dengan berkembang pesatnya kebudayaan modern dari berbagai kancan dunia dan perkembangan teknologi yang berkaitan dengan teori budaya populer atau modern. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi khususnya dapat dijadikan dasar pengembangan penelitian serupa dan sebagai informasi terhadap pihak lain di masa-masa mendatang.
2. Selanjutnya, manfaat dari penelitian ini adalah Korean wave dapat dipelajari pengaruhnya terhadap masyarakat berdasarkan persepsi remaja terhadap pengaruh Korean wave saat ini. Bagaimana Korean wave bisa mendorong para remaja yang ingin mengkonsumsinya dan beradaptasi dengan gaya hidup mereka. Sedangkan secara praktis:

b. Bagi peneliti

1. Menambah ilmu pengetahuan terhadap kebudayaan asing yang sedang hybe dikancan dunia
2. Sebagai bentuk patokan untuk penelitian yang sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut.

c. Bagi masyarakat

Diharapkan agar semua masyarakat khususnya remaja mengetahui dampak positif dan negative dari adanya perkembangan budaya, khususnya budaya K-Pop. Selain itu, manfaat dari penelitian ini yaitu agar Korean Wave dapat dikaji lebih lanjut pengaruhnya bagi masyarakat berdasarkan sikap dan perilaku remaja saat ini. Bagaimana Korean Wave dapat menarik minat masyarakat sehingga mau mengikuti trend K-Pop yang sedang malambung.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sebagai acuan untuk membuat deskripsi yang nantinya berupa kata-kata. Peneliti bertujuan untuk menjelaskan dan menjelaskan persepsi ARMY dan EXO-L Pekanbaru terhadap budaya Korea. Jenis survei ini adalah deskriptif dan kualitatif. Fokus penelitian ini

adalah untuk melihat bagaimana reaksi fandom ARMY dan EXO-L terhadap Korean wave.

Dalam penelitian kualitatif ini, data primer yang diperoleh peneliti dengan menggunakan cara pribadi yaitu mengumpulkan fakta yang ada berdasarkan subjek penelitian yaitu pada Komunitas ARMY & EXO-L Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara menggunakan narasumber, dan penelaahan melalui literature. Yang ingin diteliti pada penelitian ini merupakan bagaimana ARMY & EXO-L mempersepsi Korean Wave menjadi bagian berdasarkan budaya terkenal pada gaya hayati mereka.

Jika diteliti dengan cermat sesungguhnya Korean Wave sendiri memiliki tanggal berdasarkan dampak budaya barat/ western yg lebih dulu sebagai kenyataan budaya terkenal pada global, misalnya musik pop & hip-hop yg terlahir pada Amerika tetapi rakyat Korea bisa meleburkan budaya barat itu menggunakan budayanya tanpa menghilangkan budaya orisinal Korea pada mengenalkan budayanya, misal: deretan musik Gukak (musik klasik Korea) menggunakan memakai indera musik Jangu (indera musik perkusi tradisional Korea) Gayageum (Harpa Korea) & Haeguem (Biola Korea) dipadukan menggunakan biola elektro yg membangun musik baru yg dianggap Fusion Gukak (deretan musik klasik Korea menggunakan instrumen musik Barat) sang SOREA girl class berdari Korea yg menciptakan rakyat global tanpa sadar sudah lebih mengenal & gampang mendapat musik tradisional Korea tersebut. Hal ini mengakibatkan musik tradisional Korea lebih gampang dikenal diseluruh global & Korean Wave sebagai lebih gampang diterima sang rakyat global yg lebih dulu telah terserang virus western.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini, peneliti menggunakan beberapa teknik antara lain:

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok tertentu tanpa bertanya atau berkomunikasi dengan orang yang bekerja keras. Observasi yang dilakukan dengan cara mendatangi tempat yang bisaanya dilaksanakan acara terkait idol dari fans BTS dan EXO.

b. Wawancara

Menurut Lexy, wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu yang diadakan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer). Orang yang mengajukan pertanyaan dan pewawancara (responden) yang memposting pertanyaan.¹¹ Teknik pengumpulan data dengan metode wawancara dilakukan peneliti via voice note dan chat whatsapp serta via google meet

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan pencarian data berupa sebuah catata harian, cetakan, buku-buku, jurnal, foto serta yang lainnya. Pengumpulan data yang dilakukan melalui dokumentasi diambil melalui sosial media fans-fans BTS dan EXO, selain itu website yang membeitakan tentang kedua idol tersebut juga diliat untuk memperkuat data yang ada.

1.8 Teknik Analisis Data

Analisis data untuk penelitian ini menggunakan contoh aliran Miles & Huberman yang dikutip oleh Imam Suprayoga. Konsep analisis ini dimulai dengan reduksi data dan penarikan kesimpulan atau penarikan bukti. Penyajian Data

a. Penyajian data

Penyajian data mewakili sekumpulan informasi yang telah diedit dan memberikan kesempatan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan.

b. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Sejak awal pengumpulan data, Anda akan ditanyai tentang makna, pola, penjelasan, kemungkinan konfigurasi, aliran pengaruh, dan saran. Kesimpulan "akhir" dapat dicapai selama pengumpulan data akhir, tergantung pada catatan lapangan yang digunakan dan kisaran kombinasi metode penyimpanan dan pengambilan. Kesimpulan divalidasi dimana dijalankan dengan memeriksa catatan-catatan yang terdapat di lapangan.

1.9 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk membuktikan bahwa penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan maka diperlukan teknik keabsahan data. Adapun teknik keabsahan yang digunakan adalah:

¹¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2009), hlm. 186

a. Metode Triangulasi

Metode ini merupakan upaya untuk memverifikasi keabsahan data atau memverifikasi hasil pencarian. Triangulasi dapat dilaksanakan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mencapai hal yang sama. Dalam hal ini, peneliti melakukan pengecekan silang terhadap data yang dipilih melalui wawancara atau melalui literatur yang tersedia. Teknik tinjauan ini adalah tentang bereksperimen dengan sumber data, yaitu membandingkan dan memverifikasi keandalan informasi yang diperoleh dari waktu ke waktu dan metode yang berbeda dalam pendekatan kualitatif yang dilakukan.¹²

b. Ketekunan Pengamatan

Temukan fitur dan elemen situasi yang paling relevan dengan masalah atau pertanyaan yang Anda cari dan fokuskan pada mereka secara detail. Penulis mengamati dengan cermat dan terus menerus. Kemudian, lakukan survei secara menyeluruh dan berulang setiap kali Anda melakukan survei sehingga Anda memiliki pemahaman yang baik tentang semua data survei dan hasil dari hasilnya.

c. Diskusi

Peneliti mendiskusikan objek yang diteliti dan permasalahannya. Peneliti membahas segala sesuatu tentang penelitian yang dilakukan. Diskusi memberinya masukan sehingga peneliti pada akhirnya percaya pada hasil karyanya.

d. Kecukupan Referensi

Kecukupan sebuah surat keterangan berupa bahan-bahan yang tercatat dan dipakai menjadi patokan buat diuji sewaktu diadakan analisis penafsiran data. Apabila indera elektronika tadi tidak tersedia, alternative lainnya masih bisa dipakai misalnya: menggunakan adanya sebuah berita yang direncanakan, lalu berita tadi disimpan sewaktu mengadakan pengujian, berita demikian bisa dimanfaatkan menjadi penunjang.

¹² Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial* (Jakarta: Putra Grafika, 2007) hlm. 256-257

1.10 Kerangka Konsep

