

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Media sosial telah menjadi salah satu platform utama untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas, termasuk dalam konteks dakwah Islam. Perkembangan teknologi komunikasi digital menghadirkan peluang besar bagi masjid dan lembaga keagamaan untuk memperluas jangkauan pesan-pesan religius. Salah satu bentuk komunikasi visual yang paling sering digunakan adalah poster digital. Poster ini biasanya diunggah melalui platform media sosial seperti Instagram untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan keagamaan, nilai-nilai Islami, serta seruan dakwah kepada masyarakat. Dalam hal ini, akun Instagram @Masjidtrans.id menjadi salah satu contoh menarik yang dapat dianalisis, mengingat keberhasilannya dalam memanfaatkan desain komunikasi visual untuk tujuan dakwah.

Dakwah, sebagai salah satu bentuk komunikasi religius, mengalami perubahan signifikan dalam pendekatannya. Jika pada masa lalu dakwah banyak dilakukan secara tatap muka, baik di masjid, majelis taklim, atau melalui media tradisional, kini dakwah mulai merambah media digital, yang memiliki jangkauan lebih luas dan dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Perubahan ini disebabkan oleh penetrasi internet yang semakin tinggi serta munculnya platform media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Facebook yang menjadi alat komunikasi efektif dalam menjangkau audiens secara global. Dakwah di era modern sangat dituntut untuk mengikuti dan beradaptasi dengan dinamika perkembangan teknologi, sehingga dapat lebih efektif menjangkau masyarakat (Azharghany, 2023).

Desain komunikasi visual menjadi salah satu elemen penting dalam dakwah digital. Tidak hanya pesan yang harus disampaikan dengan jelas dan tepat, tetapi juga aspek visual dari pesan tersebut harus menarik agar dapat menarik perhatian

audiens (Wibowo, 2021). Di era digital, perhatian pengguna internet sangat terbatas. Studi menunjukkan bahwa seseorang membutuhkan kurang dari tiga detik untuk memutuskan apakah akan melanjutkan membaca atau melihat sebuah konten atau tidak. Oleh karena itu, penting bagi pelaku dakwah digital untuk memahami bagaimana desain komunikasi visual dapat memengaruhi efektivitas penyampaian pesan dakwah.

Desain komunikasi visual mencakup penggunaan elemen grafis seperti tipografi, warna, ilustrasi, dan tata letak untuk menyampaikan pesan secara efektif. Dalam konteks dakwah, desain komunikasi visual dapat membantu menyampaikan pesan agama yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami oleh audiens (Hayya et al., 2022). Dengan bantuan visual yang menarik dan relevan, pesan-pesan agama Islam yang disampaikan dapat lebih memikat hati dan pikiran audiens, terutama generasi muda yang merupakan pengguna terbesar media sosial. Di era digital, audiens lebih tertarik pada konten visual yang kreatif dan menarik. Desain visual yang baik tidak hanya mampu menarik perhatian, tetapi juga dapat membantu audiens untuk lebih mudah memahami dan mengingat pesan dakwah. Misalnya, penggunaan infografis dalam menyampaikan ajaran Islam dapat membuat konsep-konsep yang abstrak menjadi lebih konkret dan mudah dimengerti. Salah satu platform digital yang menjadi wadah penyebaran media visual berupa gambar dan video adalah Instagram.

Instagram menjadi sarana dakwah yang efektif dengan memanfaatkan desain komunikasi visual untuk menyampaikan pesan agama secara menarik, kreatif, dan mudah dipahami oleh audiens digital. Menurut data dari NapoleonCat, pengguna akun Instagram di Indonesia pada Agustus tahun 2024 mencapai 90.183.200 pengguna, sehingga platform ini memiliki potensi yang baik untuk dijadikan media dakwah di era digital (Julius, 2024). Dakwah di era digital bukan hanya tentang menyebarkan pesan agama melalui platform media sosial, tetapi juga tentang bagaimana cara menyampaikan pesan tersebut dengan cara yang sesuai dengan karakteristik media digital (Dinillah & Kurnia SF, 2019). Dakwah visual menggunakan platform seperti Instagram memerlukan pemahaman tentang cara

kerja algoritma, preferensi audiens, dan tren desain yang sedang berkembang. Di Instagram, konten visual sangat mendominasi, sehingga penting bagi pelaku dakwah untuk memanfaatkan desain komunikasi visual yang tepat agar pesan mereka dapat bersaing dengan konten-konten lain yang ada di platform tersebut.

Banyak lembaga dakwah termasuk masjid yang memanfaatkan platform Instagram sebagai sarana dakwah di era digital, salah satunya adalah akun Instagram @Masjidtrans.id, yaitu akun resmi dari Masjid Agung Trans Studio Bandung (TSB). Saat ini akun @Masjidtransid memiliki sekitar 2,23 ribu unggahan dengan 78,6 ribu pengikut. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa akun @Masjidtrans.id memiliki jangkauan audiens yang luas dalam menyampaikan konten dakwah. Konten-konten dakwah yang diunggah biasanya berupa video dan poster yang memanfaatkan desain komunikasi visual dalam penyampaian esensinya. Berikut adalah contoh konten poster dakwah yang diunggah oleh akun @Masjidtrans.id.



Gambar 1.1 Contoh Konten Poster Dakwah Akun @Masjidtrans.id

Gambar di atas merupakan salah satu konten poster dakwah yang diunggah oleh akun @Masjidtrans.id. Pada konten tersebut, elemen fotografi diperhatikan dengan baik, mulai dari pemilihan warna yang seirama, implementasi unsur garis,

dan pemilihan gambar yang memiliki kekuatan estetika. Dari segi tipografi, poster tersebut benar-benar memperhatikan pemilihan *font*, warnanya, dan ukurannya agar tidak mengambil proporsi yang berlebihan sehingga selaras dengan gambar. Poster tersebut juga mengimplementasikan Teknik tata letak dengan baik, di mana Teknik yang digunakan adalah rata tengah sehingga semua elemen terlihat seimbang.

Dalam konteks ini, @Masjidtrans.id menonjol karena keberhasilannya menciptakan konten yang menarik secara visual dan relevan secara kultural. Akun ini berhasil menggabungkan elemen-elemen desain modern dengan nilai-nilai Islami, sehingga mampu menarik perhatian berbagai kalangan, terutama generasi muda. Keunikan topik ini terletak pada bagaimana elemen-elemen desain visual digunakan untuk membangun narasi dakwah yang tidak hanya informatif tetapi juga inspiratif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana desain komunikasi visual dalam poster dakwah yang diproduksi oleh akun @Masjidtrans.id dapat menjadi model atau acuan bagi lembaga keagamaan lainnya dalam memaksimalkan potensi media sosial.

Masalah utama yang ingin dipecahkan melalui penelitian ini adalah bagaimana desain komunikasi visual dapat menyampaikan pesan dakwah. Hal ini melibatkan analisis mendalam terhadap elemen-elemen desain yang digunakan, seperti warna, tata letak, dan tipografi, yang memiliki peran penting dalam menarik perhatian audiens. Selain itu, penting untuk memahami bagaimana elemen-elemen visual ini dapat memengaruhi pemahaman audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Masalah lain yang juga relevan adalah sejauh mana poster dakwah yang diunggah melalui media sosial dapat meningkatkan partisipasi audiens dalam kegiatan keagamaan. Ketiga aspek ini menjadi fokus penting karena berkaitan langsung dengan efektivitas komunikasi visual dalam menyampaikan pesan yang relevan dan bermakna kepada khalayak.

Keterkaitan topik ini dengan bidang kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam sangatlah erat. Sebagai salah satu disiplin ilmu yang fokus pada bagaimana pesan keislaman disampaikan kepada masyarakat, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam memahami dinamika dakwah di era digital. Pendekatan desain

komunikasi visual juga relevan karena menyentuh aspek teknis dan estetis dari penyampaian pesan, yang merupakan salah satu kompetensi penting dalam kajian komunikasi Islam. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka disusunlah penelitian dengan judul **“Desain Komunikasi Visual dalam Poster Dakwah di Media Sosial Masjid (Analisis Akun Instagram @Masjidtrans.id)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, ditentukan fokus-fokus dari penelitian ini. Adapun fokus penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana elemen fotografi (gambar, garis, bentuk, dan warna) dalam poster dakwah yang diunggah pada akun Instagram @Masjidtrans.id?
2. Bagaimana tipografi dalam poster dakwah yang diunggah pada akun Instagram @Masjidtrans.id?
3. Bagaimana *layout* dalam poster dakwah yang diunggah pada akun Instagram @Masjidtrans.id?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan fokus penelitian. Adapun tujuan-tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui peran elemen fotografi (gambar, garis, bentuk, dan warna) dalam poster dakwah yang diunggah pada akun Instagram @Masjidtrans.id.
2. Mengetahui peran elemen tipografi dalam poster dakwah yang diunggah pada akun Instagram @Masjidtrans.id.
3. Mengetahui peran elemen *layout* dalam poster dakwah yang diunggah pada akun Instagram @Masjidtrans.id.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoretis

Kegunaan yang dimiliki penelitian ini terbagi ke dalam dua kategori, yaitu kegunaan secara teoretis dan kegunaan secara praktis. Adapun kegunaan-kegunaan teoretis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini memperkaya literatur tentang desain komunikasi visual dengan fokus pada penggunaannya dalam dakwah di era digital dengan menganalisis mengenai elemen-elemen desain yang efektif dalam menarik perhatian audiens dakwah.
2. Penelitian ini menawarkan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana dakwah dapat berkembang di platform media sosial seperti Instagram.
3. Penelitian ini berkontribusi pada studi dakwah kontemporer dengan menawarkan perspektif baru tentang bagaimana dakwah dapat dikemas dalam format yang lebih sesuai dengan karakteristik media modern dan kebutuhan audiens masa kini

2. Secara Praktis

Sementara secara praktis, penelitian ini memiliki kegunaan-kegunaan berikut.

1. Bagi Penulis, penelitian ini membantu penulis memahami dan mengevaluasi elemen-elemen desain komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan dakwah secara digital.
2. Bagi Pembaca, penelitian ini memberikan wawasan kepada pembaca tentang cara-cara kreatif dalam menyampaikan pesan dakwah yang menarik dan relevan di media sosial.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi dan dasar bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengeksplorasi efektivitas desain komunikasi visual dalam dakwah di platform digital lainnya.

E. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mengimplementasikan teori desain komunikasi dakwah dari Christine Suharto Cenadi (1999) sebagai alat analisis. Teori tersebut menjelaskan bahwa dalam desain komunikasi visual (DKV), elemen-elemen seperti fotografi, tipografi, dan layout memiliki peran krusial dalam menyampaikan pesan secara efektif melalui media visual, termasuk poster. Fotografi berfungsi sebagai komponen utama yang menarik perhatian audiens serta memperkuat pesan dengan menghadirkan gambar yang relevan dan bermakna. Sementara itu, tipografi—yang mencakup pemilihan jenis huruf, ukuran, dan tata letak teks—berkontribusi dalam meningkatkan keterbacaan serta memperjelas isi pesan agar mudah dipahami oleh target audiens. Adapun layout berperan dalam menyusun elemen desain secara seimbang dan harmonis, sehingga menciptakan alur visual yang memandu mata pembaca untuk memahami informasi secara lebih terstruktur.

Menurut Christine Suharto Cenadi (1999: 24), elemen-elemen desain komunikasi visual (DKV) seperti fotografi, tipografi, dan layout memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan secara efektif pada media visual, termasuk poster. Fotografi berfungsi sebagai elemen visual utama yang menarik perhatian audiens dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan melalui gambar yang relevan dan bermakna. Tipografi, yang mencakup jenis huruf, ukuran, dan tata letak teks, berperan dalam meningkatkan keterbacaan serta memperjelas pesan poster agar mudah dipahami oleh target audiens. Sementara itu, layout bertugas mengatur keseluruhan elemen desain agar menciptakan keseimbangan visual yang harmonis dan memandu mata pembaca dalam memahami informasi secara sistematis. Dengan kombinasi yang tepat antara fotografi, tipografi, dan layout, sebuah poster dapat menjadi alat komunikasi yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan kepada khalayak.

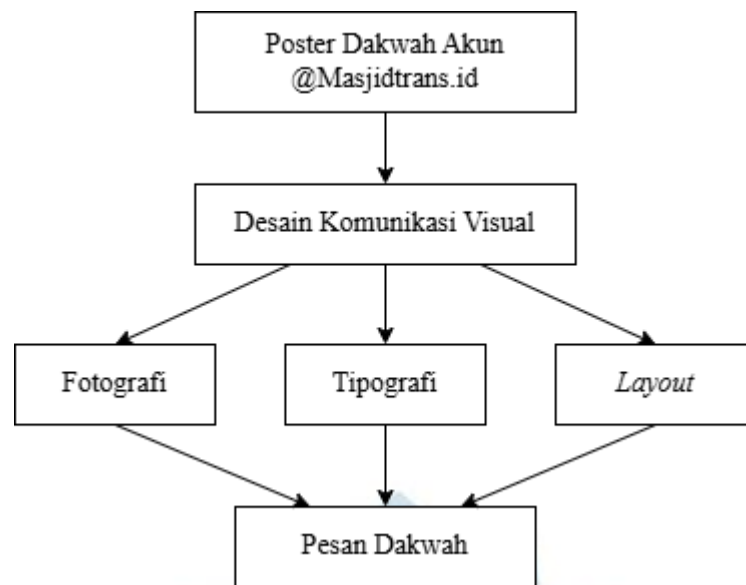
Poster dakwah adalah salah satu media komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan keagamaan secara singkat, padat, dan menarik. Poster ini biasanya memuat ajakan, nasihat, atau informasi terkait nilai-nilai Islam yang relevan dengan kehidupan sehari-hari (Heriadi & Hidayat, 2023). Sebagai sarana

dakwah, poster memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas melalui visual yang komunikatif. Untuk mencapai efektivitas, poster dakwah harus menggabungkan elemen-elemen desain, seperti warna yang sesuai dengan tema spiritual, ilustrasi yang mendukung pesan, serta teks yang jelas dan mudah dibaca. Dengan pendekatan yang tepat, poster dakwah dapat menjadi media yang mampu menyentuh hati dan pikiran audiens.

Media sosial telah menjadi platform utama dalam mendistribusikan berbagai jenis informasi, termasuk konten dakwah. Platform seperti Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi pesan visual secara cepat dan luas kepada audiens yang beragam (Hidayah, 2023). Dalam konteks dakwah, media sosial memberikan peluang besar untuk menjangkau masyarakat, khususnya generasi muda, dengan cara yang lebih modern dan interaktif. Fitur-fitur seperti gambar, video, dan infografis di Instagram memberikan fleksibilitas bagi para da'i untuk menyampaikan pesan keagamaan melalui pendekatan yang kreatif dan relevan. Oleh karena itu, memahami dinamika penggunaan media sosial sangat penting dalam menganalisis desain komunikasi visual pada akun seperti @Masjidtrans.id.

Masjid memiliki peran sentral dalam kehidupan umat Islam, tidak hanya sebagai tempat ibadah tetapi juga sebagai pusat pendidikan dan penyebaran nilai-nilai agama (Zaman, 2019). Di era digital, masjid mulai beradaptasi dengan memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan dakwahnya. Akun Instagram @Masjidtrans.id, misalnya, menjadi salah satu contoh bagaimana masjid memanfaatkan platform digital untuk menyampaikan pesan-pesan Islam kepada audiens yang lebih luas. Dengan kombinasi desain komunikasi visual yang baik dan strategi media sosial yang tepat, masjid dapat meningkatkan efektivitas dakwahnya sekaligus menjaga relevansi dengan kebutuhan masyarakat modern.

Adapun kerangka konseptual pada penelitian ini digambarkan dalam bagan berikut.



Bagan 1.1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan bagan di atas, penelitian ini menganalisis bagaimana proses pembuatan konten poster dakwah oleh akun @Masjidtrans.id dengan cara mengimplementasikan elemen-elemen desain komunikasi visual. Adapun elemen-elemen yang dimaksud adalah elemen fotografi, tipografi, dan tata letak (*layout*). Setiap elemen DKV tersebut dianalisis satu persatu dalam setiap unit analisis poster dakwah akun @Masjidtrans.id.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah akun Instagram @Masjidtrans.id yang merupakan akun resmi Masjid Agung Trans Studio Bandung (TSB) yang berlokasi di Kawasan Terpadu Trans Studio Bandung, tepatnya di Jl. Gatot Subroto 289. Akun @Masjidtrans.id ini kerap mengunggah konten dakwah menggunakan desain komunikasi visual.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma penelitian klasik. Paradigma penelitian klasik adalah pendekatan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip ilmiah tradisional, yang menekankan

objektivitas, kejelasan, dan penggunaan metode-metode yang sistematis dalam mencari kebenaran atau pengetahuan (Pauzi, 2024). Paradigma ini sering kali bersandar pada pendekatan positivistik, yang memandang realitas sebagai sesuatu yang dapat diukur, diamati, dan dianalisis secara empiris. Data-data dalam paradigma klasik ini akan diolah secara kualitatif agar hasil yang didapatkan mendalam dan komprehensif.

Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami fenomena, peristiwa, atau situasi secara mendalam berdasarkan data non-numerik, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi (Cresswell, 2012). Dalam metode ini, peneliti berfokus pada detail dan konteks, dengan tujuan mengungkapkan makna, persepsi, atau pandangan yang dimiliki oleh partisipan penelitian. Penelitian kualitatif tidak berusaha menguji hipotesis atau mencari hubungan sebab-akibat, tetapi lebih kepada mendeskripsikan karakteristik dan pola yang muncul dari data secara alami.

3. Metode Penelitian

Metode yang diimplementasikan dalam penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*), yang bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam fenomena tertentu dalam konteks kehidupan nyata. Analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Ahmad, 2018). Tujuan dari metode analisis isi pada konten visual adalah untuk mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menafsirkan elemen-elemen desain serta simbol-simbol yang terkandung dalam gambar guna memahami bagaimana pesan komunikasi tersebut dikonstruksi dan diinterpretasikan oleh audiens (Pratama et al., 2021: 12).

4. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terbagi ke dalam dua macam jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini. Berdasarkan waktu dan sumber

pengumpulannya, jenis data dalam penelitian ini dibagi ke dalam dua macam, yaitu jenis data primer dan data sekunder.

1) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung. Itu artinya, data primer dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data dan metode analisis yang dilakukan secara langsung, bukan yang diambil dari dokumen penelitian sebelumnya. Kelebihan dari tipe data primer adalah akurasi informasi yang lebih relevan. Sementara kekurangannya adalah metode pengumpulan data yang cenderung memakan banyak waktu dan tenaga. Data primer dalam penelitian ini berupa konten-konten poster dakwah yang diunggah oleh akun Instagram @Masjidtrans.id.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung. Maksudnya penulis tidak mendapatkan data dari hasil observasi di lapangan, melainkan dari hasil studi pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu. Kelebihan dari tipe data sekunder adalah metode pengumpulannya yang mudah dan sederhana. Akan tetapi data sekunder memiliki kekurangan yaitu data berisiko tidak relevan dengan kejadian di masa kini. Adapun data-data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi laporan statistik *insight* konten poster dakwah akun Instagram @Masjidtrans.id.

b. Sumber Data

Data-data yang diperlukan untuk dianalisis dalam penelitian ini dihimpun dari sumber-sumber berikut:

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer dari penelitian ini berasal dari konten poster dakwah yang diunggah oleh akun Instagram @Masjidtrans.id. konten-konten yang

dimaksud adalah konten Instagram berupa poster dakwah. Selain itu, data-data sekunder juga diambil dari informan-informan melalui wawancara.

2) Sumber Data Sekunder

Sementara data-data sekunder dalam penelitian ini dapat berupa dokumen, laporan, atau penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Data-data sekunder tersebut digunakan sebagai pelengkap dan penguat analisis data primer.

5. Penentuan Unit Analisis

Unit analisis adalah elemen atau entitas terkecil yang menjadi fokus pengamatan dan pengukuran dalam suatu penelitian, seperti individu, kelompok, organisasi, atau objek tertentu (Sumargo, 2020). Unit analisis dalam penelitian ini adalah konten-konten poster dakwah berbasis desain komunikasi visual yang diunggah oleh akun Instagram @Masjidtrans.id. Konten-konten yang dijadikan unit analisis adalah konten yang diunggah pada periode Maret hingga Mei 2025.

Unit analisis dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih unit tertentu secara sengaja berdasarkan karakteristik atau kriteria spesifik yang relevan dengan tujuan penelitian (Sumargo, 2020). Adapun karakteristik unit yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Merupakan konten berupa poster yang diunggah oleh akun Instagram @Masjidtrans.id.
- b. Konten mengandung unsur dakwah Islam.
- c. Konten diunggah dalam periode Maret hingga Mei 2025.
- d. Konten memiliki *traffic* yang tinggi (ditinjau dari jumlah *like*, *comment*, dan *share*).

6. Teknik Pengumpulan Data

Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang diimplementasikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Observasi

Teknik observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas, perilaku, atau fenomena dalam suatu lingkungan tertentu untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang objektif karena didasarkan pada fakta-fakta yang diamati secara langsung di lapangan. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa observasi merupakan salah satu teknik utama dalam penelitian kualitatif, karena mampu mengungkap aspek-aspek yang mungkin tidak dapat teridentifikasi melalui wawancara atau analisis dokumen tertulis.

b. Wawancara

Teknik wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi langsung antara peneliti dengan narasumber untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam terkait topik penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi pandangan, pengalaman, serta pemahaman narasumber mengenai suatu fenomena, sehingga menghasilkan data yang lebih kaya dan terperinci. Sebagai salah satu metode pengumpulan data kualitatif, wawancara memiliki keunggulan dalam validitasnya, karena dialog langsung memberikan kesempatan untuk klarifikasi dan pendalaman informasi.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengakses, mempelajari, dan menganalisis dokumen atau arsip yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen-dokumen tersebut dapat berupa catatan tertulis, laporan, foto, video, atau materi lain yang memberikan informasi tambahan untuk mendukung hasil penelitian. Sugiyono (Sugiyono, 2018) menyebutkan bahwa dokumentasi merupakan salah satu teknik penting dalam penelitian, karena data yang dihasilkan bersifat objektif dan sering kali historis, sehingga membantu peneliti memahami konteks atau latar belakang fenomena yang diteliti.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

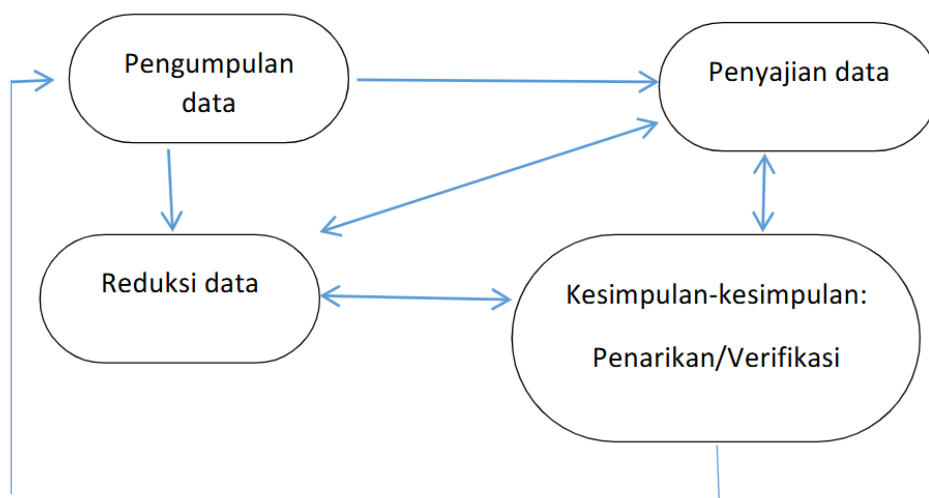
Teknik triangulasi data adalah metode yang digunakan dalam penelitian untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian dengan

membandingkan dan mengintegrasikan data dari berbagai sumber, metode, atau perspektif. Dalam triangulasi, peneliti menggabungkan hasil dari observasi dan dokumentasi untuk mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh dan objektif mengenai subjek yang diteliti.

8. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, pengembangan konsep, pengelompokan data, dan penjelasan fenomena didasarkan pada temuan yang muncul selama proses lapangan. Oleh karena itu, pengumpulan data dan analisis data saling terkait erat dan tidak dilakukan secara terpisah. Kedua proses ini berlangsung secara bersamaan dalam pola yang bersifat siklis dan saling berinteraksi, bukan linear. Miles dan Huberman (1992) dalam mengungkapkan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif melibatkan langkah-langkah sebagai berikut:

Dalam penelitian kualitatif, konsep-konsep dikembangkan, data dikelompokkan, dan fenomena dijelaskan berdasarkan temuan-temuan yang muncul selama pelaksanaan di lapangan. Dengan demikian, proses pengumpulan data dan analisis data saling berhubungan erat serta tidak dilakukan secara terpisah. Kedua aktivitas ini berjalan bersamaan dalam pola interaktif dan siklus, bukan secara linear. Miles dan Huberman (1992) dalam jurnal (Rijali, 2018) menyatakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif mencakup tahapan-tahapan berikut:



Sumber: Miles dan Huberman (1992:20) dalam jurnal (Rijali, 2018)

Bagan 2.2 Proses Analisis Data Kualitatif

Ilustrasi tersebut menggambarkan bahwa analisis data dilakukan secara terstruktur, dengan setiap tahap saling berkesinambungan. Selain itu, ilustrasi tersebut juga menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat antara proses analisis data dan proses pengumpulan data.

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan langkah awal dalam analisis data kualitatif yang bertujuan untuk menyaring, merangkum, dan memusatkan perhatian pada data yang telah dikumpulkan agar lebih terstruktur dan sesuai dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, data yang dianggap penting dipilih, informasi yang tidak relevan disisihkan, dan data disusun secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam menarik kesimpulan. Proses ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola, tema, atau hubungan antar variabel, sehingga memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang fenomena yang sedang dikaji.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan langkah dalam analisis data kualitatif yang berfungsi untuk menyusun dan menyajikan informasi yang telah diringkas dalam format yang mudah dipahami, seperti tabel, grafik, bagan, atau narasi deskriptif. Langkah ini membantu peneliti dalam mengidentifikasi pola, hubungan, atau tren yang muncul dari data, sehingga memudahkan proses interpretasi dan penarikan kesimpulan. Penyajian data yang efektif mendukung peneliti dalam menganalisis informasi secara mendalam serta menyampaikan hasil penelitian kepada pembaca secara terstruktur dan logis.

c. Kesimpulan (Verifikasi)

Tahap penarikan kesimpulan (verifikasi) merupakan langkah terakhir dalam analisis data kualitatif yang bertujuan untuk memahami makna dari data yang telah disusun serta memastikan keakuratan dan validitas kesimpulan yang dibuat. Pada

proses ini, peneliti meninjau kembali temuan dengan membandingkan pola atau tema yang muncul untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis yang diajukan. Verifikasi dilakukan melalui refleksi mendalam dan penggunaan triangulasi data, sehingga kesimpulan yang dihasilkan tidak hanya bersifat subjektif, tetapi juga didukung oleh bukti yang kuat dan konsisten.

