

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Peran dakwah dalam agama Islam sangat krusial dan dibutuhkan, sebagai salah satu aspek yang sangat penting dalam agama Islam. Dakwah memiliki makna seruan, panggilan, do'a, yang apabila dikaitkan dengan kata Islam, maka menjadi kegiatan mengajak, menyeru dan memanggil seseorang kepada ajaran Islam. (Syamsuddin, 2017:3)

Secara terminologi dakwah yang dilakukan secara perbuatan, lisan, maupun tulisan, merupakan seruan kepada umat manusia agar menapaki jalan Allah dengan tujuan memperoleh petunjuk agar memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. (Tajiri, 2019:16). Dakwah sebagai kegiatan mengajak manusia kepada jalan Allah SWT merupakan kewajiban setiap umat muslim yang sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 125.

Teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah berkembang yang membawa sebuah perubahan yang drastis dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam penyebaran nilai nilai agama. Televisi merupakan bagian dari media massa yang memiliki peran sangat strategis dan penting sebagai sarana dakwah yang efektif dan luas jangkauannya yang menghasilkan pesan berbentuk audiovisual yang membuat pesan dakwah ini lebih mudah untuk diterima oleh mad'u di berbagai kalangan.

Indonesia merupakan negara yang bermayoritas beragama Islam, dakwah sebagai sarana untuk menyampaikan ajaran Islam yang memiliki peran penting

dalam pembentukan karakter individu maupun masyarakat, maka dari itu program dakwah menjadi salah satu konten yang wajib ada di stasiun televisi dan menjadi konten yang cukup diminati oleh penonton. Di era modern ini, dakwah perlu beradaptasi dengan seiring majunya teknologi informasi dan mengalami pergeseran budaya masyarakat yang mengarah ke hedonism, konsumerisme, individualisme dan kapitalisme. Maka dari itu dakwah zaman sekarang harus mempunyai strategi yang relevan dan inovatif (Muktaruddin, 2017).

Dengan berjalannya waktu media massa bisa mempengaruhi sikap mereka, baik dalam membentuk karakter, pemikiran sosial maupun norma tanpa kita sadari. Kegiatan dakwah tidak lagi hanya terbatas pada mimbar-mimbar masjid saja melainkan telah bertransformasi mengikuti perkembangan teknologi, yang salah satunya menggunakan media televisi.

SMTV Eces Pisan adalah salah satu stasiun televisi lokal dari Sumedang Jawa barat yang merupakan anggota dari jaringan media televisi swasta Jawa Pos Multimedia (JPM). SMTV hadir di dunia pertelevisian yaitu pada tanggal 23 September 2013 yang awalnya hanya hadir di frekuensi 29 UHF analog, dengan tagline “eces pisan” kemudian program televisi yang dipakai yaitu mengenai informasi budaya Sunda, berita lokal Sumedang, Majalengka dan sekitarnya.

SMTV Eces Pisan mengambil peran strategis dalam menyebarkan ajaran Islam melalui program keagamaan Dakwah Layung Langit, pada program ini memiliki keunikan tersendiri yaitu menggabungkan antara teknologi, nilai-nilai keIslaman dan kearifan lokal sunda. Pendekatan seperti ini bisa dikatakan efektif

dalam kegiatan dakwah yang memperhatikan kondisi sosiokultural masyarakat setempat sehingga mudah untuk diterima oleh audiens.

Kajian mengenai strategi dakwah melalui media televisi ini sangat penting untuk diteliti karena memiliki berbagai tantangan dakwah di era digital ini, menurut Effendi (2010) menjelaskan bahwa media televisi memiliki karakteristik audio visual yang mampu memberikan pengaruh terhadap sikap, pandangan dan perilaku penonton. Sedangkan menurut Arifin (2011:5) menyatakan bahwa strategi dakwah yang tepat melalui media massa dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keagamaan.

Program Dakwah Layung Langit di SMTV Eces Pisan merupakan salah satu contoh dakwah yang menarik dari dakwah kontemporer yang menarik untuk diteliti, sebagai acara keagamaan di stasiun TV lokal, program ini mempunyai tantangan tersendiri dalam menarik minat pemirsa sekaligus menyampaikan pesan-pesan dakwah secara tepat dan efektif kepada penonton.

Program ini ditayangkan setiap hari Senin - Sabtu pada pukul 17.00 WIB dengan berbeda-beda ustad yang mengisi pengajian tersebut hal ini menjadi sebuah tantangan bagi da'i beserta tim produser SMTV Eces Pisan. Program dakwah pada media televisi terlihat lebih efektif, namun dakwah melalui media televisi juga memiliki tantangan tersendiri bagi da'i selaku pemeran utama maupun tim produser dan kreatif selaku pengatur tempat, jadwal, materi untuk bisa memberikan tontonan yang bermanfaat bagi penonton, dan mendapatkan ilmu agama hanya dengan menonton televisi.

Dalam menjalankan program siaran keagamaan tentu saja tidak akan lepas dari faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan programnya terutama pada televisi lokal, karena dakwah melalui media televisi ini dapat terpengaruh oleh berbagai faktor diantaranya sumber daya manusia, pendanaan, teknologi, regulasi penayangan. Hal ini menunjukkan bahwa menjalankan dakwah melalui media massa harus dikaji terlebih dahulu secara mendalam.

Kegiatan dakwah tidak akan lepas dari kegiatan komunikasi, komunikasi adalah kegiatan menyampaikan sebuah informasi, gagasan, pesan dengan menggunakan bahasa yang mengandung sebuah arti maupun makna baik secara verbal maupun non verbal, dengan penyampaiannya dari seseorang ke seseorang maupun kelompok yang bertujuan untuk mencapai saling pengertian dan kesepakatan bersama (Rondonuwu et al., 2020:5).

Menurut Harold D. Lasswell (1997:48) “komunikasi adalah suatu pertanyaan untuk terpenuhinya suatu komunikasi melalui kata-kata bersayah, yaitu “*who says what to whom in what channel with what effect*” (Siapa yang berkata dalam suatu konteks dengan dampak yang terjadi)”. Komunikasi sangat penting dalam keberlangsungan kehidupan masyarakat, karena komunikasi membantu masyarakat untuk menyampaikan sesuatu dari seseorang kepada yang lainnya guna untuk mempengaruhi pengetahuan dan perilaku seseorang.

Secara umum komunikasi dilaksanakan secara lisan dengan menggunakan bahasa yang sama supaya untuk dimengerti oleh kedua belah pihak. Jika diantaranya ada yang tidak mengerti maka komunikasi bisa digantikan dengan

menggunakan cara gerak-gerak badan atau menunjukan suatu sikap tertentu yang bertujuan untuk memudahkan dalam berkomunikasi (Muhammad Takari, 2019)

Penelitian yang membahas tentang strategi dakwah melalui media televisi terutama media lokal ini telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Bagaskara, Trian (2024) tentang strategi dakwah pada program di media lokal Inspira TV dan Hidayah, Febrina Nurul (2024) yang membahas tentang strategi televisi pada program dakwah di Inspira TV. Namun pada penelitian yang diajukan ini yaitu meneliti secara khusus bagaimana proses perumusan strategi dakwah, proses implementasi strategi dakwah, dan evaluasi strategi dakwah.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif untuk membahas lebih mendalam mengenai strategi dakwah yang digunakan oleh SMTV Eces Pisan dalam program keagamaan Dakwah Layung Langit. Pendekatan kualitatif ini memungkinkan penulis untuk mengkaji fenomena dakwah melalui media televisi lokal termasuk memahami konteks sosial-budaya. Adapun teori yang relevan untuk menjawab dari permasalahan yang akan dibahas oleh penulis yaitu teori Manajemen Strategis menurut Fred R. David.

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat relevansi dengan penelitian yang akan dikaji oleh penulis. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah Pada Program Keagamaan Smtv Eces Pisan: Penelitian Pada Program Dakwah Layung Langit di SMTV Eces Pisan”.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana bentuk strategi dakwah, metode dan media yang digunakan media televisi lokal, dan faktor yang mendukung serta menghambat strategi dakwah serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu dakwah, khususnya dalam memanfaatkan media massa sebagai sarana dakwah yang efektif.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perumusan strategi dakwah pada program siaran "Dakwah Layung Langit" di SMTV Eces Pisan?
2. Bagaimana proses implementasi strategi dakwah pada program siaran "Dakwah Layung Langit" di SMTV Eces Pisan?
3. Bagaimana proses evaluasi strategi dakwah yang dilakukan terhadap program siaran "Dakwah Layung Langit" di SMTV Eces Pisan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan utama dari penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis proses perumusan strategi dakwah yang mencakup perencanaan, analisis, dan pemilihan strategi pada program "Dakwah Layung Langit".
2. Untuk mengetahui dan menganalisis proses implementasi strategi dakwah yang berkaitan dengan pelaksanaan program, metode, dan penggunaan media pada program "Dakwah Layung Langit".

3. Untuk mengetahui dan menganalisis proses evaluasi strategi dakwah yang digunakan untuk mengukur efektivitas dan melakukan penyesuaian pada program "Dakwah Layung Langit".

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Memanfaatkan media televisi untuk mengembangkan ajaran Islam dakwah melalui media televisi dan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk mengembangkan teori-teori dalam memahami lebih bagaimana cara pemanfaatan televisi untuk menjadi media dakwah khususnya dalam ranah i'lam.

2. Manfaat Praktis

Penulis berharap hal ini bisa menjadikan salah satu acuan untuk meningkatkan kualitas mahasiswa dalam belajar audiovisual di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan juga bagi mahasiswa yang akan menjadi da'i melalui media televisi.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan Teori Manajemen Strategis yang dikemukakan oleh Fred R. David sebagai kerangka analisis utama. Teori ini memberikan panduan sistematis untuk memahami bagaimana sebuah organisasi merencanakan, melaksanakan, dan mengukur keberhasilan tindakannya dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut David (2011: 5), manajemen strategis adalah seni dan ilmu yang

berkaitan dengan perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan lintas-fungsional demi tercapainya tujuan organisasi. Definisi ini menegaskan bahwa manajemen strategis merupakan sebuah proses yang komprehensif, mencakup perencanaan hingga penilaian untuk keberhasilan organisasi. Teori ini dibangun di atas beberapa asumsi dasar. Pertama, menurut Muhsin (2024: 272), teori ini berasumsi bahwa sebuah organisasi harus mampu beradaptasi dengan lingkungan eksternal sambil memanfaatkan kekuatan internalnya secara efektif agar tetap kompetitif.

Asumsi ini menekankan pentingnya adaptasi terhadap faktor-faktor di luar kendali organisasi sambil memaksimalkan potensi yang dimiliki. Selain itu, Muharam (2025: 7) juga mengasumsikan bahwa lingkungan bisnis yang dinamis menuntut organisasi untuk terus-menerus mengevaluasi dan menyesuaikan strateginya demi mencapai tujuan jangka panjang. Hal ini menggarisbawahi sifat strategi yang harus fleksibel dan berkelanjutan agar tetap relevan di tengah dinamika lingkungan.

Secara konsep, proses manajemen strategis secara umum terdiri dari tiga tahapan fundamental (David, 2011: 6). Tahap pertama adalah Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*), yang merupakan fase perencanaan awal. David (2011: 6) menjelaskan bahwa tahap ini mencakup pengembangan visi dan misi, analisis lingkungan internal dan eksternal, hingga penyusunan berbagai alternatif strategi. Penjelasan tersebut merinci bahwa tahap perumusan adalah fondasi di mana arah dan tujuan organisasi ditetapkan secara jelas. Tahap kedua adalah Implementasi Strategi (*Strategy Implementation*),

yaitu fase aksi di mana rencana diwujudkan. Menurut David (2011: 7), implementasi strategi merupakan tahap pelaksanaan dari rencana yang telah dirumuskan sebelumnya agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efisien. Penjelasan ini menunjukkan bahwa implementasi adalah wujud nyata dari strategi yang telah direncanakan sebelumnya. Tahap terakhir adalah Evaluasi Strategi (*Strategy Evaluation*), yaitu fase pengawasan dan perbaikan. David (2011: 7) mendefinisikan evaluasi strategi sebagai proses untuk menilai efektivitas pelaksanaan strategi, sekaligus melakukan pengendalian dan penyesuaian jika dibutuhkan. Penjelasan ini menyoroti pentingnya evaluasi sebagai mekanisme kontrol untuk memastikan strategi berjalan sesuai harapan.

Teori Manajemen Strategis ini sangat relevan untuk digunakan sebagai alat analisis dalam penelitian mengenai Strategi Dakwah Pada Program Siaran Keagamaan SMTV Eces Pisan. Dengan menggunakan tiga tahapan proses manajemen strategis—perumusan, implementasi, dan evaluasi—penelitian ini dapat membedah secara sistematis bagaimana tim produksi program Dakwah Layung Langit merencanakan strategi dakwahnya, bagaimana mereka mengeksekusi rencana tersebut dalam setiap siaran, serta bagaimana mereka mengukur dan mengevaluasi keberhasilan program untuk melakukan perbaikan di masa mendatang. Teori ini memungkinkan peneliti untuk melihat proses strategi dakwah sebagai sebuah siklus manajemen yang utuh, bukan hanya sebagai aktivitas siaran semata.

2. Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual yang disusun pada skripsi ini yaitu :

a. Strategi Dakwah

Strategi berasal dari kata kerja dan kata benda dalam bahasa Yunani kata benda, *strategos* berarti merencanakan (*to plan*). Dalam kamus *the American Herriage Dictionary* (1976) mengemukakan bahwa Strategi adalah ilmu atau seni dalam kepemimpinan militer yang berkaitan dengan perencanaan menyeluruh dan pelaksanaan operasi perang dalam skala besar. (Majid, 2017). Secara terminologi, hakikatnya strategi adalah merencanakan, manajemen sesuatu bertujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dengan menunjukan bagaimana teknik akan dilakukan baik individu atau kelompok.

Jadi bisa disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah cara untuk mencapai sesuatu yang di inginkan dengan sebuah perencanaan yang disusun matang sebelum melakukan kegiatan. Dengan menggunakan strategi semua kegiatan baik individu atau kelompok akan mudah untuk berhasil dalam melaksanakan suatu tujuannya.

Secara etimologis kata dakwah berasal dari Bahasa Arab, *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang memiliki arti memanggil atau menyeru (Aang R, 2022). Secara istilah, dakwah diartikan sebagai seruan yang dilakukan dengan cara sadar melalui berbagai cara baik tulisan, lisan maupun prilaku dalam keseharian agar memengaruhi suatu kelompok atau individu untuk sadar terhadap diri dan sikap serta peningkatan penghayatan dalam pengalaman

Islam yang penuh dengan pengertian tanpa paksaann untuk keselamatan dunia dan akhirat. Dari perspektif dakwah, Al-Qur'an dipandang sebagai sumber utama dakwah karena menawarkan beberapa konsep dasar yang mendasari dakwah, serta mengamalkan nilai-nilai Islam yang berasal dari Al-Qur'an, Sunnah, kehidupan para sahabat Nabi, dan pengalaman mereka sendiri.

b. Media Televisi

Indonesia mulai menayangkan televisi di TVRI pada tahun 1962, dan pada 17 Agustus 1962 sekaligus pada peringatan ke-17 tahun kemerdekaan Indonesia disiarkan secara langsung. siaran itu terbilang sebagai siaran percobaan. Pada 24 Agustus 1962, pukul 14.30 WIB, TVRI memulai liputan resminya, menyiarkan langsung upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama Gelora Bung Karno.

Selama 27 tahun, pemirsa televisi Indonesia hanya dapat menonton satu stasiun sejak TVRI didirikan oleh pemerintah. Sejumlah pengusaha diberi izin operasi oleh pemerintah pada tahun 1989 untuk meluncurkan stasiun televisi swasta lainnya, termasuk RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, dan TPI. Pada tahun 1980-an dan awal 1990-an stasiun televisi swasta muncul sehingga monopoli TVRI mulai berakhir.

Pada tahun 1989 stasiun televisi swasta pertama di Indonesia adalah RCTI, diikuti oleh SCTV, ANTV dan stasiun lainnya. Datangnya stasiun swasta ini memberikan efek yang dahsyat merubah segalanya dalam penyiaran Indonesia terutama dari sisi konten dan pendekatan hiburan,

sementara TVRI tetap bertahan pada fokus pada konten edukatif dan penyiaran berita (Askurifai, S, 2024). Agar pemirsa dapat memilih untuk menonton acara televisi untuk menikmatinya, pemerintah telah mengantisipasi bahwa stasiun televisi baru akan terus bermunculan di Indonesia setelah disahkannya Undang-Undang Penyiaran pada tahun 2002, khususnya di wilayah yang dipisahkan menjadi empat kategori: televisi publik, swasta, berlangganan, dan komunitas.

c. Program Siaran Keagamaan

Program siaran keagamaan adalah jenis program siaran yang dirancang oleh produser televisi untuk mengangkat isu-isu agama, ilmu agama, baik agama Islam, hindu, kristen, budha dan konghucu yang ditayangkan di sebuah chanel televisi. Seperti pada program siaran keagamaan yang ada di SMTV Eces Pisan yaitu Dakwah Layung Langit.

Negara Indonesia merupakan negara yang bermayoritas agama Islam, dan banyak warga negara Indonesia yang memutuskan untuk mualaf, sehingga sangat masuk akal jika dunia penyiaran di Indonesia berpihak pada konten-konten keagamaan islam. Menayangkan konten keagamaan sebagai komoditas siaran melalui produksi berbagai symbol religious yang di kontruksi seacara terus menerus oleh televisi akan menghantarkan penghayatan agama secara simbolis.

Program siaran keagamaan ini memiliki tujuan untuk mendidik masyarakat yang berfokus pada ajaran agama terutama pada ajaran Islam serta mendukung dalam meningkatkan iman dan ketaqwaan, program ini

berfungsi sebagai media untuk memperkuat nilai-nilai moral dan etika dalam masyarakat.



Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025.

F. Langkah-Langkah Penelitian

Setiap pelaksanaan penelitian harus dilaksanakan mengikuti metode tertentu dengan cara yang terstruktur. Kemudian metode penelitian ini merupakan salah satu usaha atau perantara dalam rangka untuk mendapatkan jawaban atau solusi dari segala permasalahan.

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di stasiun televisi lokal SMTV Eces Pisan yang berada di Desa Serang Kec Cimalaka Kab Sumedang Jawa Barat 45353. Alasan penulis memilih karena penulis ingin meneliti suatu program yang menarik yang ada di televisi tersebut. Selain itu, penulis memiliki pengalaman magang sebelumnya di SMTV Eces Pisan yang memudahkan dalam mengidentifikasi informan yang relevan.

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Menurut Harmon paradigma adalah sesuatu cara yang medasar untuk melakukan berpikir, persepsi, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realita (Moleong, 2004:49). Paradigma konstruktivis adalah pendekatan yang dianut dalam penelitian ini.

Pendekatan konstruktivisme ini merupakan untuk memahami realitas pengalaman manusia dan realitas itu dibuat oleh kehidupan sosial. Pendekatan ini secara tidak langsung berfokus pada sebuah scope khusus. Maksudnya hanya bisa melihat bagaimana symbol dan bahasa di produksi dan direproduksi yang dihasilkan lewat berbagai sumber dan narasumber yang sudah disertai sebuah proses hubungan tersebut. (Butsi, 2019:48-55).

Paradigma ini digunakan oleh penulis untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah dan penyebaran pesan yang di gunakan dari program dakwah layung langit yang ditayangkan di SMTV Eces Pisan tersebut, Berdasarkan paradigma yang dikaji dan diteliti oleh penulis, maka dalam penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan dengan cara mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata bukan angka.

3. Metode Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses pencarian fakta yang dilakukan secara sistematis dengan metode yang objektif dan terukur, guna menemukan keterkaitan antar fakta serta menghasilkan kesimpulan, argumentasi, atau prinsip yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Menurut (Sulistiyani 2011).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, karena penulis mampu memberikan pemahaman yang jelas dan menyeluruh tentang masalah yang di inginkan. Dalam menggunakan metode ini penulis fokus pada mengamati subjek penelitian, kemudian akan mengumpulkan data dalam bentuk teks, gambar dan juga video yang berasal hasil dari penelitian di SMTV.

4. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam, yaitu :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data yang bersumber dari subjek utama penelitian dan diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan narasumber baik pihak televisi, produser, crew.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber yang telah ada. Pada data sekunder ini peneliti bisa menggali informasi di beberapa sumber seperti buku, jurnal, dokumen, arsip dan seluruh data informasi yang relevan dengan penelitian strategi dakwah pada program acara keagamaan smtv eces pisan.

5. Informan atau Unit Analisis

Menurut Marbun, et al., (2022:58) Informan adalah subjek penelitian yang memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Adapun

informan dalam penelitian ini adalah produser utama SMTV Eces Pisan dan Kordinator Program Dakwah Layung Langit.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkh yang paling strategis dalam penelitian, yang memiliki tujuan utama dari penelitian yaitu mendapatkan data (Sugiyono, 2022:104). Untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan, maka dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik diantaranya :

a. Observasi

Menurut nasution dalam buku (Sugiyono, 2022) observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan, untuk mengumpulkan data yang valid, penelitian ini menggunakan teknik observasi dengan mengunjungi langsung Lokasi penelitian, dengan teknik observasi ini penulis penulis akan lebih memahami bagaimana Strategi Dakwah Pada Program Keagamaan SMTV Eces Pisan secara langsung.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi antara kedua belah pihak yang sedang bertukar informasi melalui kegiatan tanya jawab, dengan tujuan untuk menggali sebuah pemahaman yang mendalam terhadap suatu topik tertentu (Sugiyono, 2022). Penelitian ini menggunakan teknik wawancara untuk mengetahui informasi yang lebih mendalam dan melengkapi data hasil dari observasi, jika observasi tidak lengkap dalam menggali datanya maka dapat menggunakan metode wawancara untuk mendapatkan informasi yang mendalam.

c. Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi untuk mendukung informasi-informasi hasil dari observasi dan wawancara.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam menentukan keabsahan data penelitian menggunakan teknik triangulasi dalam penelitian. Triangulasi adalah proses pengumpulan data dengan menggabungkan beberapa sumber data dan metode yang sedang digunakan. (Sugiyono, 2022).

Jadi teknik triangulasi ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang berbeda beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama, pengumpulan datanya dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

8. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data bermacam-macam dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. (Sugiyono, 2022).

Dalam melakukan teknik analisis data, penulis melakukan teknik analisis data model miles and Huberman, menurut Miles and Huberman (1984) dalam (Sugiyono, 2022) menyatakan bahwa untuk memastikan data jenuh, kegiatan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus-menerus hingga tuntas. Ada tiga kegiatan dalam analisis data yaitu, 1). Pengumpulan data (*Data Collection*) yang menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi, 2). Reduksi data (*Data Reduction*) yaitu mengumpulkan data

dengan cara merangkum, memilih hal-hal yang pokok untuk memfokuskan pada hal-hal yang penting dan dicari temanya, 3). Penyajian data (*Data Display*) yaitu menguraikan hasil dari penelitian secara singkat dengan teks yang bersifat naratif. 4). Penarikan Kesimpulan yaitu tahap akhir dari sebuah penelitian dengan dukungan dari bukti-bukti yang sesuai dengan data dilapangan.

