

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Media sosial menurut McGraw Hill Dictionary sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunikasi virtual. Maka, media sosial dapat didefinisikan situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya.

Menurut Van Dijk media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam berkegiatan maupun berkolaborasi (Ridwan, 2017). Media sosial hadir sebagai salah satu media berbasis *online* seperti facebook, twitter, line, path, instagram dan sebagainya. Media sosial tersebut memudahkan para penggunanya dalam berinteraksi sosial antara satu dengan yang lainnya dengan memproduksi, saling memberi dan bertukar informasi baik berupa gagasan dan berbagai konten dalam komunitas virtual (Sulianta, 2015) .

Media sosial dapat membantu manusia dalam berbagai aspek kebutuhan. Fenomena ini muncul hampir secara merata secara global, tidak terkecuali di Indonesia. *We are Social*, salah satu lembaga yang sering melakukan sensus penggunaan internet, khususnya di Asia, memperlihatkan bahwa pada Januari

2022 pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta dari total populasi penduduk di Indonesia yang berjumlah 276,4 juta jiwa.

Instagram merupakan aplikasi yang memfokuskan diri pada pengalaman untuk berbagi foto ataupun video ke jejaring sosial melalui perangkat *mobile*. Media instagram adalah salah satu media yang sangat *mainstream* yang banyak orang cari untuk memperoleh sebanyak-banyaknya informasi. Informasi penting yang tersedia di internet jumlahnya terus meningkat. Ini mencakup berbagai arsip gratis dan arsip umum, katalog perpustakaan, layanan pemerintah, dan sebagainya, dan berbagai pangkalan data komersial. Internet ibarat cairan yang berubah setiap detik. Begitu beritanya mengalir, maka pandanganyang berbeda, laporan, dan aneka pendapat mengairi berbagai arsip dan forum. Perkakas pelacak canggih, dengan nama seperti Gopher, *World Wide Web* (www), dan WAIS dapat membantu anda menemukan dan membawa pulang sumber daya ini. (Elviano Ardianto: 153).

Dikutip dari media *online* Katadata.co.id menurut *we are social* pengguna instagram di Indonesia termasuk yang terbanyak di dunia bersama India, Amerika Serikat dan Brazil. Di Indonesia, pengguna aktif per bulannya sebanyak 89,15 juta per Januari 2023.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat populer. Bagaimana tidak, aplikasi Instagram yang diluncurkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang kemudian di akusisi oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2012, telah memiliki 400 juta lebih pengguna dari seluruh dunia. Banyaknya anak muda

dan tak terkecuali para orang tua yang menggunakan instagram ini sebagai tempat bisnis, tempat mencari informasi, ataupun banyak yang mengupload foto ataupun beragam video kreatifitas, bahkan sekarang banyak meminati akun gosip di Instagram.

Penyebaran dalam kamus besar bahasa Indonesia memiliki arti proses, perbuatan. Penyebaran yang dimaksudkan penulis di sini adalah proses membagikan dakwah tersebut kepada khalayak ramai.

Sedangkan pengertian dakwah ditinjau dari segi bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan. Kata ini berasal dari *fi'il* (kata kerja) "*da'a-yad'u*, yang artinya memanggil, mengajak, atau menyeru. Sedangkan arti dakwah menurut para ahli pun beragam salah satunya pendapat Syekh Ali Mahfudz, dakwah adalah mengajak manusia mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, meyuruh mereka bebrbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan buruk agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Dakwah Islam sendiri selalu menyeru setiap manusia untuk menuju jalan kebaikan, jalan yang diridhoi oleh Allah SWT. Hal ini sejalan dengan sebagaimana ajaran agama Islam, umat Muslim sudah diharuskan atau diwajibkan untuk berdakwah. Dan makna dakwah bisa diselami secara lebih luas lagi. Makna dakwah tidak hanya kita bekerja sebagai *da'i*, tapi profesi apapun itu yang dibenarkan secara ajaran agama dan menyuarakan nilai-nilai Islam dan bersifat mengajak untuk lebih dekat dengan Allah bisa dikatakan sebagai sebuah bentuk dakwah. Termasuk jika kita mengikuti media *online* yang bernuansa muslim, menimba ilmu dan mencari informasi berkaitan dengan

Islam disana, itu juga merupakan bagian dari dakwah. Hal ini tercantum dalam Q.S An-Nahl : 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجِدِلْهُمْ بِالتِّي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya :

“Ajaklah manusia ke jalan Tuhan-mu dengan cara yang bijaksana, pengajaran yang baik dan berdialoglah dengan mereka dengan cara yang lebih baik.” (Qur’an Terjemah, Kemenag RI, 2012: 421).

Pada ayat ini dijelaskan Allah SWT memberikan pedoman kepada Rasul-Nya tentang cara mengajak dan menyeru kepada manusia untuk mengikuti jalan yang benar, yakni jalan yang hanya sesuai dengan syariat Islam. Demikian pentingnya dakwah dalam perspektif Islam sehingga tugas ini dijadikan sebagai kewajiban bagi semua umat Muslim. Dakwah memiliki banyak macamnya dan salah satunya adalah *Dakwah bit-Tadwin* yaitu penyampaian pesan dakwah melalui tulisan, baik dengan menertibkan koran, ,artikel-artikel, majalah, novel dan buku, karya tulis ilmiah bernuansa keIslaman dan lain-lain.

Muslim.or.id merupakan salah satu media online berbasis Islam yang menjadi urutan paling populer diantara situs Islam lainnya. Dalam situs ini, kajian Islam yang dibahas adalah berkaitan dengan aqidah, Manhaj, penyejuk hati, Fiqh Muamalah, sejarah, khutbah Jum’at, kalkulator waris, E-book dan lainnya. Selain itu, di situs online ini juga digunakan sebagai media *campaign* urntuk event-event yang dilaksanakan oleh muslim.or.id. Selain itu, untuk menarik minat dari mayoritas orang, berita-berita dan kegiatan yang juga

disiarkan di media ini tidak hanya melulu mengenai Islamnya saja, tapi juga terkait isu dan permasalahan terkini berkenaan dengan politik, kenaikan isu BBM dan lain-lain.

Muslim.or.id memiliki pengikut akun instagram yang cukup tinggi, yakni 743.345 yang mengikuti,. Muslim.or.id juga aktif menyiarkan dakwah dengan pemanfaatan media sosial youtubena yang memiliki jumlah subscribe 14 ribu. Kuantitas ini tentunya sangat menentukan keberhasilan dakwah.

Akun Instagram muslim.or.id di khususkan untuk kumpulan video dan postingan tentang ceramah yang dikelola oleh mahasiswa dan alumni di Yogyakarta dan sekitarnya. Muslim.or.id berusaha menyebarkan dakwah *Islamiyyah Ahlu Sunnah wal Jama'ah* di jagad maya. Moto Muslim.or.id adalah “Memurnikan Aqidah, Menebarkan Sunah” yang sudah berdiri dari tahun tanggal 2 mei tahun 2005. Dengan berkembangnya media sosial muslim.or.id membuat akun Instagram yang bernama muslim.or.id untuk menyebarluaskan dakwahnya di media sosial khususnya di Instagram. Tujuan pembuatan akun Instagram muslim.or.id ini selain bentuk penyebaran dakwah juga bisa lebih mendekatkan kepada masyarakat khususnya para remaja yang sering menggunakan gadget nya setiap setiap hari dan selalu mengakses media sosial Instagram untuk lebih melihat konten yang bermanfaat di Instagram.

Akun Instagram muslim.or.id sendiri membantu penyebaran dakwah kepada seluruh *mad'u* nya secara efektif dan menarik. Dakwah yang dilakukan muslim.or.id selain menggunakan media yang tren namun juga memiliki

beberapa penggunaan materi ataupun konten yang bisa dicerna oleh semua kalangan ataupun segala umur yang mana para pengikut dari akun Instagram muslim.or.id baik usia muda ataupun tua sebagai pengguna instagram sedang banyak membutuhkan penanaman moral dan pengetahuan secara Islami yang didapatkan dari media sosial instagram.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka disimpulkan fokus penelitian yang akan diteliti lebih dalam adalah :

1. Bagaimana peran media sosial instagram akun muslim.or.id dalam penyebaran dakwah?
2. Bagaimana pengemasan pesan konten dakwah pada Instagram muslim.or.id?
3. Bagaimana pandangan pengikut Instagram muslim.or.id sebagai media sosial penyebaran dakwah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui peran media sosial instagram akun muslim.or.id dalam penyebaran dakwah.
2. Untuk mengetahui pengemasan pesan dakwah pada Instagram muslim.or.id.
3. Untuk mengetahui pandangan pengikut Instagram muslim.or.id sebagai media sosial penyebaran dakwah.

D. Kegunaan Penelitian

Secara garis besar, ada dua kegunaan dalam penelitian ini. Keduanya dijelaskan sebagai berikut :

1. Kegunaan Akademis

Dapat menambah pengetahuan yang terkait dengan ilmu dan komunikasi di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya tentang metode penyebaran dakwah melalui Instagram.

2. Kegunaan Praktis

Memudahkan dalam penyampaian dakwah dengan disesuaikan zaman sekarang yang bisa memanfaatkan media sosial khususnya instagram yang sering digandrungi masyarakat sekarang terutama para remaja.

E. Hasil Penelitian Yang Relevan

1. Zida Zakiyatul Husna (2020), mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Tulung Agung dengan judul “Peran Media Sosial Instagram Dalam Perkembangan Dakwah di Media Sosial Studi Kasus Akun @ala_nu”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sampel penelitian ini adalah followers akun @ala_nu. Sampel penelitian ditentukan secara simple random sampling, dimana peneliti memilih sample dari populasi secara acak. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan study literatur. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan cara reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

2. Ikhsan Tila Mahendra (2017), mahasiswa Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “Peran Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi”. Permasalahan yang diteliti pada skripsi ini berkenaan dengan media sosial Instagram dapat mempengaruhi pola pergaulan dan mempengaruhi kepribadian remaja. Persamaan penelitian dengan penulis yaitu penggunaan Instagram sebagai medianya dan sama sama menggunakan metode kualitatif.

Tabel penelitian yang relevan :

Tabel 1.1 Hasil Penelitian yang Relevan

No.	Judul Skripsi	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1.	Peran Media Sosial Instagram Dalam Perkembangan Dakwah di Media Sosial Studi Kasus Akun @ala_nu	Zida Zakiyatul Husna (2020)	Jenis Penelitian, Metode Penelitian, Teori Penelitian.	Sumber Data, Subjek Penelitian, Objek Penelitian.
2.	Peran Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi	Ikhsan Tila Mahendra (2017)	Jenis Penelitian, Metode Penelitian, Konsep Peranan Media	Sumber Data, Objek Penelitian, Subjek Penelitian, Paradigma dan Pendekatan Penelitian.

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Secara teoritis penulis menggunakan teori komunikasi Berlo S-M-C-R (Berlo, 1960) mengambil pendekatan yang berbeda untuk mengkonstruksi model. ia menciptakan model yang ia sebut menjadi model dari isi komunikasi. model ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mengontrol atas empat elemen komunikasi yaitu: *Source*/sumber, *Message*/pesan, *Channel*/media serta *Receiver*/Penerima. model ini menjanjikan pertolongan dalam mengidentifikasi faktor-faktor khusus yang digunakan pada eksperimen. Dalam model komunikasi David K.Berlo (1960), diketahui bahwa komunikasi terdiri dari empat proses utama yaitu SMCR (*Source, Message, Channel, serta Receiver*) kemudian ditambah tiga Proses sekunder yaitu *Feedback*, efek, serta Lingkungan. Proses utama adalah sebagai berikut:

- a. Sumber (*Source*) Sumber adalah seseorang yang menyampaikan pesan atau dalam komunikasi bisa disebut sebagai komunikator. Walaupun sumber umumnya melibatkan individu, tetapi pada hal ini sumber juga melibatkan banyak individu. contohnya, pada organisasi, partai, atau lembaga tertentu. sumber juga seringkali dikatakan sebagai *source, sender, atau encoder*.
- b. Pesan (*Message*) Pesan adalah isi dari komunikasi yang mempunyai nilai dan disampaikan oleh seseorang (komunikator). Pesan bersifat menghibur, informatif, edukatif, persuasif, dan juga mampu bersifat propaganda. Pesan disampaikan melalui dua cara, yaitu verbal serta nonverbal. bisa melalui tatap

muka atau melalui sebuah media komunikasi. Pesan mampu dikatakan sebagai *Message, Content, atau Information*.

- c. *Channel* (Media dan Saluran Komunikasi) Sebuah saluran komunikasi terdiri atas tiga bagian yaitu lisan, tertulis, serta elektronik. Media disini artinya sebuah alat untuk mengirimkan pesan tersebut. Misalkan secara personal (komunikasi interpersonal), maka media komunikasi yang digunakan ialah panca indra atau bisa menggunakan media telepon, telegram, handphone, dimana media ini bersifat eksklusif. Sedangkan komunikasi yang bersifat massa (komunikasi massa), dapat menggunakan media cetak (koran, surat kabar, majalah, dll), sedangkan media elektronik dapat menggunakan internet, TV serta radio. tetapi buat internet, termasuk media yang fleksibel, sebab bisa bersifat eksklusif dan mampu bersifat massa. karena, internet mencakup segalanya. Bila anda membuka website maka media ini bersifat massa, tetapi bila anda chatting melalui model: *Yahoo! Messenger*, maka media ini bersifat interpersonal, dan bila anda menuliskan blog (*blogging* atau menulis *diary*), media ini bisa berubah menjadi media yang bersifat intrapersonal (pada diri sendiri).
- d. *Receiver* (Penerima Pesan) Penerima merupakan orang yang menerima pesan dari komunikator melalui media. Penerima adalah elemen yang krusial dalam menjalankan sebuah proses komunikasi. sebab, penerima menjadi sasaran dari komunikasi tersebut. Penerima bisa pula disebut sebagai public, khalayak, masyarakat, dll

2. Landasan Konsepptual

a. Peran

Peran adalah aktivitas yang dijalankan seseorang atau suatu lembaga/organisasi. Peran yang harus dijalankan oleh suatu lembaga/organisasi biasanya diatur dalam suatu ketetapan yang merupakan fungsi dari lembaga tersebut. Peran itu ada dua macam yaitu peran yang diharapkan (*expected role*) dan peran yang dilakukan (*actual role*).

b. Media Sosial

Media sosial adalah media yang memungkinkan penggunaanya untuk saling melakukan aktivitas sosial secara virtual melalui jaringan internet. Media sosial instagram adalah keniscayaan sejarah yang telah membawa perubahan dalam proses komunikasi manusia. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui komunnikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa, berubah total dengan perkembangan tekhnologi komunikasi dewasa ini, khususnya internet.

c. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto yang dapat dilihat oleh *followers* dari pengunggah foto tersebut dan dapat saling memberikan komentar antara sesamanya. Nama Instagram sendiri berasal dari insta dan gram, “insta” yang berasal dari kata instant, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebuah “foto instan” dan “gram” yang berasal dari telegram yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain secara cepat.

d. Dakwah

Dakwah dalam bahasa Arab adalah menyeru atau mengajak. Dalam konteks Islam, pengertian dakwah merujuk pada proses menyeru, menyampaikan, mengajak manusia kepada risalah Islam, menuju Tuhan, menuju Kebenaran, menuju jalan yang benar yang ditentukan oleh Allah Swt untuk seluruh umat manusia.

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan pada akun Instagram muslim.or.id yang akan diobservasi secara mendalam.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan adalah paradigma yang acuannya terhadap pembahasan, pemanfaatan dan peranan serta hambatan dan solusi yang akhirnya menimbulkan sebuah kerangka baru untuk diteliti dan ditemukan masalahnya.

Dari paradigma tersebut, maka peneliti memilih pendekatan yang dapat berfokus pada peran media sosial yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya persepsi, motivasi, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Dapat disimpulkan bahwa paradigma yang diterapkan dan pendekatan kualitatif merupakan kombinasi yang relevan mengumpulkan data menganalisis data dengan sedalam-dalamnya (Kriyantoto, 2017).

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dalam menghasilkan data yang diperlukan. Sugiyono dalam bukunya menjelaskan bahwa metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode mengumpulkan, menganalisis data yang mendeskripsikan atau menggambarkan suatu keadaan dan hasil temuan penelitian lapangan yang bersifat non-hipotesis. Berdasarkan uraian di atas, penelitian deskriptif kualitatif pada penelitian ini akan menggambarkan fakta dengan cara yang sistematis serta akurat, tentang peran media sosial Instagram akun mulim.or.id dalam penyebaran dakwah.

Untuk melengkapi data penelitian ini digunakan pula metode penelitian pustaka (*library research*). Metode kepustakaan ini termasuk kedalam salah satu jenis metode penelitian kualitatif yang lokasi atau tempat penelitiannya dilakukan di pustaka, dokumen, arsip, dan lain sejenisnya.

Metode penelitian kualitatif ini juga dijelaskan oleh Strauss dan Corbin sebagai sebuah penelitian yang temuannya tidak mengacu pada prosedur statistik atau bentuk hitungan yang lain. (Afrizal, 2015: 12). Oleh karenanya data-data yang akan diperoleh adalah berupa kumpulan kata-kata, catatan lapangan saat observasi, transkrip wawancara, foto, catatan kecil pribadi atau dokumen lainnya yang terkait.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Peneliti menggunakan jenis data kualitatif dalam penelitiannya. Jenis data ini mengumpulkan hasil penelitian dalam bentuk kata-kata dan kalimat. Maka hasil penelitian akan diuraikan dalam bentuk narasi yang sistematis dan logis. Tentunya, dengan metode dan pendekatan kualitatif seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

b. Sumber Data

Sumber data primer adalah sumber data dari hasil informasi tertentu mengenai suatu data dari seseorang tentang masalah yang sedang akan diteliti oleh seorang peneliti (sumber informan). Data primer adalah ragam kasus baik berupa orang, barang, binatang, atau lainnya yang menjadi subjek penelitian (sumber informasi pertama, *first hand* dalam mengumpulkan data penelitian (Dewi Sadiah, 2015: 87)). Peneliti menggunakan beberapa konten yang di posting oleh akun instagram muslim.or.id sebagai sumber data primer yaitu “Cara Atur Shaf Anak-anak di Masjid” dan “Ketika Orang Tua Berdoa Buruk Untuk Anaknya”.

Sedangkan sumber data yang kedua adalah data sekunder yang merupakan data yang tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, melainkan peneliti mengkaji ulang data-data yang sudah ada melalui arsip dokumen, artikel atau sumber bacaan berupa buku yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

5. Informan atau Unit Analisis

a. Informan

Informan adalah narasumber yang bisa diajak untuk wawancara dan menggali berbagai sumber data yang diperlukan dalam proses penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah sepuluh (10) orang yang mengikuti akun instagram muslim.or.id. Berikut kriterianya : Informan tercatat mengikuti dan telah menonton postingan Cara “Atur Shaf Anak-anak di Masjid” dan “Ketika Orang Tua Berdoa Buruk Untuk Anaknya” di akun Instagram muslim.or.id

b. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitiannya, peneliti memilih Teknik *simple random sampling*, dimana peneliti memilih sample dari populasi secara acak (Sugiyono: 2017). Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan *study literatur*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan cara reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah kegiatan yang dilakukan antara satu orang dengan orang lainnya, atau satu orang dengan kelompok melalui proses tanya jawab dalam *direct communication* (Komunikasi Langsung).

b. Observasi

Teknik ini dimaksudkan untuk menjangring *original action* maupun *original interaction* di lapangan. (Sudadyana, 2018:174). Dalam observasi seperti ini, ada beberapa yang menjadi fokus dalam observasi, diantaranya : (1) Tingkah laku

non-verbal; (2) Tingkah laku linguistik; (3) Tingkah laku khusus; (4) Tingkah laku ekstra linguistic. (Prof. Dr. A. Muri Yusuf, 2014).

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode yang dipergunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, agenda dan sebagainya. (Syahida, 2020: 113'130).

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

a. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas dilakukan oleh peneliti agar menjamin akurasi, kebenaran dan keabsahan dari data yang telah dikumpulkan sebelumnya.

b. Uji Transferabilitas

Uji transferabilitas ini dimaksudkan agar hasil penelitian ini dapat dipastikan transparansinya. Uji transferabilitas ini memastikan bahwa objek penelitian sesuai dengan konteksnya dan memiliki letak perbedaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan di wilayah lain.

c. Kecukupan Referensi

Adapun referensi yang digunakan peneliti dalam penyusunan hasil penelitiannya adalah buku-buku, artikel dan jurnal ilmiah, serta penelitian sebelumnya yang relevan. ini juga dapat memperkaya data di lapangan.

8. Teknik Analisis data

Analisis data dalam penelitian kualitatif tidak akan terlepas dari beberapa proses, diantaranya :

a. Reduksi Data

Proses dimana data diklarifikasi, dibagi lagi ke dalam komponen-komponen atau unit hingga terseleksi data mana yang esensial untuk digunakan dan mana yang akan dibuang, difokuskan serta disederhanakan

b. Penyajian/*Display* Data

Proses dimana dilakukan perangkaian informasi dari data yang diperoleh dan pengorganisasian data untuk pengambilan kesimpulan

c. Verifikasi

Proses dimana kesimpulan ditarik sebagai hasil penelitian, baik hasil sementara atau hasil penelitian akhir. Ketiga proses tersebut juga diperkuat oleh Miles dan Huberman dalam bentuk teknis analisis mengalir (*flow chart*) (Huberman, t.t: 142).

