

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Cepatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi membuat banyak hal berubah terutama dalam hal trend di industri komunikasi di seluruh dunia. Trend yang dimaksud di sini adalah kemunculan beragam media baru yang memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi baru. Media-media yang awalnya hanya berupa media konvensional seperti televisi, radio, koran, majalah, dan lain-lain, saat ini sudah berubah atau merambah media baru untuk memperluas penyebaran informasi sekaligus mengikuti perkembangan zaman. Media tersebut yang sekarang kita kenal dengan istilah media massa online.

Dikutip dari Fadhli (2021) Margianto & Syaefullah menyebut bahwa perkembangan media massa online di Indonesia baru terjadi di tahun 1990-an, tepatnya setelah Indonet, yang merupakan layanan internet komersil pertama di Indonesia, hadir di tahun 1994. Dikutip dari Fadhli (2021) media konvensional pertama di Indonesia yang melebarkan sayapnya ke media online adalah Republika Online, dimana situs web www.republika.co.id dirilis pada tahun 17 Agustus 1994, setelah itu ada Tempo.co, Bisnis Indonesia, Harian Waspada, Harian Kompas, dan masih banyak lagi. Namun Republika Online saat itu belum menjalankan website tersebut secara baik, atau masih berfokus untuk menjalankan media konvensionalnya, oleh karena itu yang menjadi pelopor atau media online pertama yang aktif menjalankan websitenya adalah Detik.com, yang sebenarnya baru pada tahun 1998 berdiri atau dibuat. Hal ini

dikarenakan detik.com merupakan media baru yang tidak memiliki media konvensional sebagai dasarnya, berbeda dengan media-media lainnya.

Sehingga pada akhirnya di zaman sekarang, media-media konvensional itu mulai memfokuskan diri untuk terus mengembangkan dan merambah media-media online baru seperti website, *Instagram*, *Youtube*, dan aplikasi-aplikasi lainnya yang hasilnya dari peliputannya berbentuk digital. Misalnya radio yang kini mulai merilis radio online serta siniar (*podcast*) di berbagai macam *platform* seperti *Spotify*, *Noice*, dan lain-lain, media cetak mulai menyediakan tulisan dalam bentuk *e-paper* yang dapat diakses di website resmi mereka, media televisi pun juga mulai merambah ke media *Youtube*, dengan memberikan cuplikan-cuplikan tayangan mereka ataupun melakukan *live streaming* di akun *Youtube* resmi mereka.

Media massa sendiri menurut Bungin (dalam Habibie. 2018, h. 79) merupakan sarana komunikasi dan juga informasi dalam menyebarkan informasi secara masif serta mudah diakses oleh masyarakat luas. Selain itu Hamad (dalam Romli. 2021, h. 23) menyatakan bahwa media massa merupakan suatu institusi maupun lembaga yang menjalankan serangkaian kegiatan produksi informasi maupun budaya yang dilaksanakan menggunakan berbagai macam komunikasi massa, untuk disebarkan kepada khalayak luas sesuai dengan kebiasaan mereka.

Disisi lain menurut Nur (2021, h. 23), yang termasuk kedalam media massa yaitu media cetak, media elektronik, dan media online. Nur (2021, h. 52) juga menambahkan bahwa yang termasuk kedalam media massa online meliputi

media internet seperti website, dan media sosial. Dimana dalam hal ini mengapa infobekasi.coo dapat digolongkan kedalam media massa online adalah karena infobekasi.coo merupakan salah satu lembaga media massa yang ada di kawasan Bekasi dan Sekitarnya, dan menggunakan internet sebagai penunjang mereka dalam menyebarkan informasi, mulai dari website, Facebook, Twitter, TikTok, dan yang terbesar adalah Instagram.

Media online sendiri menurut Suryawati (2011, h. 46) merupakan sebuah media komunikasi yang memanfaatkan internet sebagai penunjangnya. Sedangkan menurut Akbar (2005, h. 13) media online merupakan media yang dapat diakses melalui internet. Di mana salah satu media online yang berkembang pesat dan menjadi salah satu media massa online terbesar di Bekasi adalah infobekasi.coo.

Selain itu menurut Romli (dalam Romli. 2021, h. 23) terdapat beberapa fungsi dari media massa, yakni: penyebaran informasi, hiburan, pengawasan, persuasi, dan juga pendidikan. Disisi lain Effendy (dalam Gumilar dan Zulfan. 2014, h. 86) menyebut bahwa fungsi media massa secara umum adalah fungsi informasi, fungsi pendidikan, dan fungsi mempengaruhi. Selain itu Norris (dalam Habibie. 2018, h. 80) salah satu fungsi dari media massa atau pers adalah *civic form*, yaitu media massa sebagai pengawas pemerintah dan alat komunikasi publik. Dimana pada penelitian yang akan peneliti lakukan, lebih menekankan kepada fungsi media massa yakni sebagai media informasi bagi masyarakat.

Dalam hal ini terdapat beberapa media massa Bekasi yang menjadi sumber informasi masyarakat Bekasi, yakni sebagai berikut:

Table 1: Akun Media Bekasi Per 9 Maret 2022

Akun Instagram	Pengikut/<i>Followers</i>	Diikuti/<i>Following</i>	Jumlah Postingan
@infobekasi.coo	376.000	359	5.886 Post
@infobekasi	228.000	5.400	9.435 Post
@bekasiinfo_id	19.300	2.018	1.756 Post
@onlinebekasi	60.000	238	5.732 Post
@bekasi_24_jam	189.000	247	9.902 Post

Salah satu media massa online Bekasi yang menarik perhatian peneliti dalam penelitian ini adalah media infobekasi.coo yang merupakan salah satu media online terbesar di daerah Bekasi dan Sekitarnya. Hal tersebut dibuktikan dengan besarnya pengikut yang mereka miliki jika dibandingkan dengan media lainnya, yakni sebanyak 376.000 pengikut per bulan Maret 2022. Dimana infobekasi.coo berdiri pada April 2015 dibawah naungan PT. Gagas Integra Solution, dan mengusung gagasan pemberitaan yang mendidik, mencerahkan dan membangun optimisme.

Selain itu mengedepankan pemberitaan berdasarkan fakta bukan opini atau penyesian opini, juga mengusung prinsip *cover both side*, yang artinya tidak memandang suatu hal dari satu sisi saja. Infobekasi.coo juga mengusung gagasan baru dalam dunia jurnalistik, yakni *Good News is Good News*, dan

meninggalkan gagasan lama yakni *Bad News is Good News*. Selain itu yang membedakan infobekasi.coo dengan media lainnya adalah menggabungkan jurnalisme konvensional dengan jurnalisme warga, hal ini dimaksudkan agar infobekasi.coo dapat menjadi media yang paling *update* dan *actual* dibandingkan media lainnya. Infobekasi.coo memiliki prinsip “Kami hadir bukan untuk menghakimi, tapi kami hadir untuk mencerahkan dan memberikan perspektif yang lebih luas”.

Dalam hal ini terdapat penelitian serupa juga melakukan kajian mengenai sikap lembaga terhadap sebuah media, yakni penelitian yang dilakukan oleh Fuzy Restyani Suci yang ditulis pada tahun 2019 dan berjudul *Sikap Masyarakat Kota Rangkasbitung Pada Program Bank Sampah* mana pada penelitian ini peneliti menekankan satu permasalahan utama yang ingin diteliti, yakni mengenai bagaimana sikap masyarakat Kota Rangkasbitung pada program bank sampah. Selain itu metode yang digunakan pada penelitian kali ini adalah deskriptif kualitatif yang menggunakan metode wawancara dan observasi langsung dalam memperoleh data-data yang dibutuhkan.

Dimana pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa berdasarkan hasil wawancara dan observasi, semua informan memang mengetahui Bank Sampah, masyarakat sebagai informan pada program Bank Sampah di kota Rangkasbitung hampir seluruhnya merespon baik dengan adanya program Bank Sampah ini karena manfaat yang dihasilkan cukup positif, hanya saja empat diantara sepuluh orang informan tidak ikut aktif bergabung dalam program Bank Sampah di kota Rangkasbitung namun tetap mendukung dan

menyetujui adanya Bank Sampah ini. Selain itu peneliti juga memberikan saran bahwa di beberapa titik lokasi Bank Sampah sudah tidak berdiri lagi namun tetap berjalan aktivitas membuatnya, hal ini disebabkan oleh Bank Sampah yang berdiri bukan di tanah milik pemerintah melainkan di tanah milik orang lain yang sewaktu-waktu memang bisa diambil alih, Untuk itu sebaiknya bagi pemerintah setempat seharusnya hal ini dibantu dan ditangani agar terus berjalannya Bank Sampah di beberapa wilayah di Rangkasbitung. Bank Sampah juga harus tetap berjalan karena ini merupakan bentuk solusi untuk membuka lahan pekerjaan. Semua perbedaan baik pendapat maupun pikiran yang bertentangan tidak dijadikan sebagai alasan untuk menghambat berdirinya Bank Sampah di Rangkasbitung.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan terdapat pada subyek penelitian, di mana pada penelitian yang dilakukan oleh Fuzy Restyani Suci lebih menekankan pada media Masyarakat Kota Rangkasbitung, sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan lebih menekankan pada media Pemerintah Kota Bekasi yang diwakili oleh Humas Setda Kota Bekasi sebagai lembaga berwenang tertinggi di Kota Bekasi. Selain itu terdapat perbedaan pada obyek penelitian yang dituju, dimana pada penelitian yang dilakukan oleh Fuzy Restyani Suci menekankan kepada salah satu program, yakni program bank sampah. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan lebih menekankan pada fungsi media informasi dari salah satu media massa online terbesar di Kota Bekasi yakni infobekasi.coo

Penelitian yang serupa lainnya yang peneliti temukan adalah penelitian yang disusun oleh Riski Purwo Darminto yang ditulis pada tahun 2017 dan berjudul *Fungsi Media Online dan Manfaatnya Bagi Pengembangan Pesan Dakwah Kepada Publik (Studi Media Online di Lampung)*. Dimana pada penelitian kali ini menekankan pada permasalahan yakni mengenai fungsi media online terhadap pengembangan pesan pada dakwah dan juga mengenai bagaimana pemanfaatan media online dalam pengembangan pesan dakwah. Dimana metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yakni dengan penelitian pustaka (*Library Research*).

Dimana hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Riski Purwo Darminto pada pertanyaan penelitian pertama adalah pada dasarnya fungsi serta manfaat dari media online dakwah yakni sebagai media penyebar informasi yang informatif untuk umat islam. Terlebih dengan adanya media islam seperti Redaksi MUI, Redaksi PWNU, dan Redaksi Muhammadiyah Lampung diharapkan dapat menjadi acuan dalam mendapatkan informasi yang benar. Sedangkan pada penelitian kedua, peneliti menyimpulkan bahwa media online berfungsi sebagai katalisator atau percepatan penyebaran dakwah yang dilakukan secara lisan maupun tulisan. Selain itu media online juga dapat memungkinkan dakwah dikemas secara lebih menarik, efektif dan mengena.

Sedangkan yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah dalam hal konteks penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Riski Purwo Darminto lebih meneliti mengenai pemanfaatan media online di ranah penyebaran dakwah. Sedangkan penelitian yang hendak

peneliti lakukan lebih menekankan pada sikap pemerintah, memandang fungsi media massa online yakni sebagai media informasi masyarakat.

Oleh sebab itu pada penelitian kali ini, peneliti hendak meneliti mengenai ***“Sikap Pemerintah Kota Bekasi Mengenai Fungsi Media Massa Online infobekasi.coo Sebagai Media Informasi.”*** Dimana alasan atau dasar peneliti ingin meneliti hal tersebut adalah karena peneliti melihat bahwa pemberitaan serta konten yang disajikan oleh infobekasi.coo di media-media yang mereka miliki, mayoritas berkaitan atau membahas seputar Kota Bekasi, dan tidak jarang infobekasi.coo membuat beberapa postingan yang seolah-olah mengkritik secara keras atas pemerintahan yang sedang dijalankan di Pemerintahan Kota Bekasi.

Contoh postingan yang seolah-olah mengkritik Pemerintah Kota Bekasi adalah adalah postingan mengenai toilet di Gedung Parkit GOR Patriot Candrabhaga pada media Instagram @infobekasi.coo dan juga artikel di website mereka yang berjudul “Rangkuman Sungai Tercemar Bekasi Tahun 2020-2021”. Sebagai berikut:



Gambar 2: Postingan WC Stadion Patriot Bekasi

PERISTIWA
Rangkuman Sungai Tercemar Bekasi Tahun 2020-2021

GERRALDUS KRISNO DESEMBER 21, 2021



Gambar 1: Artikel Rangkuman Sungai Tercemar Bekasi

Dimana di postingan tersebut infobekasi.coo mengkritik pemerintah Kota Bekasi yang kurang memperhatikan fasilitas yang ada di GOR Patriot Candrabhaga, padahal saat itu CFD atau *Car Free Day* akan dibuka kembali, dan salah satu fasilitas toilet atau WC terdekat adalah toilet di Gedung Parkir Stadion Patriot Candrabhaga. Selain itu infobekasi.coo juga membuat suatu artikel yang secara tidak langsung mengkritik kinerja dari pemerintah Kota Bekasi. Dimana infobekasi.coo membuat artikel yang berjudul “Rangkuman Sungai Tercemar Bekasi Tahun 2020-2021”. Dimana postingan tersebut berisikan rangkuman pencemaran sungai yang terjadi di kawasan Bekasi, baik di wilayah Kota Bekasi, maupun wilayah Kabupaten Bekasi.

Selain itu infobekasi.coo juga pernah berselisih dengan salah satu admin dari media sosial Twitter Pemerintah Kota Bekasi, dimana hal tersebut mengundang salah satu media online terbesar di Indonesia yakni Kumparan.com dan diberikan judul *“Dianggap Tak Sopan, Admin Twitter Pemkot Bekasi Dirisak Warganet”*. Dimana dikutip dari Kumparan.com (2018) awalnya akun Twitter infobekasi.coo di @infobekasi menuliskan keluhannya terkait keluhannya terhadap akun Twitter @pemkotbekasi di hari Minggu, 18 November 2018. Dimana akun Twitter @infobekasi menulis *“Apa kabar @POT_bekasikota....? Banyak keluhan loh, terkait responnya. Lambat. Pelayanan keluhan warga berbasis digital utamanya penataan di SDM @pemkotbekasi kalo SDM ga siap. Tak berguna juga sistemnya.”* Tak berlangsung lama, tweet tersebut akhirnya dibalas oleh salah satu admin dari pemkot Bekasi, dimana admin tersebut menjawab dengan kata-kata yang terkesan kasar dan arogan, yakni dengan menulis bahwa *“sebelum mention, apakah sdh lihat status pengaduan di aplikasi android dan websitenya ? jk blm optimal, akan ditingkatkan dan makasih masukannya.”* Dimana akhirnya balasan tersebut mendapatkan banyak kritikan dari masyarakat yang menyebut bahwa seharusnya admin dari akun Twitter @pemkotbekasi harus lebih bisa menahan emosinya dan tidak boleh *baper* (bawa perasaan) atas kritikan atau masukan yang diberikan. Tentunya ini menjadi salah satu permasalahan yang pernah terjadi diantara Pemerintah Kota (Pemkot) Bekasi dengan media infobekasi.coo.

Namun disisi lain, infobekasi.coo dan Humas Bekasi Kota juga terlibat dalam kerjasama dan saling membantu. Khususnya dalam menyebarkan konten-konten mengenai vaksinasi dan penyebaran bantuan di beberapa daerah di Kota Bekasi. Salah satu contoh bantuan atau kerjasama yang pernah dilakukan oleh infobekasi.coo kepada Humas Bekasi Kota adalah sebagai berikut:



Gambar 3: Artikel Pemkot Bekasi dan ACT Bekasi mengirimkan bantuan



Gambar 4: Postingan Vaksinasi Lansia

Dimana kedua postingan diatas merupakan salah satu contoh bantuan atau kerjasama yang dilakukan oleh infobekasi.coo dan Humas Bekasi Kota dalam rangka memperluas jangkauan informasi mengenai program atau kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bekasi. Dimana hal diatas terlihat dari

unggahan postingan mengenai kegiatan vaksinasi yang hanya diunggah di media sosial Humas Kota Bekasi dan infobekasi.coo. Dapat terlihat bahwa secara langsung, maupun tidak langsung terdapat hubungan yang saling keterkaitan dan membutuhkan diantara kedua pihak tersebut, baik pemerintah kota Bekasi maupun infobekasi.coo. Dimana pemerintah Kota Bekasi membutuhkan infobekasi.coo dalam hal penyebarluasan informasi serta penghubung antara pemerintah dan masyarakat Bekasi. Sedangkan infobekasi.coo membutuhkan Pemerintah Kota Bekasi dalam rangka pemenuhan konten atau pemberitaan di media mereka.

Di mana tujuan atau urgensi dari penelitian kali ini adalah agar media-media online di kawasan Bekasi dan Sekitarnya mengetahui sikap dari Pemerintah Kota Bekasi atas fungsi mereka sebagai media informasi masyarakat. Hasil dari penelitian kali ini, nantinya dapat menjadi masukan atau tolak ukur bagi media infobekasi.coo dan media-media massa Bekasi dalam membina hubungan dengan Pemerintah Kota Bekasi yang merupakan bagian yang tidak bisa terpisahkan dari media infobekasi.coo. Selain itu infobekasi.coo juga jadi dapat mengetahui bagaimana sikap Pemerintah Kota Bekasi mengenai fungsi media massa online infobekasi.coo sebagai media informasi masyarakat.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana sikap Pemerintah Kota Bekasi mengenai keberadaan media massa online infobekasi.coo sebagai media informasi masyarakat?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut: Untuk mengetahui sikap Pemerintah Kota Bekasi terkait fungsi media massa online infobekasi.coo sebagai media informasi di tengah masyarakat.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai media massa online serta memberikan kajian baru mengenai media massa yang berada di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Media Massa Online

Membantu media massa online, khususnya di daerah Bekasi dan sekitarnya mengenai bagaimana pandangan pemerintah atas fungsi media massa online ini di daerah mereka.

b. Bagi Pemerintah Kota Bekasi

Dapat memberikan atau menyuarakan pendapat pemerintah Kota Bekasi terkait dengan fungsi media massa online di daerah Bekasi dan Sekitarnya, terutama daerah Kota Bekasi.

1.5 KERANGKA TEORI

1.5.1 Sikap

Menurut Nugroho (dalam Harsoyo, Setiyati, dan Savero. 2016, h. 27) menyatakan bahwa sikap merujuk kepada bagaimana seseorang memikirkan, merasakan, ataupun melakukan tindakan terhadap obyek atau stimulus yang diberikan kepadanya. Selain itu Rakhmat (dalam Chandra. 2013, h. 225) juga menyatakan bahwa sikap merupakan kecenderungan individu untuk dapat berpersepsi, merasakan, serta bertindak atas objek yang dituju. Dalam hal ini obyek dari sikap dapat berupa benda, orang, tempat, gagasan, ataupun kelompok. Disisi lain menurut Notoatmodjo (dalam Kusumasari. 2015, h. 33) sikap merujuk kepada respon atau reaksi dari individu terhadap stimulus atau obyek yang dituju. Sedangkan menurut Walgito (dalam Kusumasari. 2015, 33) sikap merujuk kepada bagaimana individu dapat mengontrol keyakinan atau pendapat yang mereka miliki dengan perasaan mereka sehingga dapat memberikan dasar bagi individu tersebut dalam bertindak terhadap obyek atau stimulus yang diberikan.

Salomon (dalam Harsoyo, Setiyati, dan Severo. 2016, h. 28) menjabarkan bahwa terdapat 3 komponen dalam sikap, yakni kognitif (pengetahuan/kepercayaan), afektif (perasaan), serta konatif (tindakan).

Maksud dari komponen kognitif menurut Salomon (dalam Harsoyo, Setiyati, dan Severo. 2016, h. 28) merujuk kepada kepercayaan ataupun pengetahuan dari individu mengenai obyek yang dituju. Disisi lain

Schiffman dan Kanuk (dalam Tjandra dan Tjandra. 2013, h. 44) merupakan pengetahuan yang diperoleh individu baik melalui pengalaman langsung, citra obyek, maupun informasi mengenai obyek yang dituju. Disisi lain Pike dan Ryan (dalam Carrie dan Haryanto. 2021, h. 42) memaparkan bahwa komponen dari kognitif berisikan keyakinan serta pengetahuan mengenai suatu obyek, terlebih atas suatu hal yang berbentuk fisik dan nyata. Baloglu dan McCleary (dalam Carrie dan Haryanto. 2021, h. 42) memaparkan bahwa komponen kognitif mengarah kepada pengetahuan dan keyakinan individu akan obyek yang menjadi tujuannya dan apa yang tergambar atau tepikirkan mengenai obyek tersebut secara internal diri. Terlebih dalam penelitian ini adalah mengenai pengetahuan yang ditampilkan oleh media massa online infobekasi.coo.

Selanjutnya komponen afektif menurut Salomon (dalam Harsoyo, Setiyati, dan Saverio. 2016, h. 28) merujuk kepada aspek emosional ataupun perasaan dari seseorang terhadap obyek yang dituju. Terlebih apakah individu tersebut senang ataupun tidak senang terhadap obyek atau pesan yang disampaikan. Dimana menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Tjandra dan Tjandra. 2013, h. 44) merupakan perasaan atau emosi individu terhadap suatu obyek atau stimulus yang mereka dapatkan. Sedangkan menurut Hawkins dan Mothersbaugh (dalam Tjandra dan Tjandra. 2013, h. 43) afektif merupakan perasaan atau reaksi emosional individu terhadap obyek yang dituju. Sedangkan

menurut Bigne, Andreu, dan Gnoth (dalam (Carrie dan Haryanto. 2021, h. 42) komponen afektif lebih menekankan kepada respons atau penilaian emosional individu yang mencerminkan perasaan individu tersebut terhadap obyek yang dituju. Hosany dan Gilbert (dalam Carrie dan Haryanto. 2021, h. 42) juga menyatakan bahwa secara umum, afektif memiliki pemahaman yang lebih luas ketimbang hanya perasaan, emosi, ataupun suasana hati seseorang.

Sedangkan komponen konatif Salomon (dalam Harsoyo, Setiyati, dan Saverio. 2016, h. 28) merupakan komponen yang merujuk kepada tindakan atau reaksi individu terhadap obyek ataupun stimulus/pesan yang diberikan. Schiffman dan Kanuk (dalam Tjandra dan Tjandra. 2013, h. 44) merupakan kecenderungan atau kemungkinan atas reaksi individu ketika mendapatkan stimulus/pesan, seperti tindakan, kebiasaan, atau perilaku yang dilakukan terhadap obyek yang dituju. Selain itu menurut Loudon dan Bitta (dalam Tjandra dan Tjandra. 2013, h. 44) konatif merupakan kecenderungan individu untuk bertindak dengan cara atau bentuk tertentu terhadap obyek yang dituju. Tasci (dalam Carrie dan Haryanto. 2021, h. 42) memaparkan bahwa komponen konatif merupakan sebuah pemahaman yang berbeda dengan niat atau perilaku yang dilakukan oleh individu, sebab masih banyak individu yang menganggap konatif sama dengan niat atau perilaku. Selain itu citra yang positif terhadap suatu obyek tertentu akan menimbulkan reaksi yang positif juga, misalnya pemberitaan yang baik

dan sesuai dengan kenyataan akan menimbulkan kepercayaan dari pengikutnya. Tentunya hal tersebut akan menimbulkan reaksi yang baik dari masyarakat dan akan menumbuhkan pengikut yang percaya kepada media tersebut. Di mana dalam penelitian ini adalah media infobekasi.coo sebagai salah satu media massa online terbesar di Bekasi.

1.5.2 Media Massa

1.5.2.1 Pengertian Media Massa

Thaha (2009, h. 60) menebut bahwa media merupakan sarana atau alat untuk menyampaikan pesan dari informan kepada khalayaknya. Sedangkan massa menurut McQuail (dalam Thaha. 2009, h. 60) merupakan kolktivitas tanpa bentuk yang komponennya sulit untuk dibedakan satu dengan yang lainnya. Media massa sendiri menurut Bungin (dalam Habibie. 2018, h. 79) merupakan sarana komunikasi dan juga informasi dalam menyebarkan informasi secara masif serta mudah diakses oleh masyarakat luas. Sedangkan menurut Cangara (dalam Habibie. 2018, h. 79), kata media massa dapat diartikan sebagai sarana yang digunakan informan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak luas menggunakan alat komunikasi seperti televisi, radio, film, maupun surat kabar. Disisi lain West and Turner (dalam Romadhoni. 2018, h. 14) mengungkapkan bahwa media massa merupakan sarana atau saluran untuk mengirimkan pesan kepada khalayak atau audiens.

1.5.2.2 Fungsi Media Massa

Menurut Romli (dalam Romli. 2021, h. 23) terdapat beberapa fungsi dari media massa, yakni: penyebaran informasi, hiburan, pengawasan, persuasi, dan juga pendidikan. Dimana hal tersebut sejalan dengan pernyataan yang dipaparkan oleh Elvinaro (dalam Habibie. 2018, h. 80), yang mana fungsi dari media massa menurut Elvinaro adalah pengawasan/*surveillance*, penafsiran/*interpretation*, pertalian/*linkage*, penyebaran nilai-nilai/*transmission of value*, serta hiburan/*entertainment*.

Disisi lain Effendy (dalam Gumilar dan Zulfan. 2014, h. 86) menyebut bahwa fungsi komunikasi massa pada dasarnya sama dengan fungsi media massa, dimana secara umum fungsi dari komunikasi massa adalah fungsi informasi, fungsi pendidikan, dan fungsi mempengaruhi. Selain itu Norris (dalam Habibie. 2018, h. 80) salah satu fungsi dari media massa atau pers adalah *civic form*, yaitu media massa sebagai pengawas pemerintah dan alat komunikasi publik.

Sedangkan menurut McQuail (dalam Abdullah. 2013), terdapat 4 fungsi dari media massa, yakni:

a. Fungsi Informasi

Media diharapkan untuk dapat menyediakan informasi mengenai peristiwa yang sedang terjadi di daerah sekitar maupun dunia.

b. Fungsi Identitas

Media diharapkan untuk dapat menjelaskan, serta meningkatkan pemahaman mengenai identitas dari masyarakat agar dapat mengenal diri mereka sendiri.

c. Fungsi Integrasi dan Interaksi

Media diharapkan untuk dapat dijadikan sarana masyarakat untuk berintegrasi dan berinteraksi dengan menyediakan bahan percakapan dari setiap interaksi sosial.

d. Fungsi Hiburan

Media diharapkan mampu menjadi sarana hiburan, pengalih perhatian, serta relaksasi dari ketegangan sosial yang terjadi di masyarakat.

1.5.2.3 Karakteristik Media Massa

Menurut Hafied Cangara (dalam Thaha. 2009, h. 60-61), terdapat 5 karakteristik media massa, yakni:

- a. Melembaga: terdapat banyak orang/institusi yang terlibat dalam mengelola media tersebut.
- b. Satu arah: komunikasi yang berlangsung kurang memungkinkan terjadinya dialog antara komunikator (pengirim) dan komunikan (penerima) pesan.
- c. Meluas serta Serempak: tidak memiliki batasan jarak dan waktu dalam rangka penyebaran pesannya.

- d. Menggunakan alat teknis atau mekanis: masih menggunakan peralatan seperti radio, televisi, film, dan sebagainya.
- e. Terbuka: pesan yang disampaikan dapat didapatkan oleh siapa saja dan dimana saja.

1.5.2.4 Jenis-jenis Media Massa

Menurut Nur (2021, h. 23), yang termasuk kedalam media massa yaitu media cetak, media elektronik, dan media online.

Media cetak menurut Kasali (2007) merupakan media yang statis dengan mengutamakan visual pesan, dimana media cetak terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar ataupun foto yang dicetak berwarna dengan latar belakang putih. Dalam hal ini media cetak meliputi koran, majalah, tabloid, buku, dan lain-lain.

Media elektronik menurut Mayasari (2021) merupakan perkembangan yang terjadi media komunikasi massa melalui perangkat elektronik untuk menyebarkan berita atau informasi. Dimana media elektronik ini dapat memuat berita dalam bentuk audio, visual, multimedia, dan sebagainya. Contoh dari media massa elektronik meliputi radio dan televisi.

Media online sendiri menurut Suryawati (2011, h. 46) merupakan sebuah media komunikasi yang memanfaatkan internet sebagai penunjangnya. Sedangkan menurut Nur (2021, h. 52) yang termasuk kedalam media massa online meliputi media internet seperti website, dan media sosial.

1.5.2.5 Media Online

Sedangkan menurut Akbar (2005, h. 13) media online merupakan media yang dapat diakses melalui internet. Sedangkan menurut Nur (2021, h. 52) yang termasuk kedalam media massa online meliputi media internet seperti website, dan media sosial. Ready (2016) menyatakan bahwa media online dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yakni mesin pencari (search engine), portal berita, media sosial, aplikasi, surat elektronik (email), dan perdagangan online (e-commerce). Disisi lain Akbar (dalam Hasibuan. 2019., h. 21) media online merupakan gabungan antara proses media cetak dan juga skill menulis informasi yang dapat disalurkan melalui media elektronik dan juga bersifat personal atau dekat dengan khalayak. Selain itu Rumanti (dalam Hasibuan. 2019, h. 21) memaparkan bahwa media online merupakan media massa yang ada di internet, yang mana selayaknya media massa, media online juga harus memenuhi kaidah-kaidah dalam dunia jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Munir (dalam Ready. 2016) juga menyebut bahwa terdapat beberapa kelebihan dari media online, yaitu:

- 1) Memungkinkan terjadinya distribusi informasi
- 2) Tidak ada batasan ruang dan waktu dalam mencari informasi.
- 3) Media Online memungkinkan individu untuk memilih topik yang sesuai dengan kemauannya.
- 4) Individu mampu mengatur lamanya dalam mencari informasi.
- 5) Media online memungkinkan individu untuk mencari informasi yang akurat dan terkini secara cepat/instan.

- 6) Media online memungkinkan semua individu untuk lebih dekat dan interaktif antara satu dengan yang lain.

Sehingga media massa online adalah sebuah media massa yang memanfaatkan internet sebagai penunjang proses penyebaran informasi. Dimana infobekasi.coo yang merupakan obyek pada penelitian ini tergolong kedalam media massa jenis media massa online, sebab infobekasi.coo menggunakan media internet sebagai media atau sarana dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Sebab infobekasi.coo hadir melalui website resmi (www.infobekasi.co), dan di media sosial Twitter (infobekasi.coo), Facebook (Media Informasi Bekasi), serta yang terbesar adalah Instagram (@infobekasi.coo).

1.5.3 Media informasi

Berdasarkan fungsi dari media massa yang dikemukakan oleh McQuail (2003, h. 70) yakni fungsi informasi, fungsi identitas, fungsi integrasi dan interkasi, serta fungsi hiburan, maka peneliti memfokuskan penelitian kepada salah satu fungsi media massa yakni fungsi informasi. Heinich (2002) menyebut bahwa kata media atau medium sendiri merupakan perantara atau pengantar terjadinya komunikasi dari pengirim ke penerima. Sedangkan menurut Rachmaniar (2019, h. 37) kata informasi sendiri merupakan pesan yang disampaikan oleh informan (orang yang menyampaikan pesan) melalui sebuah media dan disasarkan pada seseorang atau sekelompok penerima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa media informasi

merupakan medium pengirim pesan diantara informan atau pengirim pesan dengan obyek yang disasar. Sedangkan Prasanti (2017, h. 154) menyimpulkan bahwa media informasi adalah alat untuk mengumpulkan data serta menyusun kembali sebuah informasi agar dapat menjadi suatu yang bermanfaat bagi penerima informasi.

Selain itu pendapat berbeda disampaikan oleh Sobur (dalam Prasanti. 2017, h. 154) memaparkan bahwa media informasi merupakan alat grafis, fotografis, atau elektronik untuk menangkap, memproses, serta menyusun kembali informasi visual. Selain itu Setyowati (2006) membagi media informasi menjadi 2 jenis, yakni media non cetak (radio, TV, kaset, internet, handphone, dan lain-lain) dan media cetak (surat kabar, majalah, buku, poster, brosur, dan lain-lain).

McQuail (1994, h. 70) mengemukakan bahwa salah satu fungsi dari media massa adalah menjadi pemberi informasi dimana hal ini dapat memungkinkan khalayak untuk menerima suatu informasi secara aktual di berbagai daerah. Disisi lain McQuail (2000, h. 66) juga membagi 6 perspektif dalam melihat peranan media sebagai media informasi, yakni:

- a. *Window on event and experience*: yakni media dipandang sebagai jendela bagi seseorang dapat melihat sesuatu di luar sana dan media sebagai sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa yang sedang terjadi.

- b. *A mirror of event in society and the world*: yakni media dipahami layaknya cermin dari berbagai informasi atau peristiwa yang ada di berbagai daerah, di seluruh dunia.
- c. *Gatekeeper*: maksudnya adalah media dipersiapkan selayaknya filter atau penyaring, yang harus dapat menyeleksi dan menyaring seluruh informasi yang berasal dari berbagai daerah. Apakah informasi tersebut layak atau sesuai dengan budaya atau tradisi di masyarakat atau tidak.
- d. *Guide*: maksudnya adalah media dipahami sebagai penunjuk jalan bagi masyarakat dari berbagai ketidakpastian informasi yang tersebar di masyarakat.
- e. *Forum*: maksudnya adalah media harus dapat dijadikan tempat atau wadah bagi masyarakat untuk memberikan saran atau tanggapan atas berbagai hal yang terjadi, terlebih dalam menghubungkan masyarakat dengan pemerintah.
- f. *Interlocutor*: maksud dari hal ini adalah media memiliki sifat yang interaktif, terlebih kepada masyarakat. Terlebih atas apa yang sedang hangat dibahas di masyarakat.

Selain itu McQuail (dalam Khatimah. 2018, h. 130-131) ingin menunjukkan bahwa peran media dalam kehidupan sosial, bukanlah hanya sebatas sebagai sarana hiburan, namun media juga harus dapat menyajikan pemberitaan atau memberikan informasi yang berperan penting didalam proses sosial.

1.6 KERANGKA BERPIKIR

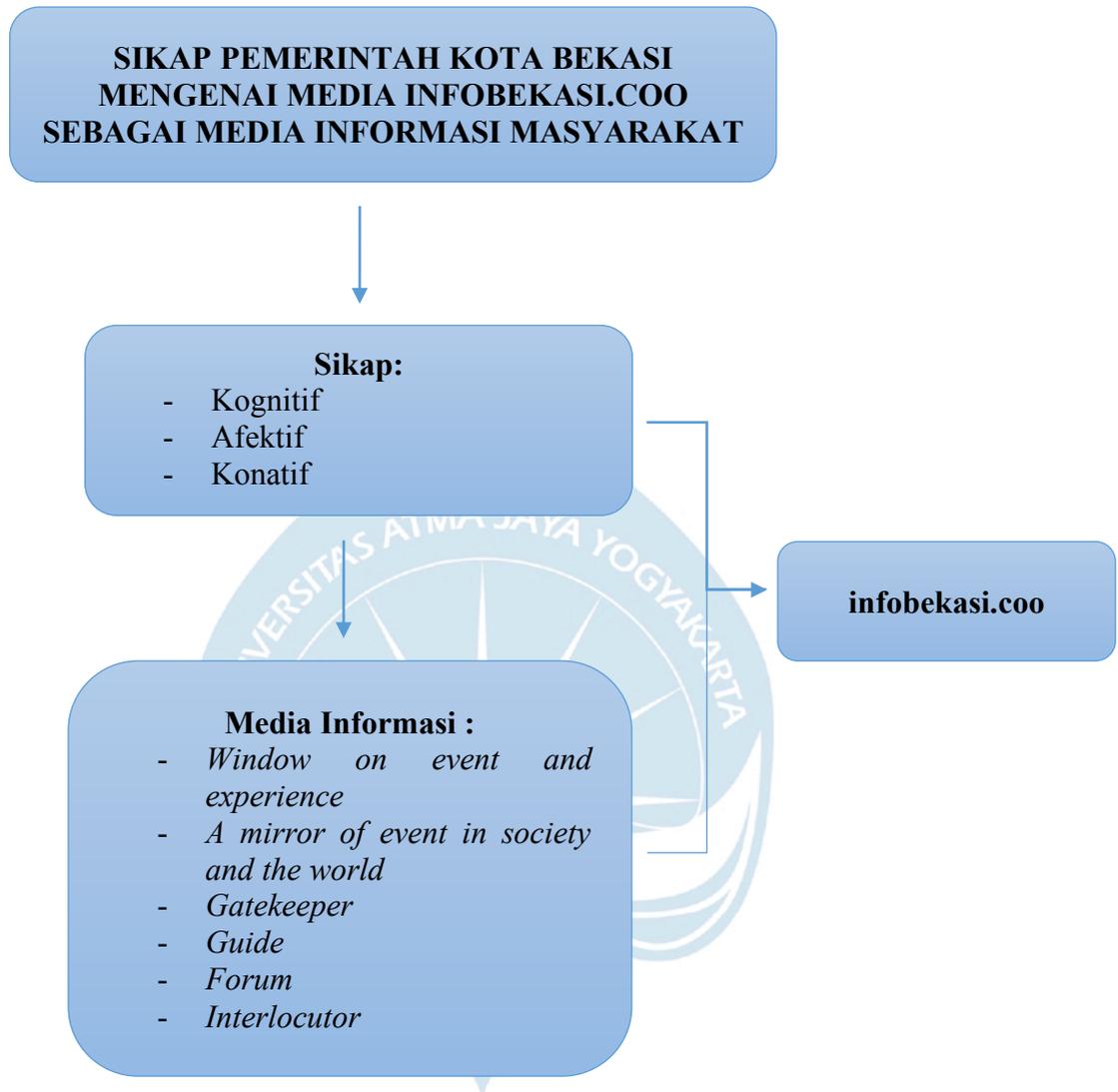


Table 2: Kerangka Berpikir

1.7 METODOLOGI PENELITIAN

1.7.1 Jenis Penelitian

Penelitian mengenai Sikap Pemerintah Kota Bekasi terkait dengan keberadaan infobekasi.coo di tengah mereka, menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Polit & Beck (dalam Yuliani. 2018, h. 83) deskriptif kualitatif (QD) merupakan salah satu istilah yang terdapat pada penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, di mana jenis penelitian ini biasanya digunakan pada fenomenologi sosial. Selain itu menurut Sefcik & Bradway (dalam Yuliani. 2018, h. 84) deskriptif kualitatif lebih memfokuskan untuk menjawab beragam pertanyaan penelitian yang berkaitan dengan pertanyaan apa, siapa, dimana, dan bagaimana suatu hal terjadi, yang nantinya dikaji secara mendalam untuk menemukan pola yang muncul didalamnya. Sehingga Mohajan & Haradan (dalam Yuliani. 2018, h. 84) menyebut bahwa penelitian deskriptif kualitatif dimaksudkan sebagai penelitian yang mendalami suatu peristiwa sosial yang alami/*real*, dan menekankan pada cara individu dalam menafsirkan, serta menanggapi pengalaman mereka dalam melihat realitas sosial sehingga individu tersebut dapat memecahkan permasalahannya sendiri. Tentunya Dimana dalam penelitian ini, peneliti menggunakan salah satu jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu Wawancara Terpusat.

1.7.2 Metode Penelitian

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terpusat, di mana peneliti berusaha untuk mengetahui bagaimana sikap Pemerintah Kota Bekasi mengenai fungsi media massa online infobekasi.coo sebagai media informasi bagi masyarakat. Dimana menurut Rahardjo (2010) terdapat 8 jenis/metode dalam penelitian kualitatif, yaitu studi kasus, studi dokumen/teks, etnografi, observasi alami, fenomenologi, wawancara terpusat, grounded theory, serta studi sejarah. Wawancara sendiri menurut Moleong (2010, h. 135) wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data menekankan pada yang cara-cara memperoleh informasi langsung kepada sumber atau obyeknya. Sedangkan Sugiyono (2010, h. 410) memaparkan bahwa wawancara merupakan proses tanya jawab antara 2 individu atau lebih untuk bertukar informasi mengenai suatu permasalahan atau topik yang sudah ditentukan.

Selain itu Gray (2014, h. 384-388) membagi wawancara kedalam 6 jenis, yakni: wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, wawancara terbuka, wawancara terfokus, wawancara informal, dan wawancara terpusat pada masalah. Di mana Gray (2014, h. 388) memaparkan bahwa wawancara terpusat merupakan salah satu metode wawancara yang menggabungkan metode wawancara terbuka dan semi terstruktur. Nantinya pada saat melakukan wawancara, peneliti akan mengajukan pertanyaan yang terbuka kepada obyek penelitian agar

individu tersebut dapat memberikan keterangan yang sesuai dengan pengalaman dan informasi yang mereka dapatkan. Selanjutnya peneliti harus mengajukan pertanyaan yang semi terstruktur agar wawancara dapat tetap terpusat pada masalah yang ingin dibahas. Disisi lain wawancara terpusat juga dapat disebut sebagai salah satu metode yang digunakan dalam proses penelitian yang digunakan untuk memperoleh informasi dengan melakukan tanya jawab secara tatap muka diantara peneliti dan subyek atau obyek penelitian. Tentunya proses wawancara ini harus dilakukan secara berulang dan mendetail, agar hasil wawancara yang dilakukan maksimal dan dapat menjawab pertanyaan penelitian yang sudah di rancang sebelumnya.

Maka dari itu, peneliti nantinya akan mengumpulkan berbagai informasi melalui wawancara secara mendalam yang dilakukan kepada beberapa golongan masyarakat mengenai bagaimana sikap Pemerintah Kota Bekasi terkait fungsi media massa online infobekasi.coo sebagai media informasi masyarakat.

1.7.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian menurut Moleong (dalam Pratiwi, 2017, h. 212) merupakan informan, yang mana merupakan individu yang dimanfaatkan untuk memberikan pandangan atau informasi mengenai kondisi maupun situasi mengenai penelitian yang dijalankan. Di mana pada penelitian ini subjek dari penelitian yang ingin peneliti dalam adalah Pemerintah Kota Bekasi yang diwakili oleh Humas Bekasi Kota yang merupakan salah satu

lembaga tertinggi yang berada di kawasan Bekasi dan Sekitarnya, dan juga salah satu lembaga yang secara langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan media infobekasi.coo. Dimana di Humas Bekasi Kota peneliti hendak melakukan wawancara dengan 3 orang, yang meliputi Plt. Kepala Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Bekasi, Staff Bagian Humas Kota Bekasi, dan Admin Media Sosial Instagram Humas Kota Bekasi. Tentunya ke-3 orang diatas, peneliti rasa memiliki posisi yang cukup berhubungan erat ketika hendak berbicara mengenai media massa online infobekasi.coo.

1.7.4 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini merupakan jenis data kualitatif. Dimana menurut Sugiyono (dalam Pratiwi. 2017, h. 211) data kualitatif merupakan data yang berbentuk kata, kalimat, ataupun gambar. Sedangkan sumber dari data kualitatif dibagi menjadi 2, yakni data primer dan data sekunder. Data primer menurut Narimawati (dalam Pratiwi. 2017, h. 211) merupakan data yang berasal dari sumber asli atau sumber pertama, dengan kata lain data primer adalah data yang didapatkan langsung dari subyek penelitian (narasumber). Data primer bisa didapatkan melalui metode wawancara dan observasi (hasil pengamatan). Sedangkan data sekunder menurut Sugiyono (dalam Pratiwi. 2017, h. 212) merupakan sumber yang tidak langsung diberikan kepada peneliti, atau tidak berasal dari pihak pertama dan bersifat mendukung atau memperkuat data primer. Contoh dari data sekunder adalah buku, jurnal, berita, dan lain-lain.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang peneliti ambil dalam penelitian ini adalah Wawancara Mendalam dan Studi Dokumen. Berikut penjelasannya:

1) Wawancara Mendalam

Menurut Yona (2006, h. 78) wawancara mendalam ialah sebuah teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian kualitatif. Dimana pada tujuan dari wawancara mendalam adalah untuk menggali secara lebih mendalam mengenai suatu fenomena atau topik yang diteliti. Disisi lain Rahmat (2009, h. 6) menyatakan bahwa wawancara mendalam (*in depth interview*) merupakan kegiatan untuk memperoleh keterangan yang berguna bagi pemenuhan tujuan penelitian, dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara narasumber dan pewawancara. Budiarto dan Anggraeni (2003, h. 40) menambahkan bahwa metode wawancara merupakan tahapan interaksi atau komunikasi yang bersifat langsung di antara peneliti dengan narasumber. Data yang dikumpulkan dapat bersifat fakta, menyatakan sikap, pendapat, keinginan, pengalaman.

Terdapat tiga jenis wawancara menurut Edi (2016, h. 9) yaitu terstruktur, tidak terstruktur dan semi terstruktur. Di mana dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara semi terstruktur. Nantinya pada metode ini, peneliti akan terlebih

dahulu menyusun daftar pertanyaan untuk membantu menuntun proses wawancara. Pertanyaan yang dibuat sifatnya terbuka, namun tetap dibatasi oleh tema yang ditentukan. Proses wawancara dilakukan dengan lebih fleksibel dan tidak memberi jarak dengan narasumber sehingga memungkinkan bagi peneliti untuk membangun empati. Dimana menurut Denzin & Lincoln (dalam Yona. 2006, h. 78) menyebut bahwa menjalin hubungan yang saling percaya dan terbuka sangat penting dalam metode wawancara.

2) Studi Dokumen

Menurut Nilamsari (2014, h. 179) metode dokumenter (studi dokumen) merupakan salah satu metode yang sering dilakukan oleh peneliti untuk melakukan pengumpulan data. Dahulu metode ini digunakan hanya dalam lingkup penelitian sejarah, namun seiring perkembangan zaman, penelitian ini juga digunakan dalam ranah penelitian lainnya. Hal ini disebabkan karena sebagian besar data sosial, lebih banyak dalam tersimpan dalam bentuk dokumenter.

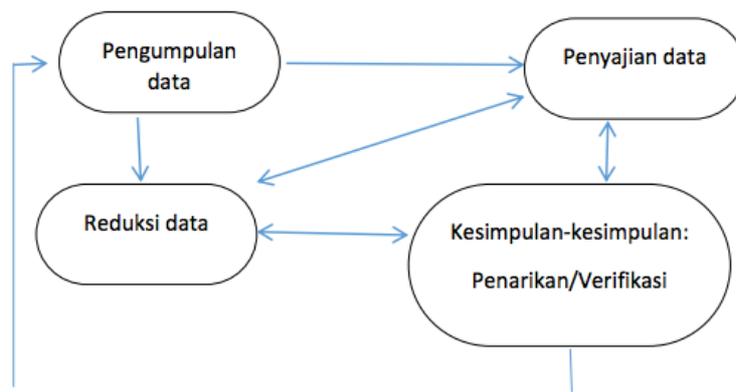
Menurut Gottschalk (dalam Nilamsari. 2014, h. 178) kata dokumen sendiri dapat dibagi menjadi 2 pengertian, yakni sumber tertulis mengenai informasi sejarah yang merupakan kebalikan dari kesaksian lisan, peninggalan sejarah, artefak, dan lain-lain. Disisi lain dokumen/dokumentasi juga dapat diartikan

sebagai setiap proses pembuktian yang didasarkan pada jenis sumber apapun, baik berbentuk tulisan, lisan, gambar, maupun arkeologis. Sedangkan Bogdan (dalam Nilamsari. 2014, h. 178) memaparkan bahwa dokumen adalah serangkaian catatan peristiwa di masa lalu yang berbentuk tulisan, gambar, maupun karya dari seseorang. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya studi dokumen adalah studi yang mendalami berbagai macam dokumen, baik berbentuk tulisan, lisan, gambar, karya, maupun peninggalan seseorang di masa lalu.

Sartono Kartodirdjo (dalam Nilamsari. 2014, h. 178) menyebut terdapat beberapa jenis dokumen, yakni otobiografi, surat pribadi, catatan harian, dokumen pemerintah dan swasta, foto, berita, data website, dan lain-lain. Selain itu Bungin (dalam Nilamsari. 2014, h. 178) terdapat 2 jenis dokumen, yakni dokumen pribadi dan dokumen resmi. Dokumen pribadi merupakan catatan atau hasil tulisan seseorang mengenai pengalaman, tindakan, pendapat, dan kepercayaan. Sedangkan dokumen resmi meliputi memo, pengumuman resmi, instruksi, aturan lembaga, dan juga berita, buletin, serta majalah yang dikeluarkan oleh suatu lembaga.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Menurut Muhadjir (dalam Rijali. 2018, h. 84) analisis data merupakan sebuah upaya dalam mencari serta menata catatan hasil wawancara, observasi, dan data lainnya secara lebih sistematis, sehingga dapat meningkatkan pemahaman peneliti mengenai fenomena yang sedang diteliti dan menyajikannya kepada orang lain. Menurut Miles dan Huberman (dalam Rijali. 2018, h. 83) mengemukakan proses atau langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis data pada penelitian kualitatif, yakni sebagai berikut:



Gambar 5: Model Analisis Penelitian Kualitatif Miles dan Huberman

1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstrakan, serta transformasi data yang didapatkan dari hasil penelitian di lapangan. Dimana proses ini tentunya akan berlangsung terus menerus selama penelitian ini berlangsung. Dalam reduksi data, terdapat beberapa cara, yakni: meringkas data, mengkode (coding),

menelusuri tema, serta mengelompokan/menyeleksi data (Rijali. 2018, h. 91).

2) *Display Data (Penyajian Data)*

Penyajian data merupakan kegiatan untuk menyusun segala informasi atau data yang didapatkan, sehingga dapat memberikan kemungkinan atas kesimpulan atau tindakan yang akan diambil. Dalam penelitian kualitatif, bentuk penyajian data dapat berupa teks naratif, seperti catatan lapangan, grafik, jaringan, matriks, ataupun bagan. Tentunya bentuk-bentuk tersebut harus disusun secara rapi dan padu sehingga dapat memudahkan dalam melihat dan menarik kesimpulan (Rijali. 2018, h. 94).

3) **Kesimpulan**

Proses terakhir yang harus dilakukan peneliti pada proses analisis data adalah membuat kesimpulan dan melakukan verifikasi. Kesimpulan ini merupakan hasil dari pengumpulan semua data dan informasi yang didapatkan oleh peneliti pada tahapan sebelumnya yang sudah diatur secara jelas dan logis sehingga dapat menghasilkan alur yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu proses verifikasi perlu dilakukan karena kesimpulan awal sifatnya masih sementara dan sifatnya dapat berubah sesuai bukti dengan yang ditemukan. Jika bukti yang ditemukan valid dan konsisten, maka kesimpulan yang ditetapkan dapat bersifat fleksibel (Rijali. 2018, h. 94). Terdapat beberapa cara dalam memverifikasi dalam menarik

kesimpulan, yakni: meninjau ulang proses penulisan, meninjau ulang data atau informasi yang didapatkan, meninjau kembali penelitian yang dilakukan dengan teman atau orang lain, serta berupaya untuk menempatkan salinan atas suatu temuan dan data dalam sebuah folder yang sama.

1.7.7 Teknik Keabsahan Data

Sugiyono (2007, h. 270) menyatakan bahwa pada dasarnya keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Dalam hal ini teknik keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*. Selain itu Moleong (dalam Hadi, 2016, h. 75) menyatakan bahwa dari keempat kriteria tersebut, pendekatan kualitatif memiliki delapan teknik pemeriksaan data, yakni perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensi, kajian kasus negatif, pengecekan anggota, dan uraian rinci. Dalam penelitian ini peneliti lebih menekankan pada *credibility* sebagai teknik pengujian keabsahan data penelitian yang akan peneliti lakukan lakukan. Peneliti mengambil salah satu unsur dalam pengujian kredibilitas yaitu dengan mengadakan triangulasi. Triangulasi menurut Wiersma (dalam Sugiyono, 2007, h. 273) diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat

tiga triangulasi antara lain triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber menurut Sugiyono (2007, h. 274) berfungsi menguji kredibilitas data dengan cara memeriksa dan membandingkan data atau informasi yang telah didapat melalui beberapa sumber. Misalnya, dengan melihat hasil pengamatan dengan wawancara baik itu dengan membandingkan antara apa yang dikatakan oleh umum dengan apa yang dikatakan oleh pribadi atau dengan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada. Maka dari itu, data yang sudah didapatkan dan dianalisis secara mendalam, dan nantinya akan menghasilkan sebuah kesimpulan, selanjutnya bisa diperiksa kembali dengan tiga sumber data.

2) Triangulasi Teknik

Menurut Sugiyono (2007, h. 274) triangulasi teknik berfokus pada cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, atau dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar dan sesuai.

3) Triangulasi Waktu

Sugiyono (2007, h. 274) memaparkan didalam bukunya bahwa triangulasi waktu adalah data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

Pada penelitian ini, peneliti lebih menekankan kepada metode triangulasi sumber, di mana nantinya peneliti akan memeriksa kembali data dan informasi yang saya dapatkan sebelumnya dengan cara membandingkan informasi atau data yang didapatkan dari beberapa sumber yang menjadi narasumber. Di mana nanti data yang sudah didapatkan dan dianalisis secara mendalam, akan menghasilkan sebuah kesimpulan, yang selanjutnya dapat diperiksa kembali keabsahannya kepada narasumber yang bersangkutan.