

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sosial Media sedang dihebohkan dengan kasus seorang *Influencer* yang kabur dari karantina, *influencer* tersebut bernama Rachel Vennya Roland, mulai di kenal dunia internasional berkat keaktifannya dalam menggunakan media sosial, Instagram. Wanita kelahiran Jakarta, 22 September 1995. Sebagai idola anak muda, Rachel Vennya mempunyai daya pengaruh tinggi terhadap mereka dalam berbagai aspek kehidupan. Hal tersebut meliputi selera berpakaian, makanan, gaya hidup, aktifitas sehari-hari, dan hobi. Akan hal kepopulerannya tersebut, sebagai influencer di tuntutan memberikan pengaruh positif terhadap perilaku orang – orang khususnya anak muda. Kegiatan yang dilakukannya yakni meliputi berbagai seminar kewirausahaan, *entrepreneur*, kepemudaan, kecantikan, mengadakan lomba – lomba positif yang mempunyai target anak muda.

Masyarakat modern hampir tidak mungkin terkena paparan media. media dengan segala kontennya hadir menjadi bagian hidup manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, kehadiran media makin beragam dan berkembang sehingga sebagai masyarakat biasa pun terasa sangat dekat dengan seorang *Influencer* karena setiap harinya kebanyakan masyarakat mengikuti kegiatan dari bangun tidur dan kembali tidur. Pada awalnya komunikasi media hanya berjalan searah, dalam arti penikmat media hanya bisa menikmati konten yang disajikan sumber media. Media sosial hadir dan merubah paradigma masyarakat. Menurut Purnama (2011;116) Sosial Media mempunyai beberapa karakteristik khusus diantaranya:

1. Jangkauan (reach) : daya jangkauan sosial media dari skala kecil, hingga khalayak global.
2. Aksebilitas (accessibility) : sosial media lebih muda diakses oleh publik dan biaya terjangkau.
3. Penggunaan (usebillity) : sosial media relatif muda digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
4. Aktualitas (immediacy) : Sosial media dapat memancing respon khalayak lebih cepat
5. Tetap (permanences) : sosial media dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan.

Instagram adalah media sosial dengan urutan ke 6 yang paling populer dan sangat diminati didunia dengan 1 milyar aktif pengguna bulanan pada tahun 2018 Indonesia menduduki peringkat ketiga setelah Amerika Serikat dan Brazil dalam menggunakan Instagram dengan jumlah 53 juta pengguna aktif Instagram terbesar di dunia tahun 2018.

Namun seorang *influencer* pun hanyalah seorang manusia biasa , kasus barunya dikutip dari *cnn.Indonesia.Nasional* (21 oktober 2021) Rachel Vennya resmi jadi tersangka karena kasus kabur dari karantina covid 19 di wisma atlet dalam kasus ini Rachel telah dua kali diperiksa oleh penyidik Ditreskrimum Polda Metro Jaya, informasi soal Rachel Vennya kabur dari wisma atlet sebelumnya menjadi perbincangan hangat di dunia maya, kabar tersebut awalnya diungkap salah satu warganet yang mengklaim bertugas di Wisma Atlet, Rachel Vennya bersama kekasihnya kabur dari Wisma Atlet setelah menjalani karantina, Rachel yang baru pulang dari New York ,Amerika Serikat,di wajibkan menjalani karantina selama delapan hari, hal itu sesuai SE Nomor 18 Tahun 2021 tentang Protokol Kesehatan Perjalanan Internasional pada Masa Pandemi Covid 19.

Dikutip dari *Vlog Channel youtub Boy William(16 oktober 2021)* Rachel memberi pernyataan bahwa alasan ia kabur dari Karantina adalah karena rindu dengan kedua anaknya yang masih kecil, namun Boy William heran dan menganggap alasan tersebut tidak masuk akal dan Rachel mengakui bahwa dirinya memang egois dan sombong. Pernyataan Rachel Vennya sangat bertolak belakang dengan sifat Rachel Vennya yang selama dikenal publik sebagai pribadi yang taat dengan aturan pemerintah, Rachel Vennya harus menerima banyak kritik karena dinilai memberi citra negative terhadap dirinya sebagai seorang influencer bahkan sudah banyak yang membenci dirinya karena dianggap tidak bisa memenuhi kewajiban sebagai negara Indonesia dan tidak menghargai tenaga kesehatan yang selama ini berjuang dimasa covid 19 .

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas ,maka peneliti ingin mengetahui lebih lanjut dan dapat dirumuskan masalah mengenai bagaimana Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Tentang Kasus Karantina “*Influencer*” Rachel Vennya Di Masa Pandemi Covid 19.(Studi Deskriptif Kualitatif Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Swadaya Gunung Jati)

1.3 Identifikasi Masalah

1. Untuk lebih dapat terarah dan tidak terjadinya kesalahpahaman ini, maka dalam Apa saja Sensasi yang ada pada kasus kabur karantina yang dilakukan oleh seorang *Influencer* Rachel Vennya di sosial media ?
2. Apa saja Atensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UGJ tentang kasus kabur karantina *Influencer* Rachel Vennya di masa Pandemi Covid 19 ?

3. Bagaimana Interpretasi yang terjadi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UGJ dalam melihat kasus Rachel Vennya dalam menggunakan media sosial?
4. Apa saja Faktor – faktor yang mendorong Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UGJ Cirebon mengikuti (*Follow*) Rachel Venya di Instagram?
5. Dampak yang terjadi tentang kasus karantina *Influencer* di masa Pandemi Covid 19?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Sensasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UGJ Cirebon dalam melihat kasus kabur karantina seorang Influencer Rachel Vennya dimasa pandemi covid 19 melalui sosial media
2. Untuk mengetahui Atensi Mahasiswa FISIP UGJ Cirebon terhadap kasus kabur karantina seorang *Influencer* Rachel Vennya di masa Pandemi covid 19.
3. Untuk mengetahui Interpretasi yang terjadi pada Mahasiswa FISIP UGJ Cirebon dalam melihat kasus Rachel Vennya dalam menggunakan media sosial.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu dan institusi / lembaga yang menjadi lokasi penelitian serta pihak – pihak lain yang terkait dengan masalah yang diteliti, diantaranya sebabagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan memberikan ilmu pengetahuan serta wawasan khususnya untuk penulis dan seluruh

mahasiswa dengan dilakukannya penelitian tentang Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Swadaya Gunung Jati tentang Kasus Kabur Karantina *Influencer* Rachel Vennya di masa Pandemi Covid 19.

2. Kegunaan Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan untuk :

a. Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pemahaman bagi mahasiswa FISIP UGJ terhadap persepsi seorang *Influencer* yang melanggar peraturan pemerintah dengan kabur dari karantina di masa pandemi Covid 19.

b. Peneliti

Hasil penelitian juga diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti maupun peneliti jenis yang sama selanjutnya.

1.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berjudul “Peranan Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram (*THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS IN COMMUNICATING MESSAGES USING INSTAGRAM*) Fokus pada penelitian tersebut adalah peranan influencer di media sosial instagram dikalangan Universitas Indonesia, Depok, Jawa Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif. (*Polyglot : Jurnal Ilmiah*)

Peneliti mengangkat tema Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UGJ tentang kasus kabur karantina “Influencer” Rachel Vennya dimasa Pandemi Covid 19 (studi deskriptif kualitatif pada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Swadaya Gunung Jati). Beberapa penelitian dipilih karena

terdapat persamaan dalam karakteristik penelitiannya meskipun dengan fokus dan kajian yang berbeda.

Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu yang diteliti oleh Sri Anjani dengan penelitian yang akan diteliti. Penelitian terdahulu mengangkat citra positive seorang influencer dalam menyampaikan atau memberikan informasi di sosial media instagram sedangkan penelitian yang akan diteliti mengangkat citra negative seorang influencer karena kasus kabur karantina di masa pandemi covid 19.

1.7 Kerangka Pemikiran

1.7.1 Komunikasi

Komunikasi adalah berbagi makna dalam pertukaran informasi. Dalam proses pertukaran informasi tersebut ada beberapa hal yang berpengaruh yang didasari oleh teknologi komunikasi, karakteristik pemberi dan penerima informasi, cara mereka menerima informasi berdasarkan adat dan lingkungan juga cakupan dari proses komunikasi itu sendiri. Dalam komunikasi sendiri ada hal yang sangat penting agar proses komunikasi berjalan dengan baik yaitu adanya pemberi informasi dan penerima informasi yang menjadi subjek dalam komunikasi (Castells, 2013). Dalam hal ini, influencer sebagai komunikator yang ingin menyampaikan suatu pesan melalui foto yang mereka unggah, lalu disertai elektronik word of mouth yang menarik (caption) sebagai media kepada para pengikutnya di media sosial (komunikan).

Kegiatan yang dilakukan oleh para influencer di media sosial ini bisa juga disebut sebagai salah satu bentuk komunikasi massa dan mass self-communication. Menurut Castells (2013) komunikasi massa pada hakikatnya

adalah pertukaran informasi yang dilakukan oleh seseorang kepada khalayak dan bersifat satu arah, medianya pun beragam bisa melalui buku, radio, iklan televisi. Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan untuk khalayak ramai dan bisa menyebarkan informasi dengan mudah. komunikasi massa adalah interaksi yang ditujukan untuk banyak orang. Dalam berkomunikasi massa pesan-pesan yang disampaikan harus jelas dan tegas agar tidak terjadi multitafsir terhadap penerima pesan. Penggunaan kata, kalimat, ucapan, intonasi, bahkan mimik wajah sangat mempengaruhi apakah pesan yang akan disampaikan dapat diterima audiens atau tidak. Komunikasi massa dapat memanfaatkan saluran media baik media cetak, media elektronik maupun media online. Selanjutnya dengan teknologi yang semakin canggih dan maju, membuat komunikasi massa tidak lagi bersifat satu arah. Melainkan bisa memberikan respon dan gambaran terhadap informasi yang diberikan dan jangkauan untuk penerima informasi tersebut juga lebih luas. Dalam hal ini proses komunikasinya disebut mass self-communication.

1.7.2 Persepsi

Persepsi adalah inti komunikasi , sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (decoding) . persepsi mencakup penginderaan (sensasi) melalui alat – alat atau panca indra (mata, telinga ,hidung ,kulit dan lidah). Atensi dan interpretasi . (Riswandi.2009 :49)

1. Sensasi

Merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak melalui alat – alat panca indra manusia. Panca indra adalah reseptor yang berfungsi sebagai penghubung antara otak manusia dengan lingkungan sekitar

2. Atensi

Atensi atau perhatian berarti sebelum manusia merespons atau menafsirkan objek atau kejadian atau rangsangan apapun, manusia atau kita terlebih dahulu

memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Jadi persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain atau diri sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan yang menarik perhatian, cenderung dianggap lebih penting dari pada yang tidak menarik perhatian. Rangsangan seperti ini biasanya menjadi penyebab kejadian – kejadian berikutnya. Itulah sebabnya orang yang paling kita perhatikan cenderung dianggap sebagai orang yang paling berpengaruh. Dengan perkataan lain kita akan memperhatikan apa yang kita anggap bermakna bagi kita, dan kita tidak akan memperhatikan apa yang tidak bermakna bagi kita.

3. Interpretasi

Ada tahap terpenting dari persepsi, yaitu menafsirkan atau memberi makna atas informasi yang sampai kepada kita melalui panca indra.

(Riswandi, 2009 :50)

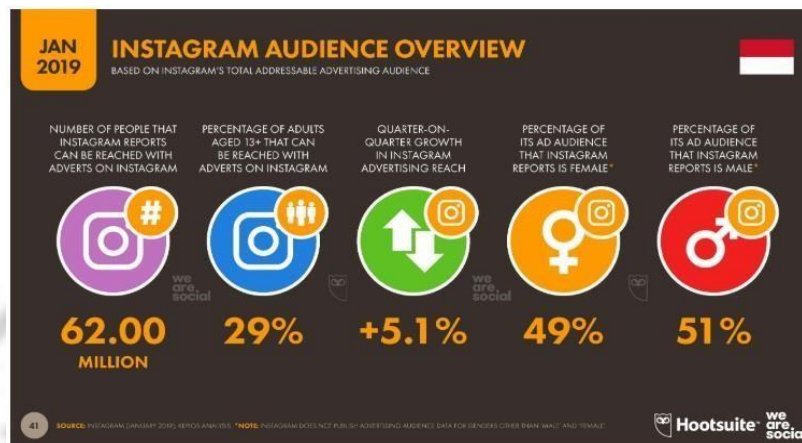
Persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu : seleksi, organisasi, dan interpretasi. Yang dimaksud seleksi sebenarnya mencakup sensasi dan atensi, sedangkan organisasi melekat pada interpretasi, yang dapat didefinisikan sebagai “meletakkan suatu rangsangan Bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan bermakna.” Sebenarnya kita sulit membedakan sensasi dengan persepsi. Misalnya, apa yang terjadi Ketika anda membaui bunga mawar? Apakah anda terpilih dulu merasakan sensasi fisiologis (bau) dan kemudian persepsi psikologis (aroma menyenangkan yang berkaitan dengan bunga mawar)? Kedua hal itu terjadi secara serempak. Sebenarnya, ketiga tahap persepsi

(sensasi, atensi dan interpretasi, atau seleksi, organisasi, dan interpretasi) tidak dapat dibedakan secara tegas, kapan satu tahap berakhir dan kapan tahap berikutnya mulai. Dalam banyak kasus ketiga tahap tersebut berlangsung nyata serempak. (Mulyana, 2007:181)

1.7.3 Media Sosial : Instagram

Media sosial kategori Instagram merupakan salah satu media yang paling sering digunakan oleh *influencer*, karena dalam sosial media Instagram para *influencer* dapat langsung berinteraksi dengan pengikutnya melalui *likes* ataupun kolom komentar, atau yang biasa dikenal dengan *mass-self communication* (Castells, 2013). Instagram lahir di tahun 2010, yang merupakan sebuah aplikasi mobile yang dapat diakses melalui mobile ataupun web.

Menurut situs web Instagram sendiri 75% dari Instagrammers mengambil tindakan setelah terinspirasi oleh sebuah postingan dan 60% dari Instagrammers mengatakan mereka menemukan produk baru di Instagram (instagram.com). Ketika mereka mengunjungi laman instagram influencer, Instagram dianggap sebagai saluran berperforma terbaik untuk aksi sosial pada tahun 2015, dan memberikan tingkat tindakan sosial 3,21% dibandingkan dengan 1,5% di semua jaringan sosial, menurut Laporan Benchmarks Pemasaran Influencer RhythmOne tahun 2015. Tingkat tindakan sosial dapat dihitung dengan membagi keterlibatan media sosial dengan paparan media sosial (RhythmOne, 2015). Pengaruh influencer terhadap konsumen dan tip produk pada umumnya dianggap berguna. Instagram beresonansi dengan kelompok usia yang lebih muda, dan mereka juga lebih mungkin untuk membeli produk atau layanan berdasarkan rekomendasi Instagram influencer.



Gambar 1.1 : Penggunaan Instagram di Indonesia
 Sumber: websindo.com Indonesia Digital: 2019
 media sosial

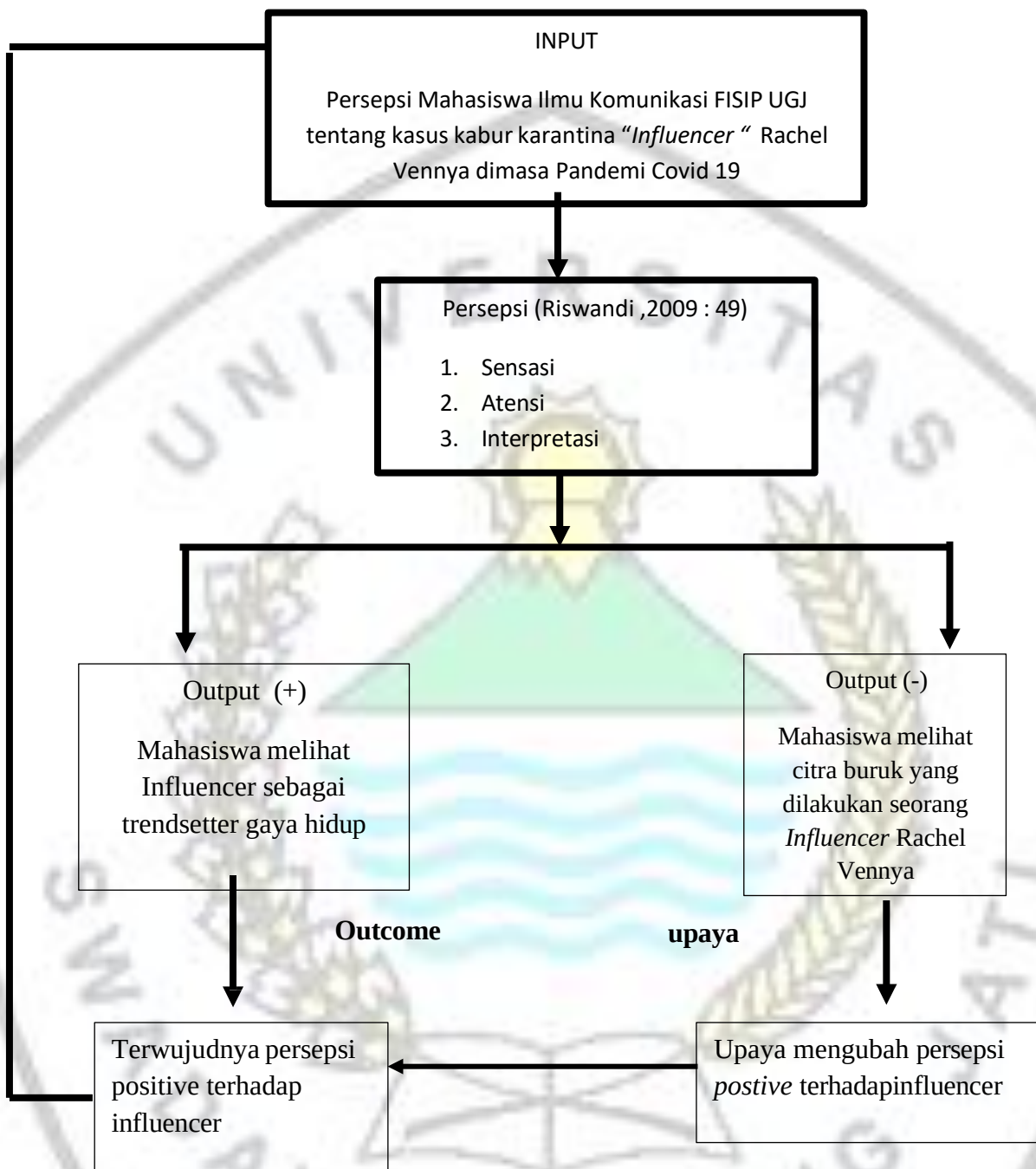
1.7.4 Influencer

Cara komunikasi media sosial saat ini telah mengubah pandangan dan memberi setiap orang kesempatan untuk memberikan suara, pendapat, dan konten yang mereka buat, sehingga hal itu membuat para *influencer* pemasaran menjadi unik dan berbeda. Media sosial *Influencer* adalah sebuah istilah yang mengacu pada kemampuan seseorang dalam menyebarkan informasi kepada pengikut mereka di media sosial (Elli, 2017). *Influencer* ini bisa berasal dari kalangan mana saja, bisa seorang selebritas, atlet ataupun professional.

Influencer media sosial yang mempromosikan *brand* gaya hidup adalah yang paling berhasil berinteraksi dengan konsumen karena mereka otentik, percaya diri, dan interaktif dalam konten yang mereka buat. Penggunaan *influencer* media sosial mendekatkan antara konsumen, merek, dan pengikut melalui konten media sosial. Sebelum masa media sosial, konsumen hanya dapat melihat produk melalui iklan cetak, papan iklan, iklan radio, dan iklan televisi. Saat ini, seorang

konsumen sekarang dapat berinteraksi dengan suatu produk melalui media sosial. Seorang *Influencer* yang menggunakan sebuah produk memungkinkan konsumen untuk merasa seolah-olah mereka membuat keputusan yang lebih tepat ketika membuat keputusan untuk membeli setelah melihat ulasan dari *influencer*. Peranan *influencer* media sosial, pada kenyataannya, telah mengubah cara sebuah *brand* berinteraksi dengan konsumen secara positif. (Glicksman, 2017)





Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran

1.8 Definisi dan Operasionalisasi Konsep Penelitian

1.8.1 Definisi Konsep Penelitian

1. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu.
2. Persepsi, dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna. Persepsi meliputi semua sinyal dan sistem syaraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ penginderaan, seperti misalnya penglihatan yang merupakan cahaya yang mengenai retina pada mata, pencium yang memakai suara. Persepsi bukanlah penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan dan perhatian, persepsi bergantung pada fungsi kompleks sistem syaraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi diluar kesadaran.
3. Media Sosial kategori instagram adalah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan mengambil video, menerapkan fitur digital, dan membagikannya kepada publik.
4. Influencer adalah seorang aktivis, yang terhubung dengan baik, berdampak, aktif pikiran, dan merupakan *trendsetter* bagi para pengikutnya di sosial media : instagram.

1.8.2 Operasional Konsep Penelitian

Tabel 1.1
Operasional Konsep Penelitian

KONSEP	DIMENSI	PARAMETER
PERSEPSI (Riswandi,2009:49)	1. Sensasi	a. Stimuli yang muncul dalam kasus kabur karantina seorang <i>Influencer</i> . b. Adegan/Konten yang diperoleh dari panca indera terhadap kasus kabur karantina seorang <i>Influencer</i> .
	2. Atensi	a. Perhatian pada objek yang bermakna b. Motif Mahasiswa mengikuti <i>Influencer</i> Rachel Vennya. c. Ketertarikan mahasiswa terhadap kasus kabur karantina <i>Influencer</i> .
	3. Interpretasi	a. Pemaknaan persepsi mahasiswa dalam kasus kabur karantina seorang <i>Influencer</i> dimasa pandemi

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Metode penelitian yang digunakan

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif.

Menurut rahmat (2005:24-26). Penelitian deskriptif ditunjukkan untuk :

- a. Mengumpulkan informasi secara actual dan terperinci
- b. Mengidentifikasi masalah
- c. Membuat perbandingan atau evaluasi
- d. masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretatif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode , dalam menelaah masalah penelitiannya . Denzin dan Lincoln (dalam Mulyana dan Solatun ,2007 :5) Peneliti kualitatif lazim menelaah hal – hal yang berada dalam lingkungan alamiah nya dan berusaha memahami,menafsirkan fenomenabedarsarkan makna= makna yang orang – orang berikan pada hal -hal tersebut.

1.9.2 Informan dan Teknik Pemilihan Informan

Informan adalah yang berada dan terkait pada lingkup penelitian , artinya orang yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian kepada peneliti.adapun informan tersebut adalah Mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon , karena hampir mahasiswa /mahasiswi mengidolakan seorang *Influencer* sebagai contoh atau pemengaruh gaya hidup maka peneliti tertarik untuk meneliti mahasiswa/mahasiswi FISIP.

Teknik Pemilihan Informan

Teknik pemilihan informan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yaitu salah satu jenis teknik pengambilan sampel yang biasa digunakan dalam penelitian ilmiah. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria – kriteria tertentu. (Sugiono : 2008)

Purposive sampling yang juga disebut sebagai sampel penelitian atau pakar adalah jenis sampel nonprobabilitas. Tujuan utama dari purposive sampling untuk menghasilkan sampel yang secara logis dapat dianggap mewakili populasi.

Keuntungan menggunakan metode *Purposive Sampling* dalam penelitian yang akan diteliti adalah :

- a. pengambilan sampel dengan tujuan adalah salah satu metode pengambilan sampel yang paling hemat biaya dan hemat waktu, mengurangi mobilitas dalam berkerumun karena situasi kondisi pandemi covid 19.
- b. Purposive sampling merupakan satu – satunya metode yang tersedia jika sumber data primer yang dapat berkontribusi untuk penelitian terbatas jumlahnya.
- c. Teknik pengambilan sampel ini dapat efektif dalam mengeksplorasi situasi antropologis dimana penemuan makna dapat memperoleh manfaat dari pendekatan intuitif.

1.9.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam metode penelitian sebagai berikut .

1. Observasi

Observasi menurut Weick (dikan Rakhmat,2005 :83) observasi sebagai “pemilihan,pengubahan,pencatatan dan pengodean serangkaian prilaku dan suasana yang berkenan dengan organism itu, sesuai dengan tujuan – tujuan empiris “. Pemilihan menunjukan bahwa pengamat ilmiah mengedit dan memfokuskan pengamarnya secara sengaja atau tidak sengaja. Pengubahan berarti observasi tidak hanya dilakukan secara pasif. Pencatatannya adalah upaya merekam kejadian – kejadian dengan menggunakan catatan lapangan,system katagori, dan metode – metode lainnya. Pengodean berarti proses menyederhanakan catatan -catatan ini melalui metode reduksi data.

Observasi ini akan digunakan untuk mengamati secara langsung tentang interaksi (prilaku) dan percakapan yang terjadi antara mahasiswa sebagai informan dengan peneliti. Data yang akan dikumpulkan dalam dua bentuk yaitu interaksi dan percakapan, artinya selain prilaku verbal juga prilaku nonverbal dari informan. Observasi ini juga untuk mengamati argument – argument mahasiswa tentang Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UGJ tentang kasus karantina “*Influencer*” Rachel Vennya di masa pandemi Covid 19

2. Wawancara Mendalam (Dept Interview)

Wawancara mendalam adalah metode penelitian dimana peneliti melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus – menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informan yang lengkap dan detail dari informan. Pada wawancara mendalam peneliti tidak mempunyai kontrol terhadap respon informan , artinya informan bebas memberikan jawaban . (Krisyantono,2002:93). Pedoman dalam wawancara biasanya tidak berisi pertanyaan – pertanyaan yang mendetail, tetapi sekedar garis besar tentang data

dan informasi yang ingin diperoleh dari informan, dan lebih efektif menggunakan bahasa yang informal, agar terjalin hubungan dengan informan, dan lebih efektif menggunakan Bahasa yang informal, agar terjalin hubungan dengan informan.

Wawancara mendalam diakhiri bila data yang diperoleh sudah mencukupi untuk menjawab tujuan penelitian, atau bila “data jenuh”, karena tidak ada sesuatu yang baru lagi yang harus diungkap. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan mahasiswa Universitas Swadaya Gunung Jati Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Prodi Ilmu Komunikasi.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya – karya monumental dari seseorang. (Sugiyono 2013 :240)

1.9.3 Teknik pengujian keabsahan data

Teknik keabsahan data menggunakan Teknik triangulasi (Moleong 2010:130) yaitu Teknik memeriksa keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data yang untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Triangulasi adalah Teknik pemeriksaan / pengecekan keabsahan data dengan membandingkan berbagai data yang diperoleh dengan cara check, recheck dan cross check terhadap data itu.

Triangulasi dapat dilakukan berbagai cara :

1. Membandingkan data hasil pengamatan lapangan dengan hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan orangnya secara pribadi
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang – orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah tinggi , orang berada , dan orang pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang saling berkaitan.

Penelitian kualitatif ,berikut data yang diterima abash / akurat jika memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Ada kesamaan data dari hasil wawancara dengan informan data yang dinyatakan akurat jika untuk pertanyaan yang sama diperoleh. Data atau jawaban yang sama dari informan . jika jawaban informan berbeda, maka data itu belum akurat. Peneliti harus melakukan triangulasi lagi dengan cara check, recheck, dan cross check sampai diperoleh data atau informasi yang sama.
2. Ada kesamaan data antara hasil wawancara dengan hasil pengamatan jika data hasil dan wawancara dengan hasil pengamatan tidak sama , maka data itu tidak abash atau akurat., peneliti harus melakukan triangulasi lagi dari cara check recheck dan crosscheck sampai diperoleh data atau informasi yang sama.

1.9.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis kualitatif, peneliti menganalisis data dengan cara menjelaskan dengan bentuk yang logis. menurut Sugiono (2012 :244). Teknik analisis data merupakan proses mencari dan Menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit – unit , melakukan sintesa , Menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Teknis analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model analisis seperti yang telah diberikan oleh Miles dan Huberman (Sugiono ,2012 : 246), yaitu :

1. Reduksi data

Data yang di peroleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak , untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci . mereduksi data berarti merangkum , memilih hal – hal yang pokok , memfokuskan pada hal – hal yang penting , dicari tema dan polanya. Karena semakin lama peneliti kelapangan akan semakin banyak jumlah datanya, kompleks , dan rumit. Data yang telah direduksikan memberikan gambaran yang jelas untuk peneliti , sehingga mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. Penyajian data

Setelah data direduksi , maka langkah berikutnya adalah penyajian data. Data yang disajikan oleh peneliti dilakukan dalam bentuk uraian singkat dari hasil singkat dari wawancara yang dilakukan, tabel, hubungan antar kategori yang disesuaikan dengan reduksi yang telah ditentukan . Miles dan Huberman dalam

Sugiyono (2012 : 249) menyatakan “the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text” artinya yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat narrative. Penyajian data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi , merencanakan kerja yang selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami tersebut.

3. Verifikasi data dan menarik kesimpulan

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi , kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti – bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya, namun bila kesimpulan memang telah didukung oleh bukti – bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data , maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (dapat dipercaya). Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal , tetapi mungkin juga tidak , karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas, sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

1.10 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.10.1 Lokasi Penelitian

Rencana lokasi yang diambil dalam penelitian dalam judul “Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi tentang kasus Karantina *INFLUNCER* Rachel Vennya di masa Pandemi Covid 19” (Studi deskriptif kualitatif pada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik berlokasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon.

1.10.2 Jadwal Penelitian

Rencana jadwal penelitian dilakukan selama satu bulan yaitu pada bulan Oktober 2021 sampai dengan Maret 2022 .Diawali dengan melakukan tahap persiapan literatur,pengamatan, tahap pelaksanaan selama bimbingan dan pembuatan proposal ,seminar proposal,penelitian sampai dengan sidang skripsi.lebih jelasnya pada tabel dibawah ini.

RENCANA JADWAL PENELITIAN

[illegible]

