

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Setiap manusia berhak untuk menyampaikan sebuah kebaikan kepada manusia lain dengan berbagai macam cara, salah satunya adalah melalui dakwah. Menurut Taha Umar (2010: 12) dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana pada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat. Tujuan utama dari penyampaian pesan dakwah adalah mengingatkan untuk senantiasa berusaha menjalankan apa yang diperintahkan Tuhan dan menjauhi setiap larangan Tuhan sesuai dengan ajaran agama.

Proses penyampaian dakwah dapat dilakukan melalui berbagai macam media. Penyampaian pesan dakwah termasuk ke dalam bentuk komunikasi massa. Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang bersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik, sehingga pesan yang didapat bisa diterima secara serentak dan sesaat. (Rakhmat, 2008:189)

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Salah satu aspek yang mengalami perkembangan ialah teknologi

komunikasi yang ditandai dengan munculnya jenis-jenis media komunikasi baru, salah satunya ialah media sosial.

Nasrullah, Rulli (2016: 13) mendefinisikan media sosial sebagai medium di internet yang memungkinkan penggunaannya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Saat ini beragam aplikasi media sosial yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dan bersosialisasi seperti *WhatsApp*, *Twitter*, *Youtube*, *Snapchat*, *Path*, *Pinterest*, *Tinder*, *Ask.fm*, dan juga *Instagram*.

Sehubungan dengan hal tersebut, proses penyampaian dakwah yang dilakukan melalui berbagai media juga mengalami pembaruan. Penyampaian dakwah tidak lagi hanya dapat dilakukan dengan pertemuan tatap muka secara langsung seperti mengadakan pengajian, ceramah, dan pagelaran kesenian yang mengandung pesan dakwah. Penyampaian pesan dakwah juga kini dapat dilakukan melalui media kepada khalayak massa dengan bantuan media sosial. Salah satu media sosial yang dapat menjadi media dalam penyampaian pesan dakwah ialah *Instagram*.

Instagram merupakan salah satu media sosial dengan menitikberatkan pada postingan berupa foto dan video dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia, dan dapat membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya dengan penggunaan untuk mendapatkan *like* dan pengikut sebanyak-banyaknya.

Di Indonesia sendiri pada Oktober 2021 pengguna *Instagram* mencapai 91,01 juta pengguna, dengan mayoritas dari kelompok usia 18-24 tahun dengan jumlah

mencapai 33,90 juta pengguna *Instagram*. (Annur, databoks.katadata.co.id, diakses pada 23 Maret 2022). Dari kelompok usia mayoritas pengguna *Instagram* tersebut diantaranya ialah kelompok usia remaja.

Penyampaian pesan dakwah melalui *Instagram* dapat dilakukan dengan mengunggah foto dan video yang didalamnya terdapat pesan-pesan mengenai dakwah. *Instagram* dapat memberikan kemudahan dalam penyampaian dan pencarian pesan serta informasi baik yang telah lama maupun pesan dan informasi terbaru. Dengan kemudahan yang disediakan oleh *Instagram* menyebabkan munculnya akun-akun *Instagram* yang memang sengaja dibuat untuk memberikan pesan-pesan tertentu seperti pesan dakwah. Para komunikator seperti Ustad, Da'I, komunitas atau organisasi keagamaan pun turut memanfaatkan *Instagram* sebagai media dalam penyampaian pesan dakwah kepada para komunikannya. Salah satu organisasi yang menggunakan *Instagram* sebagai penyampaian dakwah ialah organisasi keagamaan Ikatan Remaja Masjid Bairussaalam dengan akun bernama @irmbs_official.

Dari data yang telah menjabarkan banyaknya pengguna *Instagram* yang mayoritas penggunanya adalah remaja maka diharapkan adanya akun @irmbs_official dapat memberikan penyampaian berupa pesan-pesan dakwah kepada para followersnya terutama kalangan remaja yang menjadi pengguna mayoritas *Instagram* yang kemudian akan timbul ketertarikan untuk membacanya, memaknai pesan-pesan yang disampaikan, dan kemudian mengimplementasikannya kepada kehidupan sehari-hari. Namun dilihat dari jumlah like yang diperoleh pada beberapa postingan di akun @irmbs_official yang

tidak mengalami peningkatan secara signifikan menjadikan hal tersebut sebagai sebuah permasalahan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka dengan ini penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan dan melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul **Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* @Irmbs_Official Dalam Penyampaian Pesan Dakwah Dikalangan *Followers* Remaja Desa Kedungjaya Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon.**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti telah merumuskan rumusan masalah yaitu bagaimana efektivitas penggunaan media sosial *instagram* @irmbs_official dalam penyampaian pesan dakwah dikalangan *followers* remaja Desa Kedungjaya Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon.

1.3.Identifikasi Masalah

1. Bagaimana efektivitas penggunaan media sosial *Instagram* @irmbs_official dalam penyampaian pesan dakwah pada *followers* kalangan remaja di Desa Kedungjaya?
2. Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat pada penggunaan media sosial *instagram* @irmbs_official dalam penyampaian pesan dakwah dikalangan *followers* remaja?

1.4.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan dan identifikasi masalah yang telah dirumuskan, maka peneliti melakukan penelitian dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui efektivitas penggunaan media sosial *Instagram* @irmbs_official dalam penyampaian pesan dakwah dikalangan *followers* remaja Desa Kedungjaya Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat pada penggunaan media sosial *instagram* @irmbs_official dalam penyampaian pesan dakwah dikalangan *followers* remaja

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis maupun manfaat praktis. Kedua manfaat tersebut antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi. Diharapkan pula penelitian ini memberikan informasi dan data terbaru mengenai efektivitas *Instagram* sebagai media dalam penyampaian pesan dakwah khususnya di kalangan remaja.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya dan diharapkan menjadi pembelajaran untuk kalangan remaja dalam menggunakan media sosial yang bersifat komunikasi massa khususnya *Instagram* dengan bijak.

1.6. Penelitian Terdahulu

Peneliti telah melakukan upaya untuk mencari referensi mengenai hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti lain dengan tema yang memiliki konteks

yang sama namun di dalamnya terdapat perbedaan. Penelitian yang memiliki kesamaan konteks dengan penelitian ini, yaitu :

1. Pada penelitian milik Darsam (2019) "*Pennggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah (Stategi Dakwah Akun @Taubatters*". Metode penelitian yang digunakan ialah metode kualitatif deskriptif dengan hasil menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh akun @taubatters terbagi menjadi tiga tahap strategi dakwah yaitu tahap perumusan visi dan misi, tahap implementasi, dan tahap yang ketiga ialah tahap evaluasi.

Relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah sama-sama meneliti tentang dakwah dengan media *Instagram*, sedangkan letak perbedaannya ialah peneliti terdahulu memfokuskan penelitian pada strategi dakwah yang digunakan namun pada penelitian milik penulis memfokuskan pada efektivitas penggunaan *Instagram* untuk menyampaikan pesan dakwah.

2. Penelitian milik Desmiwati (2021) "*Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Dakwah Oleh Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah IAIN Batusangkar*". Peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan field search (penelitian terhadap kehidupan yang sesungguhnya) dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Desmiwati mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam memanfaatkan media sosial berupa *facebook* untuk berdakwah dengan cara menyampaikan, membuat, dan membagikan pesan dakwah.

Relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah sama-sama meneliti tentang dakwah dengan media sosial, sedangkan letak perbedaannya ialah peneliti terdahulu memilih meneliti mengenai dakwah pada media sosial *facebook* sedangkan penulis pada media sosial *Instagram*.

3. Penelitian milik Gyta Rastyka Dhela (2020) “*Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu’a Way Halim Bandar Lampung)*”. Penelitian yang dilakukan oleh Gyta menggunakan metode analisis data dengan hasil bahwa berdakwah dengan memanfaatkan media sosial berupa *youtube* merupakan sebuah jembatan bagi kemajuan teknologi.

Relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah sama-sama meneliti tentang dakwah dengan media sosial, sedangkan letak perbedaannya ialah peneliti terdahulu memilih meneliti mengenai dakwah pada media sosial *youtube* sedangkan penulis pada media sosial *Instagram*.

1.7.Kerangka Pemikiran

1.7.1. Media Sosial

Menurut Van Djik (Nasrullah, 2016: 11) mendefinisikan media sosial sebagai *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium *fasilitator online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Menurut Henderi (2007: 3) menyebutkan bahwa media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk

membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.

Dari kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna untuk membangun profil publik dan dapat menjelajahi daftar koneksi dengan pengguna lainnya.

1.7.2. Instagram

Instagram diambil dari kata “*Insta*” yang berasal dari kata “*Instan*”. Nama ini diambil dari kamera *polaroid* dimana merupakan kamera instan yang langsung jadi seketika. Sedangkan kata “*gram*” diambil dari kata “*Telegram*” yang mampu mengirim informasi secara cepat. Dalam hal ini, kata kata yang dibuat sesuai dengan tujuan *Instagram* yang mampu mengirim foto dan video dalam jaringan internet secara instan dan cepat. (Mahendra, Mei 2017: 155).

Inti dari penggunaan sosial media *Instagram* adalah dengan cara pemilik akun mengikuti pengguna lain, dan sebaliknya. Dengan itu para pengguna *Instagram* dapat melakukan komunikasi antar pengguna *Instagram* dengan cara menyukai dan mengomentari foto atau video yang diunggah. Antara *follower* dan *following* juga dapat saling berinteraksi melalui *direct message* yang merupakan pesan pribadi yang dapat dikirimkan oleh satu pengguna *Instagram* kepada pengguna *Instagram* lainnya secara online.

1.7.3. Pesan Dakwah

Menurut Cangara (2018: 32) pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda.

Menurut Arifin (2007:17) dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu kesadaran serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur paksaan.

Definisi lain mengenai dakwah dikemukakan oleh Ali Mahfuz (1936:17) bahwa dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat baik menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang dari munkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Dari definisi-definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pesan dakwah adalah sebuah suatu penyampaian yang disampaikan dari pengirim kepada penerima baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya berupa ajakan untuk berbuat baik dan menjauhi larangan sesuai dengan ajaran agama yang dilakukan tanpa adanya paksaan.

1.7.4. Efektivitas

Menurut Reavianto efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Artinya, apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan sesuai dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya, maupun mutunya, maka dapat dikatakan efektif (Ravianto, 2014:11).

Selain itu Agung Kurniawan (2005:109) mendefinisikan efektivitas adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) daripada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya.

Dari kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa definisi efektivitas ialah seberapa baik kemampuan untuk melakukan suatu pekerjaan ataupun tugas sesuai dengan misi yang telah direncanakan.

1.7.4.1. Teori Efektivitas Media

Teori yang diuraikan oleh Bruhn, Schoenmuller dan Schafer (Bruhn, *et.al*, 2012:770-790) memaparkan mengenai media yang efektif terdiri dari beberapa indikator, yaitu :

1. Atraktivitas media

Media yang baik tentu memiliki daya tarik bagi orang untuk membaca dan tertarik untuk mengikuti perkembangan berita yang disampaikan dalam media tersebut.

2. Kejelasan media

Mengabarkan sebuah informasi ataupun sebuah berita tentu harus jelas sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi pembaca yang fatal. Media resmi milik sebuah organisasi atau lembaga harus terlihat jelas bahwa media tersebut merupakan media resmi sehingga dapat dibedakan dari media lainnya.

3. Kelengkapan informasi media

Informasi yang telah disampaikan melalui media harus terverifikasi akan sumber informasi, informasi yang disampaikan tidak terpotong sehingga dapat dipertanggungjawabkan

4. Kemudahan akses media

Aktivitas masyarakat dalam mendapatkan informasi saat ini menjadi tidak terbatas dengan adanya internet dan media sosial. Sebuah peristiwa dapat diakses seketika setelah terjadi peristiwa melalui beberapa saluran media. Kemudahan akses semakin menjadi kebutuhan masyarakat saat ini mengingat kecepatan media dalam menyajikan informasi terbaru yang sedang terjadi.

Jadi, sesuai dengan teori efektivitas media dapat disimpulkan bahwa penggunaan media dapat dikatakan efektif apabila media tersebut bersifat atraktif, memiliki kejelasan dalam penyampain informasi, informasi yang diberikan lengkap, serta memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi.

Untuk mempermudah kerangka pemikiran tersebut, maka penulis akan menggambarkan kedalam model kerangka berupa bagan, yang dapat disajikan sebagai berikut :





Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

1.8. Definisi Dan Operasionalisasi Konsep Penelitian

1.8.1. Definisi Konsep Penelitian

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam mengartikan, penulis menjelaskan definisi kata penting dari dalam judul yaitu:

1. Efektivitas ialah seberapa baik kemampuan untuk melakukan suatu pekerjaan ataupun tugas sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan.
2. Media sosial merupakan *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna untuk membangun profil publik dan dapat menjelajahi daftar koneksi dengan pengguna lainnya.
3. Instagram merupakan salah satu jenis media sosial yang memfokuskan penggunaan kepada postingan foto berupa foto dan video.
4. Pesan dakwah adalah sebuah suatu penyampaian yang disampaikan dari pengirim kepada penerima baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya berupa ajakan untuk berbuat baik dan menjauhi larangan sesuai dengan ajaran agama yang dilakukan tanpa adanya paksaan.
5. Remaja adalah masa peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa yang mengalami perkembangan seluruh aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa yang berlangsung antara usia 12 tahun samapi dengan 21 tahun untuk perempuan dan 22 tahun untuk laki-laki. (Rumini dan Sundari, 2004: 53)

1.8.2. Operasionalisasi Konsep Penelitian

Dari definisi konsep yang telah dijabarkan maka peneulis dapat membuat tabel operasional konsep penelitian sebagai berikut :

Tabel 1.1 Operasional Konsep Penelitian

Konsep Penelitian	Dimensi	Parameter
Teori Efektivitas Media (Bruhn, Schoenmuller dan Schafer, 2012:770-790)	1.Atraktivitas media	a. Terciptanya daya tarik untuk membaca informasi b. Terciptanya daya tarik untuk mengikuti perkembangan informasi
	2.Kejelasan media	a. Informasi yang disampaikan jelas b. Tidak menimbulkan kesalahpahaman pada isi informasi
	3.Kelengkapan informasi media	a. Adanya kelengkapan informasi yang disampaikan b. Adanya sumber informasi
	4.Kemudahan akses media	a. Kemudahan penggunaan media untuk mendapatkan informasi

1.9.Metodelogi Penelitian

1.9.1. Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Sukmadinata (2007: 60) adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan

menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individu maupun kelompok. Selain itu, Moleong (2008:6) menjelaskan yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Menurut Sugiyono (2016:17) mendefinisikan studi kasus ialah penelitian dengan melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap suatu program, kejadian, proses, aktivitas terhadap satu orang atau lebih. Maka hasil penelitian ini bersifat analisis deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari peristiwa yang diamati.

1.9.2. Sumber Data

Sumber data meliputi dua jenis yaitu : pertama sumber data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, dari hasil observasi dan wawancara remaja di desa Kedungjaya yang sudah memfollow akun @irmbs_official dan kedua data sekunder yaitu data-data yang diperoleh dari seperti buku dan literatur lain yang berhubungan dengan judul proposal skripsi yang telah ditentukan.

Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis data dibagi kedalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto, dibawah ini merupakan uraian tersebut (Moleong, 2008:157) :

a) Kata-kata dan tindakan

Kata-kata dan tindakan remaja di desa Kedungjaya yang memfollow akun *Instagram @irmbs_official* milik remaja masjid Baitussalam yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman *vidio/audio tapes*, dan pengambilan foto.

b) Sumber Tertulis

Dilihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi.

c) Foto

Foto menghasilkan data deskriptif yang cukup berharga dan sering digunakan untuk menelaah segi-segi subyektif dan hasilnya sering dianalisis secara induktif. Ada dua kategori foto yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif, yaitu foto yang dihasilkan orang dan foto yang dihasilkan oleh peneliti sendiri.

1.9.3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data tidak lain dari suatu proses pengadaan data primer untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting diperoleh dalam metode ilmiah, karena pada umumnya data yang dikumpulkan

digunakan, kecuali untuk penelitian eksploratif, untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan. Data yang dikumpulkan harus cukup valid untuk digunakan. (Tanzeh, 2004:28)

Beberapa teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian kali ini adalah :

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku obyek sasaran. (Fatoni, 2006:104-105). Metode observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian yaitu akun *Instagram* @irmbs_official

2. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk pertemuan antara dua orang atau lebih untuk melakukan komunikasi sehingga menimbulkan terjadinya pertukaran informasi melalui tanya jawab dan dapat dikonstruksikan makna dalam suatu data tertentu. Wawancara dilakukan kepada remaja masjid Baitussalam dan kepada remaja di Desa Kedungjaya yang memfollow akun *Instagram* @irmbs_official milik remaja masjid Baitussalam.

3. Studi Dokumentasi

Studi Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang

dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah (Sugiyono, 2015:329). Data dokumentasi pada penelitian kali ini didapat pada melalui data-data sosial media yang berkaitan dengan dakwah yang dilakukan oleh akun *Instagram @irmbs_official* dan juga buku-buku yang berkaitan dengan materi-materi dalam penelitian ini.

1.9.4. Teknik Kebasahan Data

Dalam mendapatkan keabsahan data, maka dalam penelitian kali ini dilakukan teknik keabsahan data melalui triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain untuk mengecek dan membandingkan data tersebut. Dezin membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori (Moleong, 2008:330).

Pada penelitian kali ini penulis menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Menurut Patton tringulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2008:330). Sedangkan triangulasi dengan metode menurut Patton terdapat dua strategi, yaitu : (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan beberapa teknik pengumpulan data, dan (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama (Moleong, 2008:330).

1.9.5. Teknik Analisis Data

Analisis data disebut juga pengolahan dan penafsiran data. Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna (Muhajir, 1996:104)

Setelah beberapa data terkumpul dari hasil observasi, wawancara, dan lainnya. Tahapan-tahapan selanjutnya yang dilakukan untuk menganalisis data secara kualitatif yaitu sebagai berikut (Bungin, 2007:133-147) :

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk menganalisis data yang diperoleh dari lapangan. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

2. Display Data

Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplay data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, untuk merencanakan kerja selanjutnya.

Menurut Miles dan Huberman (Salim, 2006:20-24) menyebutkan bahwa langkah ketiga dalam analisis data penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Menarik kesimpulan adalah kegiatan yang dilakukan untuk menuliskan kembali pemikiran penganalisis selama menulis yang merupakan suatu tinjauan ulang dari catatan-catatan di lapangan (Moleong, 2008:288).

1.10.1. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian kali ini dilakukan di desa Kedungjaya Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon.

Waktu penelitian direncanakan dengan tenggang waktu dari bulan Maret sampai dengan bulan Juni tahun 2022.

Tabel 1.2 Rencana Jadwal Penelitian

No	Jenis kegiatan	2022																			
		Maret				April				Mei				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
I	Tahap Persiapan																				
	Pengajuan Judul																				
	Pengamatan Lapangan																				

