

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Komunikasi Bisnis yang efektif diperlukan oleh semua organisasi bisnis dalam upaya mencapai tujuannya. Organisasi bisnis yang produktif ditunjang oleh penguasaan komunikasi bisnis para anggota organisasinya, baik penguasaan komunikasi verbal (lisan dan tulisan), maupun komunikasi non-verbal. Fakta empiris dalam dunia organisasi menunjukkan bahwa sebagian besar anggota organisasi melakukan pekerjaannya dengan melakukan komunikasi.

Dalam kehidupan organisasi bisnis, keberadaan tim kerja semakin populer. Banyak perusahaan dari berbagai industri menerapkan konsep tim kerja dalam melakukan aktifitasnya. Pemakaian tim kerja diharapkan dapat menciptakan sinergi yang positif. Penjumlahan anggota dalam tim akan memungkinkan menghasilkan output yang lebih besar dibandingkan output total yang dikerjakan oleh masing-masing individu. Tidak peduli seberapa berbakatnya seseorang, betapapun unggulnya sebuah tim atau seberapa kuatnya kasus hukum, keberhasilan tidak akan diperoleh tanpa penguasaan keterampilan komunikasi yang efektif. Keterampilan melakukan komunikasi yang efektif akan berperan besar dalam mendukung pencapaian tujuan dari seluruh aktivitas. Untuk dapat melakukan komunikasi yang efektif, maka kemampuan untuk mengirimkan pesan atau informasi yang baik, kemampuan

untuk menjadi pendengar yang baik, serta keterampilan menggunakan berbagai media atau alat audio visual merupakan bagian yang sangat penting.²

Namun fenomena bahasa unik yang di Pulau Jawa, tepatnya di Kampung Inggris Desa Pelem, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Ratusan warga di perkampungan itu sehari-hari berkomunikasi dengan Bahasa Inggris, padahal mereka semua orang Indonesia asli. Uniknya lagi, lembaga kursus bahasa inggris tertua di kampung inggris tersebut tidak menggunakan aji mumpung dari komunikasi bisnis yang telah banyak digunakan oleh para organisasi ataupun lembaga.

Bila sejarah penggunaan aksara Hangeul di Buton masih belum diketahui, tidak demikian dengan Kampung Inggris yang relatif terlacak dan sudah punya nama. Banyak warga mahir berbahasa Inggris karena di Desa Pelem 25 km dari kota Kediri, sejak tiga dekade terakhir berdiri puluhan lembaga kursus bahasa.

Jika dilihat kembali, lembaga kursus tertua yang menuburkan budaya berbahasa Inggris di kawasan Pelem adalah Basic English Course yang didirikan pada 15 Juni 1977 oleh Ustaz Kalend Olsen. Dia awalnya santri di pesantren milik almarhum Ustaz Yazid, seorang ulama yang konon menguasai delapan bahasa asing.

Metode pengajaran Bahasa Inggris yang mudah dipahami di tempat ini menarik minat banyak orang. Selain itu, ciri utama dari sistem belajar di Pare adalah banyaknya lembaga yang membuka asrama.

² <http://komunikasibisnis.blogspot.com>

Keberadaan para penghuni asrama tersebut kemudian membuat suasana di Pelem sangat kosmopolitan dan akhirnya membuat warga kampung lain memberi julukan “Kampung Inggris”.

Pare adalah salah satu daerah koordinator Kecamatan (dulu Kawedanan) di Kabupaten Kediri yang membawahi Kecamatan Puncu, Kecamatan Kepung, Kecamatan Kandangan, Kecamatan Plosoklaten, Kecamatan Gurah, dan Kecamatan Badas.

Di Kecamatan Pare ini ada dua desa yang unik untuk peningkatan sumber daya manusia yaitu desa Tulungrejo dan Pelem. Desa Tulungrejo dibagi menjadi beberapa dusun yaitu Tulungrejo, Mulyoasri, Mangunrejo, Puhrejo dan Tegalsari sedangkan Desa Pelem dibagi menjadi beberapa bagian yaitu Pelem, Singgahan, Mbetonan, Ngeblek.

Keunikan di kedua desa tersebut terutama di dusun Singgahan, Tulungrejo, Mulyoasri, Tegalsari dan Mangunrejo adalah pembelajaran Bahasa Inggris. Kenapa dikatakan unik? Karena *brand* maupun iconnya adalah bahasa inggris yang identik dengan kota metropolitan atau luar negeri yang serba modern, bahasa akademik dengan ilmu pengetahuan dan teknologi canggih, tapi ini ada di dusun kecil dan terpencil.

Sekarang Pare telah di kenal dengan istilah kampung inggris atau kampung bahasa karena lembaga kursusan bahasa Inggris tidak kurang dari 100 lembaga kursus, dan peserta kursusnya lengkap mulai dari Sabang sampai Merauke. Bahkan sudah dimitoskan sebagian orang kalau ingin mahir berbahasa Inggris silakan belajar di Pare.

Awal berdirinya kursus bahasa Inggris di Pare ini tidak lepas dari peran orang yang bernama M. Kalend O. Ketika mendengar nama ini tentu pembaca akan terasa asing. Tidak biasanya orang Indonesia bernama seperti itu, kita cenderung mempersepsikan bahwa nama tersebut identik dengan nama orang “bule”. Apalagi kaitannya dengan bahasa Inggris.

Mr. Kalend pernah belajar di Pondok Modern Gontor, kemudian belajar private bahasa Inggris dengan ustadz Yazid, seorang ahli dibidang bahasa Asing di Tulungrejo Pare. Mulai dari sinilah pak Kalend mulai merintis karirnya yang kemudian merubah Pare menjadi kota kursusan bahasa Inggris.

Ustadz Yazid adalah Ahli bahasa yang sangat terkenal saat itu, bahkan banyak mahasiswa yang sengaja datang dari luar kota untuk menemui beliau sekedar ingin belajar bahasa Inggris darinya, Ustadz Yazid juga menyarankan kepada Pak Kalend untuk meneruskan perjuangannya mengajar bahasa Inggris.

Menurut penuturan dari sebagian tokoh masyarakat, seperti Bapak Ahmad Ikhwan, pemangku musholla Al-Ikhwan, Dusun Singgahan, Bapak Drs. H. Hasbi Mursyid, pensiunan guru SMA di Pare, menyatakan hal yang sama bahwa dulu pak Kalend sering mengajar anak-anak di emperan rumah orang kampung atau di serambi masjid Darul Falakh, pernah juga di Balai Desa Pelem, kadang-kadang di bawa ke tempat-tempat bersejarah seperti Candi Surowono, Tegowangi, dan sesekali juga diajak ke lapangan, belajar sambil berolahraga.

Kita tentu bisa membayangkan bagaimana susahnya saat itu untuk mengumpulkan pelajar yang minat dan mau belajar bahasa Inggris. Rata-rata pelajar pada waktu itu tidak suka bahasa Inggris, karena asumsi mereka bahasa Inggris sangat sulit, tidak menarik, bahasanya orang kafir, ditambah lagi lokasinya di daerah terpencil, listrik belum ada.

Meskipun dengan modal perlengkapan yang sangat terbatas tapi Pak Kalend pantang menyerah, sehingga berhasil banyak melahirkan alumni yang akhirnya ikut “meramaikan” kursusan di Pare hingga mencapai “prestasi” Luar biasa seperti sekarang ini.

Memang sulit membangun sebuah diferensiasi unik tanpa didasari oleh jiwa dari pemilik suatu *brand*. Industri saat ini sangat dinamis, arus perputaran staf terjadi secara cepat, dan di antara mereka memiliki dasar pendidikan mirip satu dengan lainnya.

Apa yang kemungkinan terjadi adalah ide yang dihasilkan tentunya bisa menjadi banyak kemiripan sehingga relevansi harga menjadi pertarungan akhir di antara berbagai *branding* yang ada.

Mengapa diferensiasi itu penting? Karena publik terlalu banyak diberikan pilihan. Kita sebagai bagian dari publik tidak punya banyak waktu untuk mencari dan meneliti satu per satu yang ditawarkan.

Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana pembentukan sebuah *brand*. Hal-hal apa yang mendasari terciptanya produk tersebut. Apa saja elemen-elemen yang mendorong kita untuk masuk dan menjadi pemain

dalam industri tersebut secara khusus dan apakah visi yang ingin dicapai pada jangka panjang.

Faktor ini harus secara detil diungkapkan, tidak sebatas ingin membuat produk terbaik, perusahaan terbesar, dan lainnya. Kesempatan apa yang hendak diambil dari persaingan yang ada. Kemudian persepsi apa yang ingin dibangun dalam relasi serta bagaimana publik melihat *brand* tersebut.

Sebuah *brand* juga harus tumbuh secara organik mengikuti perkembangan zaman dan perilaku mangsa pasarnya. Dalam hal ini, diferensiasi bersifat emosional juga membantu memberikan fokus pada manajemen untuk mengembangkan produk mereka dengan koridor-koridor yang lebih jelas tertata dan mampu membangun persepsi dan keterikatan dengan publik dengan lebih baik.

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti sebuah lembaga kursus bahasa inggris yang dulunya sangat sederhana hingga dikenal banyak orang dan termasyhur hingga sekarang, bagaimana menciptakan dan menjaga bahkan meningkatkan eksistensi *brand* ditengah-tengah persaingan lembaga kursus bahasa inggris yang sangat ketat, yaitu Basic English Course Pare Kediri.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang ada diatas fokus masalahnya adalah bagaimana mempertahankan eksistensi Branding Basic English Course dalam meningkatkan popularitas?

C. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mempertahankan eksistensi *branding* Basic English Course dalam meningkatkan popularitas.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Bagi pihak Program Studi Ilmu Komunikasi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pengembangan penelitian di bidang disiplin ilmu komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Untuk mengetahui bagaimana strategi dalam membranding BEC sehingga terwujud sebuah lembaga kursus bahasa Inggris yang termasyhur.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama peneliti	Jenis karya	Tahun penelitian	Metode penelitian	Hasil temuan penelitian	Tujuan penelitian	Perbedaan
1	Moch. Nizar effendi	Skripsi (strategi komunikasi redaksi tabloid posmo dalam menjaga karakter media	2011	menggunkan teknik deskriptif kualitatif	strategi komunikasi yang dilakukan redaksi selalu	Mengetahui strategi redaksi tabloid posmo untuk menjaga nilai	Beda di teori komunikasi, skripsi ini lebih mengarah pada

		mistis)			berkomitmen apabila tabloid posmo karakter media atau bahasan mistisnya dihilangkan.	karakter sebagai tabloid mistis di Indonesia.	karakter media
2	Ajeng Patria Meilisa	Skripsi	2011	pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan tipe penelitian deskriptif.	proses perencanaan kegiatan Public Relations di tvOne meliputi tahapan penemuan data.	mengevaluasi penerapan kegiatan – kegiatan Public Relations tvOne yang dilakukan dalam membangun dan memperkuat image tvOne	Perbedaan terletak di strategi perencanaan yang lebih mengarah pada public relations

						sebagai televisi berita (news television) nomer satu.	
3	Fera Kusno	Jurnal	2007	penelitian deskriptif konklusif kualitatif dan kuantitatif.	Tanggapan konsumen terhadap <i>brand strategy</i> yang dilakukan Goota <i>Brand positioning, Brand identity, Brand personality, Brand communication</i>	mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap <i>brand strategy</i> yang sudah dilakukan Goota	Terletak pada jenis penelitian yang lebih mengarah pada kuantitatif penyusunan skripsi

F. Definisi Konsep

Konsep adalah abstraksi yang dibentuk dengan menggeneralisasikan hal-hal khusus, namun setelah pengertiannya dibatasi secara khusus, sehingga dapat di amati bahwa konsep tersebut berubah menjadi konstruk. Dengan kata lain konstruk adalah konsep yang dapat diamati dan di ukur. Mengukur konsep yang abstrak menjadi konstruk yang di amati dan di ukur disebut operasionalisasi.³ Dari definisi konsep diatas judul penelitian “Strategi *Branding* BEC Pare Kediri”, maka diperlukan penjelasan makna :

Strategi Branding

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.⁴

Brand atau merek adalah sebagai nama, istilah, tanda, simbol atau desain atau kombinasi dari kesemuanya yang bertujuan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa dan akhirnya dapat membedakan diri sendiri dengan yang lainnya.⁵

Strategi Branding menurut Schultz dan Barnes dapat diartikan manajemen suatu merek dimana terdapat sebagai kegiatan yang mengatur semua elemen-elemen yang bertujuan untuk membentuk suatu *brand*.

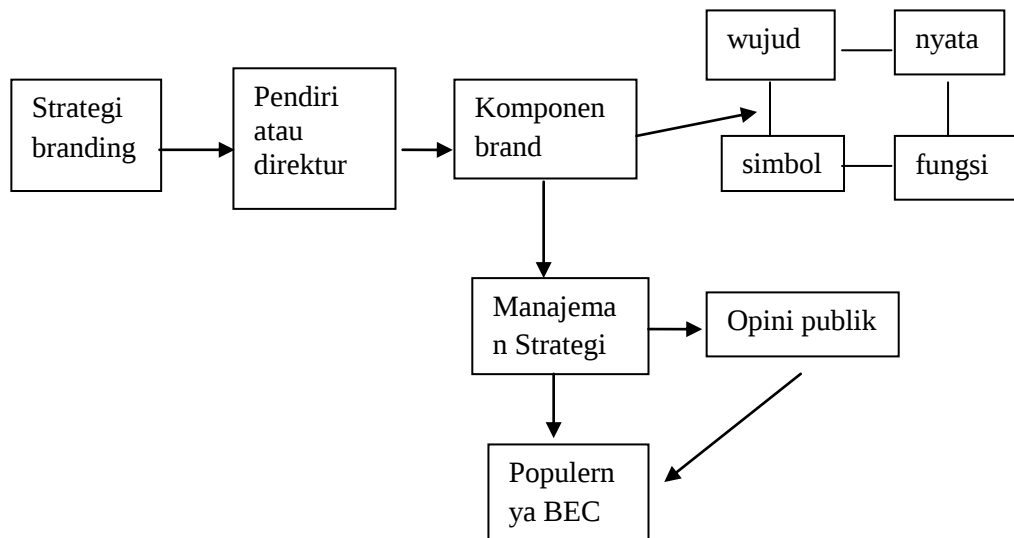
³ Jalaluddin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), hlm. 12.

⁴ Onong Uchjana Efendi, *Human Relation dan Public Relations* (Bandung: C.V Mandar Maju, 1993), hlm. 32.

⁵ Kotler... 2002

Basic English Course merupakan sebuah *brand* salah satu lembaga kursus bahasa inggris yang ada di kecamatan Pare Kediri.

G. Kerangka Pikir Penelitian



Dalam kerangka pikir penelitian tersebut, dalam pembuatan *brand* yang perlu diperhatikan ialah bagaimana strategi dalam membranding yang dikelola oleh pemilik *brand* sendiri ataupun dengan staff PR, kemudian komponen-komponen yang mendasari terciptanya sebuah *brand* dimasukkan kedalam manajemen strategi, bagaimana ia mempublikasikannya. Dengan demikian opini publik secara tidak langsung mulai mengenal dengan sendirinya. berawal dari fenomena termasyhurnya sebuah lembaga kursus bahasa inggris yang ada di kecamatan Pare. Untuk mengetahui bagaimana strategi dalam membranding BEC.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses yang panjang, yang berawal dari minat untuk mengetahui proses tertentu dan fenomena tertentu selanjutnya berkembang menjadi gagasan, teori, konseptual dan pemilihan metode penelitian yang sesuai.

menggunakan Pendekatan Fungsional yang lebih mengarah kepada pendekatan system, peneliti menggunakan pendekatan system karena dalam penelitian ini, peneliti ingin menggambarkan bagaimana strategi yang digunakan BEC dalam *membranding* sebuah lembaga yang mulanya hanya seperti lembaga kursus bahasa inggris yang sangat sederhana hingga banyak dikenal oleh masyarakat luas.

Pendekatan sistem menganggap organisasi sebagai organisme hidup. Organisasi terdiri dari sub-sub sistem dan organisasi sendiri adalah bagian dari sistem yang lebih besar, yaitu sistem sosial kemasyarakatan. Menurut pendekatan ini, organisasi secara terus menerus mengatur dirinya sendiri dalam interaksi dengan lingkungannya.⁶

Adapun jenis penelitiannya, peneliti mengambil penelitian deskriptif kualitatif, dengan pertimbangan bahwa penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, hal ini bukan berarti bahwa pendekatan kualitatif sama sekali tidak menggunakan data kuantitatif, akan tetapi penekanannya tidak pada pengujian hipotesis

⁶ Rachmat Kriyanto, *Public Relation dan Crisis Management, pendekatan critical public relations etnografi kritis dan kualitatif* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm.41.

melainkan pada usaha menjawab pertanyaan penelitian melalui cara-cara berfikir formal dan argumentatif.⁷ Penelitian kualitatif adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati.⁸ Penelitian kualitatif bertujuan untuk mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisa kualitasnya.

Berkaitan dengan definisi tersebut, Kirk dan Miller (1986: 9) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya.⁹

Dengan demikian penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk menjelaskan bagaimana strategi *branding* BEC salah satu kursusan bahasa Inggris yang ada di kecamatan Pare kabupaten Kediri.

2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

Subyek ialah sasaran penelitian atau informan, subyek dalam penelitian ini ialah orang-orang yang berkecimpung penuh dalam *public relations* di BEC yaitu Mr Kallend sebagai direktur BEC.

Obyek dari penelitian ini adalah ilmu komunikasi yang lebih menekankan strategi dalam membranding BEC.

⁷ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, edisi 1, cet.3 (Yogyakarta: pustaka pelajar, 2001) hlm. 5

⁸ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003) hlm. 59

⁹ *Ibid*, hal 3

Lokasi penelitian ini ialah lembaga kursus bahasa Inggris BEC Jl. Anyelir No. 8 Singgahan Pelem Pare Kediri.

3. Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.¹⁰ Peneliti mendapatkan sumber data yang berasal dari :

a. Informan

Untuk menentukan informan, peneliti menggunakan cara Purposive, yaitu mencari informan yang mengetahui segala informasi (fokus) hanya satu orang.

b. Dokumen

Dokumen ialah catatan yang diperoleh peneliti dari tempat penelitian yaitu BEC Pare, dan data-data terkait dengan permasalahan yang dihadapi peneliti untuk dijadikan bahan rujukan bagi peneliti.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer merupakan data yang diperoleh berasal dari subyek (informan)

2. Data sekunder dimana peneliti memperoleh data dokumen-dokumen pendukung.

c. Catatan Lapangan

Catatan lapangan ialah catatan yang diperoleh dari hasil pengamatan dan peran serta peneliti yang berupa situasi, proses, dan

¹⁰ Suharsimi Arkunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka, 2002), hlm.107

perilaku terutama yang berkaitan dengan perilaku komunikasi yang dilakukan peneliti kemudian hasilnya dibuat suatu catatan.

4. Tahap-tahap penelitian

Rangkaian tahap-tahap penelitian ini, menurut Bodgan (1972) menyajikan 4 tahapan yang bisa dikerjakan dalam satu penelitian yaitu^{.11}

1. Tahap Pra Lapangan:

- a. Menyusun rancangan penelitian
- b. Memilih lapangan penelitian
- c. Mengurus perizinan
- d. Menentukan informan
- e. Menyiapkan perlengkapan

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

- a. Persiapan diri
- b. Memasuki lapangan
- c. Berperan serta atau interview

3. Tahap analisis data

Merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam bentuk suatu pola, kategori dan suatu uraian dasar. Pada tahap ini peneliti mulai menelaah seluruh data yang ada yang telah peneliti lakukan dari lapangan,

¹¹ Moleong, *Metode Penelitian*....., hlm. 85

selanjutnya diklasifikasikan dan dianalisis dengan pola pikir Induktif.

4. Tahap penulisan laporan

Tahap penulisan laporan ialah hasil akhir dari suatu penelitian, sehingga dalam tahap akhir ini peneliti mempunyai pengaruh terhadap hasil penulisan laporan yang sesuai dengan prosedur penulisan yang baik akan menghasilkan kualitas yang baik pula terhadap hasil penelitian.

5. Teknik pengumpulan data

a. Wawancara mendalam

Metode interview juga bisa disebut dengan metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil tatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.¹²

b. Telaah dokumen

Kajian tentang isi dokumen merupakan suatu proses melihat kembali sumber-sumber data dari dokumen yang ada, karena dapat digunakan sebagai pendukung dan perluasa data-data yang telah ditemukan. Adapun sumber-sumber data dokumen ini diperoleh dari lapangan seperti buku ataupun dokumen-dokumen BEC.

6. Teknik analisa data

¹² Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial*, hlm. 133

Dalam teknis analisis data, peneliti menggunakan model alur yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam pelaksanaannya reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi, merupakan sebuah langkah yang sangat luwes, dalam arti tidak terikat oleh batasan kronologis. Secara keseluruhan langkah-langkah tersebut saling berhubungan selama dan sesudah pengumpulan data.

1. Penyajian data (*data display*). Peneliti mengembangkan sebuah deskripsi informasi tersusun untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Display data atau penyajian data yang lazim digunakan pada langkah ini adalah dalam bentuk teks naratif.
2. Reduksi data (*data reduction*), dalam tahap ini peneliti melakukan pemilihan, dan pemusatan perhatian untuk penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang diperoleh.
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*). Peneliti berusaha menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi dengan mencari makna setiap gejala yang diperolehnya dari lapangan, mencatat keteraturan dan konfigurasi yang mungkin ada, alur kausalitas dari fenomena, dan proposisi.

Dari permulaan pengumpulan data, maka akan dimulai dengan mencari arti, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan “final” mungkin tidak muncul sampai pengumpulan data berakhir, bergantung besarnya kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan,

dan metode pencarian ulang yang digunakan. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama kegiatan berlangsung. Verifikasi juga dilakukan dengan meninjau ulang pada catatan-catatan lapangan.¹³

Dalam sebuah penelitian, analisis data dilakukan atas statemen (*statement*) atau pernyataan yang dikemukakan oleh para informan. Hal ini dilakukan dengan cara, peneliti membaca seluruh transkrip wawancara yang ada dan mendeskripsikan seluruh pengalaman yang ditemukan di lapangan. Berdasarkan upaya pada tahap yang dikemukakan tersebut akan diketahui makna baik makna konotatif-denotatif atau makna implisit dan eksplisit dari pernyataan atas topik atau objek.¹⁴

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Trianggulasi lebih banyak menggunakan metode alam level mikro, seperti bagaimana menggunakan beberapa metode pengumpulan data dan analisis data sekaligus dalam penelitian, termasuk menggunakan informan sebagai alat uji keabsahan dan analisis hasil penelitian. Asumsinya bahwa informasi yang diperoleh peneliti melalui pengamatan akan lebih akurat apabila juga digunakan interview atau menggunakan bahan dokumentasi untuk mengoreksi keabsahan informasi yang telah diperoleh dengan kedua metode tersebut. Begitu pula hasil-hasil analisis data yang dilakukan peneliti akan lebih akurat apabila dilakukan uji keabsahan

¹³ Imam Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial Agama* (Bandung: PT Remadja Rosdakarya, 2001) hlm. 193-195

¹⁴ Miler dan Huberman

melalui uji silang dengan informan lain, termasuk dengan informan penelitian.

Teknis triangulasi lebih mengutamakan efektivitas proses dan hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, triangulasi dapat dilakukan dengan menguji apakah proses dan hasil metode yang digunakan sudah berjalan dengan baik. Proses triangulasi juga dapat dilakukan dengan menguji pemahaman peneliti dengan pemahaman informan tentang hal-hal yang diinformasikan informan kepada peneliti. Hal ini perlu dilakukan mengingat dalam penelitian kualitatif, persoalan pemahaman makna suatu hal bisa jadi berbeda antara orang satu dan lainnya.¹⁵

I. Sistematika Pembahasan

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini sebagai pembuka dari seluruh pembahasan yang ada dalam penelitian ini, yang terdiri dari konteks penelitian atau latar belakang masalah, rumusan masalah atau fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, kerangka pikir penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II. KAJIAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan tentang kajian pustaka dan kajian teori secara mendalam.

¹⁵ Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 204

BAB III. PENYAJIAN DATA

Bab ini menjelaskan tentang Deskripsi Subyek dan Lokasi penelitian, serta Deskripsi Data Penelitian.

BAB IV. ANALISIS DATA

Bab ini berisi tentang temuan penelitian dan konfirmasi temuan dengan teori dalam ilmu komunikasi.

BAB V. PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan rekomendasi penelitian serta beberapa saran dari penulis.