BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Teknologi sebagai alat penyampaian informasi diantaranya adalah radio, televisi, telepon, majalah dan lain-lain. Dalam komunikasi massa harus bisa menjelaskan berbagai fenomena yang berkaitan erat dengan aktifitas manusia. Karena media massa sebagai alat utama dalam komunikasi massa. Artinya bahwa media massa mempengaruhi kehidupan manusia.[1]

Radio merupakan media massa yang dinilai cukup efektif untuk menarik perhatian masyarakat (pendengar), terutama mereka yang membutuhkan hiburan dan informasi sehari-hari, setiap pendengar mempunyai kriteria yang berbeda-beda dalam mendengarkan radio, ada yang lebih mengutamakan program kesukaannya, maksudnya misalkan ada seorang pendengar yang sangat menyukai program musik dangdut nostalgia maka dia akan mendengarkan acara tersebut tanpa memilih-milih radio tertentu, ada juga yang lebih mengedepankan kecintaannya terhadap satu radio, pendengar yang seperti ini hanya akan mendengarkan satu radio yang disukainya itu meski programnya berganti-ganti tiap jam.

Sedangkan keadaan persaingan di era informasi saat ini kian melambung tinggi. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan berusaha keras untuk dapat bertahan di dunia bisnis. Untuk itu diperlukan suatu strategi

---

[1] Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi Massa, Perspektif, Ragam dan Aplikasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 161

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi pemasaran yang mengarah pada suatu penyampaian pesan yang efektif dan tepat sasaran. Sehingga menjadikan perusahaan itu tidak ditinggalkan oleh khalayaknya.

Strategi komunikasi pemasaran sangat dibutuhkan oleh setiap stasiun radio dalam upaya menjual produknya dengan upaya untuk mengembangkan bisnis siaran. Banyaknya iklan yang masuk dalam suatu radio menunjukan bahwa radio itu memiliki format progam siaran yang menarik dan memiliki pendengar yang relatif banyak.

Untuk itu radio harus pintar – pintar dalam menyajikan progam semenarik mungkin untuk mengikat pendengarnya. Untuk mendukung kesuksesan sebuah radio dibutuhkan suatu strategi komunikasi pemasaran yang baik karena bisa berdampak pada kesuksesan pemasaran radio yang dijalankan.

Pada waktu siang dan malam hari peneliti mencoba mendengarkan progam - progam siaran radio Ronggohadi. Peneliti mendengar beberapa request yang disampaikan oleh para pendengar, termasuk beberapa iklan yang diputar radio itu. Saat itu peneliti mengetahui bahwa progam musik radio Ronggohadi diminati oleh pendengar khususnya kalangan dewasa (25 tahun ke atas), karena pendengar yang request rata - rata dari kalangan dewasa. Target audien radio Ronggohadi sendiri untuk kalangan dewasa (25 tahun ke atas) sebanyak 80%.[2]

[2] Company profil radio Ronggohadi 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Begitupun juga dengan beberapa pendengar Radio ronggohadi yang antusias dalam mendengarkan lagu – lagu yang di putar radio Ronggohadi FM, itu diketahui saat peneliti mendengarkan beberapa request yang disampaikan pendengar, dimana musik yang di putar radio Ronggohadi lebih ke arah lagu - lagu dangdut dan campursari. Beberapa request pendengar mereka tujukan kepada teman, sahabat maupun keluarga mereka.

Berangkat dari fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut tentang Strategi komunikasi Pemasaran yang di terapkan radio Ronggohadi untuk mempertahankan pendengar khususnya bagi pendengar dikalangan Dewasa (25 tahun ke atas). Penelitian ini sendiri berjudul "**Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Ronggohadi FM untuk Mempertahankan Pendengar Dewasa".**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang masalah yang diteliti, perlu kiranya difokuskan permasalahannya. Dalam hal ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran radio Ronggohadi FM dalam mempertahankan pendengar dewasa.
2. Bagaimana cara penyusunan Progam radio Ronggohadi FM dalam menarik selera pendengar dewasa?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah tersaji, peneliti kali ini memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran radio Ronggohadi FM dalam mempertahankan pendengar dewasa.
2. Untuk mengetahui cara penyusunan progam radio Ronggohadi FM dalam menarik selera pendengar dewasa.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan atas fokus kajian penelitian dan tujuan penelitian ini, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Manfaat penelitian secara teoritis diharapkan bisa menjadikan referensi dan sumbangan pemikiran pada Ilmu Komunikasi terutama dalam bidang Komunikasi Massa, yang terkait dengan strategi komunikasi pemasaran radio Ronggohadi untuk mempertahankan pendengarnya. Serta mendorong dijadikannya penelitian lebih lanjut dan mendalam.

2. Manfaat Praktis

   Sebagai bahan masukan atau sumbangan keilmuan untuk Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Serta sebagai bahan pertimbangan atau pemacu radio Ronggohadi FM untuk melakukan Strategi komunikasi pemasaran agar bisa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempertahankan pendengar dan menarik minat dengar khalayak yang lebih baik lagi.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian ini, penulis mencari referensi hasil penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan pada fokus penelitian yang ingin diteliti. Adapun penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai referensi antara lain:

Tabel 1.1
Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Jenis Karya dan Judul	Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Temuan Penelitian	Tujuan Penelitian	Perbedaan
1.	*Chalimatus sa'diyah*	*Skripsi.* Minat Pendengar Acara Campursari di Radio Prameswara FM di Desa Sukoanyar.	*2004*	*Metode* Kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif.	*Kebiasaan* mendengarkan campursari sejak kecil memunculkan minat yang kuat, sehingga muncul "ketergantungan" terhadap campursari. Sedangkan Faktor	*Untuk* mengetahui minat pendengar terhadap acara campursari dan faktor-faktor yang menyebabkan acara	*Kajian* dalam penelitian ini lebih menitik beratkan pada perbandingan minat pendengar campursari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

					budaya sebagai penentu minat pendengar *campursari di* Prameswara FM.	campursari diminati oleh masyarakat.	di Radio Prameswara FM dan Radio Ronggohadi FM Lamongan.
2.	Tri Hatmoko Yuhantomo	Skripsi. Strategi Komununi kasi Pemasaran Radio Swara Konco Tani 70,2 FM Jogyakarta Dalam menarik pengiklan	2011	Metode Kualitatif dengan menggunakan Pendekatan Deskriptif.	strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Radio Swara Konco Tani cenderung konsetrasi mereka pada periklanan dan Promosi Penjualan untuk menarik minat pengiklan	untuk mengetahui berbagai strategi komunikasi pemasaran Radio Swara Konco Tani Yogyakarta untuk menarik minat pengiklan	

F. Definisi Konsep

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami judul skripsi, maka peneliti perlu menjelaskan makna dan maksud masing–masing

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

istilah pada judul skripsi Tentang "Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Ronggohadi FM untuk Mempertahankan Pendengar Dewasa". Adapun istilah yang perlu peneliti jelaskan adalah sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi

   Pengertian strategi adalah Rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

   Sedangkan strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi *(communication planning)* dengan manajemen komunikasi *(communication manajemen)* untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.[3]

2. Komunikasi Pemasaran

   Sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang meraka jual. Komunikasi adalah proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu, atau antara organisasi dengan individu. Pemasaran adalah sekumpulan kegiatan dimana perusahaan dan organisasi lainnya mentransfer nilai – nilai (pertukaran) antara mereka dengan pelanggannya. Tentu saja, pemasaran lebih umum pengertiannya daripada

---

[3] Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999), hlm. 32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi pemasaran, namun kegiatan pemasaran banyak melibatkan aktivitas komunikasi. Jika digabungkan, komunikasi pemasaran memprentasikan gabungan semua unsur dalam bauran pemasaran merek, yang memfasilitasi terjadinya pertukaran dengan menciptakan suatu arti yang disebarluaskan kepada pelanggan atau kliennya.[4]

Definisi lain mengenai komunikasi pemasaran adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual yang merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarakan semua pihak untuk berbuat lebih baik.[5]

3. Radio Ronggohadi FM

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan juga bisa merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).[6]

Radio Ronggohadi dikembangkan sebagai radio hiburan dan informasi dengan penyajian musik yang cenderung sebagai pencipta trend serta informasi yang cepat dan aktual tanpa meninggalkan kondisi

---

[4] Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi,* (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 4

[5] Swastha, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran, Strategi dan Taktik* (Bogor: Ghalia, 2000), hlm. 345

[6] http://id.wikipedia.org/wiki/radio. diakses 01 april 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebudayaan lokal. Radio ini juga diminati para usahawan sebagai sarana komunikasi bisnis mereka.[7]

4. Pendengar atau Kahalayak

Audience atau Khalayak dapat didefinisikan dengan beberapa aspek diantaranya adalah aspek lokasi (seperti dalam kasus media lokal), aspek personal (seperti ketika media dicirikan dengan mengacu pada kelompok usia tertentu, jenis kelamin, keyakinan politik atau pendapatan), aspek jenis media yang dipakai (teknologi dan organisasi gabungan), aspek isi pesan (genre, materi pelajaran, gaya) dan aspek waktu ('primetime', penonton dan juga lama menonton).[8]

Dalam mendefinisikan antara pemirsa dan media kita dapat mengidentifikasi sebuah pembagian luas antara suatu pendekatan pengetahuan (*cognitive*) dan suatu pendekatan perilaku (*behavioral*). Pendekatan pngetahuan mengfokuskan pada penerima sebagai sebuah proses penafsiran, tentang bagaimana ide-ide orang, apakah individual atau dalam kelompok-kelompok sosial, adalah tidak terbentuk oleh bentu-bentuk simbolik yang diedarkan oleh media. Pendekatan perilaku mengfokuskan pada penerima sebagai sebuah praktek sosial dan pada cara-cara di media menggunakan rintangan-rintangan, menentukan atau menyumbang kepada pola-pola yang lebih umum dan perilaku sosial.

---

[7] Dokumen Radio ronggohadi 2010

[8] http://muhammadputrarinjani.blogspot.com/2010/03/audiences-khalayak-pada-bab-ini-akan.html. diakses 18 april 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Kerangka Pikir Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

Gambar 1.1
Kerangka Pikir Penelitian

Dalam kerangka berpikir ini terlihat jelas bahwasannya penulis mendifinisikan terlebih dahulu apa itu strategi komunikasi. Setelah itu memaparkan bagaimana komunikasi pemasaran pada radio Ronggohadi, kemudian menjelaskan bagaimana penyusunan progam radio Ronggohadi. Selanjutnya penulis baru meneliti bagaimana strategi komunikasi pemasaran radio Ronggohadi untuk mempertahankan pendengar dewasa.

Dari alur kerangka pikir di atas yang menjadi landasan teori dari penelitian ini adalah teori Marketing Mix 4P yang dijelaskan oleh kotler dalam buku Manajemen Pemasaran, Yaitu *Product, Price, Promotion* dan *place* (distribusi). Dengan masing - masing "P" berisikan keputusan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

apabila digabungkan akan membentuk sebuah nilai jual bagi para konsumennya.[9]

Selanjutnya menggunakan teori kategori sosial, sebagai kajian ilmu komunikasi agar dalam penelitian tidak terlalu fokus pada aspek pemasaran dan tetap bisa saling berhubungan dengan ilmu komunikasi. Sedangkan teori kategori sosial menyatakan adanya perkumpulan-perkumpulan, kebersamaan-kebersamaan atau kategori-kategori sosial pada masyarakat urban industrial yang perilakunya ketika diterpa stimulus - stimulus tertentu hampir seragam.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian yaitu seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah yang sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenaan dengan masalah tertentu yang diolah, dianalisis, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan cara pemecahannya.[10]

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Sugiyono dalam bukunya memahami penelitian kualitatif mendefinisikan " Metode Penelitian Kualitatif" adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trianggulasi (gabungan),

[9] Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Prehalindo, 1997), hlm. 439
[10] Wardi Bahtiar, *Methodologi Penelitian Ilmu Dakwah* (Jakarta: Logos, 2001) hlm. 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi.*[11]

Sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitiannya adalah deskriptif kualitatif. Disini peniliti melakukan penelitian dengan terjun langsung ke lapangan, mendiskripsikan dan mengkonstruksi realitas yang ada dan melakukan pendekatan terhadap sumber informasi, sehingga diharapkan data yang didapatkan akan lebih maksimal.

2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

a. Subyek penelitian

Subyek penelitian ini adalah informan yang memberikan informasi mengenai Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan radio Ronggohadi FM dalam menarik dan mempertahankan pendengarnya.

b. Obyek penelitian

Dalam penelitian ini yang dijadikan obyek penelitian adalah Strategi komunikasi pemasaran.

c. Lokasi penelitian

Penelitian ini memilih lokasi di radio Ronggohadi Jl. Basuki Rahmat 70 Lamongan.

[11] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005). hlm. 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Jenis dan Sumber Data

Untuk keakuratan data, penelitian ini digali dari beberapa jenis dan sumber data, antara lain adalah:

a. Jenis Data

1) Data primer

Sumber data primer yang dimaksudkan oleh peneliti disini adalah sumber data yang paling utama dan penting yang memungkinkan untuk mendapatkan sejumlah informasi yang diperlukan dan berkaitan dengan penelitian.

2) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.[12] Selain itu Data sekunder yaitu peneliti akan menggunakan data apapun yang dapat mendukung data primer, atau berasal dari bahan kepustakaan Sumber ini berupa sumber tertulis seperti foto, buku, majalah, arsip, catatan transaksi dan dokumen yang berkaitan mengenai penelitian ini.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Informan

Dalam hal ini informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan

[12] Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi,* ..., hlm. 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kondisi latar penelitian.[13] Adapun pemilihan informan ditentukan berdasarkan teknik purposif yang mana informan akan dipilih sesuai dengan kriteria tertentu agar data yang didapat lebih mendalam dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh penulis.

2) Dokumen

Keterangan – keterangan berbentuk tertulis yang dapat dikatakan sebagai sumber kedua yang berasal dari luar sumber kata-kata dan tindakan. Dilihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi.[14]

Tabel 1.2
Daftar nama-nama informan

No	Nama informan	Jabatan	Alasan dijadikannya Informan
1	Drs. Ismed Jauhar	Direktur Utama	Karena memiliki peran penting terhadap pesan utama.
2	Zainal Adenan	Direktur Radio	Karena memiliki peran sebagai tangan kanan penerus pesan dari pimpinan.
3	Nurul Hidayati	Marketing dan Keuangan	Karena sebagai pengatur kelancaran dalam bisnis siaran radio Rongghadi
4	Andi Gendro Wardono, S.E.	Kepala Studio	Karena sebagai pembawa pesan kepada para penyiar untuk menjaga ketertiban dan kelancaran dalam penyiaran

[13] Iskandar Wirjokusumo dan Soemardji Ansori, *Metode Penelitian Kualitatif* (Penerbit: Unesa Univercity Press, 2009), hlm. 10

[14] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 159

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5	Lilik Susilo, S.E.	Administrasi	Karena sebagai penyimpan pesan, mencatat seluruh hasil pelaksanaan atau kegiatan yang dilakukan radio Ronggohadi.
6	Ali Mahrus, S.sos.	Music Director dan Progammer	Karena sebagai pemikir kelancaran dalam jalannya suatu acara siaran, juga mengetauhi tiap – tiap segmentasi.

4. Tahap - tahap Penelitian

a. Tahap Pralapangan

1) Menyusun rancangan penelitian

Dalam tahap ini, peneliti membuat rumusan masalah yang akan diteliti dari fenomena yang ada di lapangan. Kemudian mencari informan yang terkait. Setelah itu segala hal mengenai hal yang diteliti dan metodologinya dituangkan dalam proposal penelitian.

2) Mengurus Perizinan

Setelah proposal penelitian disetuji, dilanjutnya mengurus surat izin penelitian untuk melakukan wawancara dan observasi data-data yang dibutuhkan. Surat perizinan akan diserahkan kepada kepala studio radio Ronggohadi dan pihak-pihak yang menurut peneliti diperlukan untuk dimintai izin penelitian.

3) Menyiapkan perlengkapan penelitian

Sebelum penelitian dilakukan, penulis mempersiapkan alat yang menunjang jalannya wawancara dan observasi di lapangan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peneliti menyiapkan book note, tape recorder, kamera, dll agar hasil yang diperoleh lebih maksimal.

b. Tahap Lapangan

Sebelum melakukan wawancara lapangan, penulis melakukan observasi lapangan terlebih dahulu. Melakukan pendekatan kepada informan dalam penelitian serta melakukan pengamatan secara langsung seputar data. Selanjutnya membuat pedoman wawancara seputar hal-hal yang ingin diteliti.

c. Laporan

Setelah tahap lapangan selesai penulis membuat dan menyusun laporan yang berisi kegiatan yang telah dilakukan dalam bentuk tulisan.

d. Tahap Pasca Lapangan

1) Analisis data

Dalam tahapan ini, peneliti sudah mengumpulkan data di lapangan secara penuh. Kemudian peneliti akan mengkaji data dengan berpedoman pada kajian teori agar didapatkan data serta bagian – bagian yang sesuai dengan topik penelitian.

2) Pengabsahan data

Agar data yang disajikan benar – benar akurat dan dapat dipercaya, maka dalam tahapan ini peneliti akan mengecek dan melihat kembali data yang ada kemudian disajikan dengan lengkap sebagai hasil penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Teknik Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data, nantinya peranannya sangat penting dalam menentukan kualitas hasil penelitian. Apabila alat ini tidak akurat, hasilnya pun akan tidak akurat.

Dalam penelitian yang akan dilakukan ini, teknik yang dipergunakan dalam pengumpulan data adalah sebagi berikut:

a. *Interview* (wawancara)

Wawancara merupakan sebuah percakapan antara dua orang atau lebih, yang pertanyaannya diajukun oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab.[15]

Peneliti dalam melaksanakan wawancara akan menyampaikan pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya umun atau disebut pemanasan, pertanyaan cenderung diarahkan pada usaha untuk melakukan identifikasi agar terciptanya hubungan manusiawi yang wajar dan intim. Setelah suasana dirasakan wajar maka peneliti baru akan menyampaikan tentang maksud dan tujuan wawancara.

Wawancara akan dipergunakan untuk menggali secara mendalam dan meluas data atau informasi yang diperlukan, setelah nantinya mendapatkan jawaban atau data yang diperlukan maka tidak lupa peneliti akan mencatat dan merekam jawaban dari subjek dalam penelitian ini.

---

[15] Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm. 130

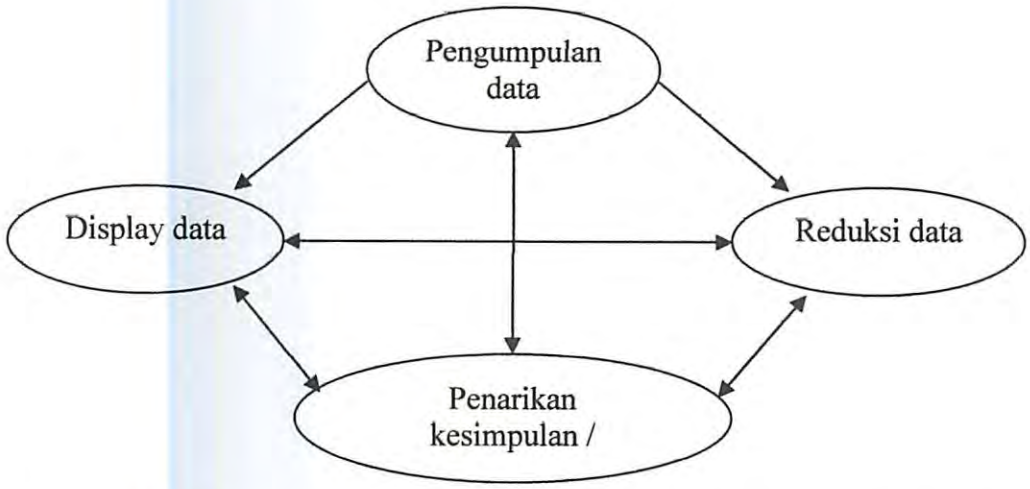
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Observation* (Observasi)

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang lazim dipakai dalam penelitian kualitatif[16]. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data ini diharapkan nantinya akan diperoleh data yang lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak. Dalam penelitian ini nantinya peneliti akan melihat kegiatan yang ada didalamnya untuk mendapat data yang selengkap-lengkapnya dan data yang dihimpun dapat terjaga kevalidannya.

6. Teknik Analisis Data

Gambar 1.2
Teknik Analisis Data



a. Reduksi data yang merupakan pemilihan data yang menjadi perhatian penelitian. Data-data yang direduksikan sendiri memiliki jumlah yang banyak sehingga penting bagi peneliti untuk memilih data yang tepat

[16] Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia,2002), hlm. 122

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan akurat. Dalam penelitian ini seperti data yang mengacu pada pendengar di kalangan orang Dewasa.

b. Display data atau penyajian data, peneliti menarik kesimpulan atas sekumpulan informasi yang diperoleh dan kemudian menyajikannya dalam bentuk teks yang bersifat naratif .

c. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah peneliti menarik kesimpulan awal dari hasil sementara yang ada. Kemudian melakukan verifikasi atau pencocokan hasil kesimpulan awal dengan kesimpulan akhir dengan bukti-bukti yang ada dalam penelitian. Dengan ini jika hasilnya sama maka kesimpulan dianggap kredibel.

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Ada beberapa cara yang akan dilakukan peneliti yang berkaitan dengan pengumpulan data, tidak menutup kemungkinan nantinya akan terjadi kesalahan yang menyebabkan kurangnya validitas pada penelitian yang akan dilakukan ini, sebelum dituangkan dalam bentuk laporan, maka nantinya juga perlu adanya pengecekan data dengan teknik sebagai berikut:

a. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.[17]

Dalam hal ini berarti bahwa peneliti telah mengadakan pengamatan terlebih dahulu untuk menggali informasi yang akan dijadikan obyek penelitian dalam rangka mengumpulkan data untuk menyelesaikan tugas akhir. Sehingga peneliti juga bisa faham apa yang diteliti.

b. Triangulasi

Tringulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. [18] Hal ini dapat dicapai dengan jalan:

1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dilakukan secara pribadi.
3) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.

---

[17] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996), hlm. 177

[18] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 83

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pendangan orang seperti rakyat biasa, mahasiswa, orang berada serta orang pemerintah.

5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

I. Sistematika Pembahasan

Agar mempermudah penelitian dibutuhkan sistematika pembahasan. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab meliputi:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari sembilan sub bab antara lain konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka pikir penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Membahas tentang kajian pustaka dan kajian teori.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Berisi tentang diskripsi subyek, obyek penelitian dan diskripsi tentang data penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA

Pada analisis data dijelaskan tentang temuan penelitian dan konfirmasi temuan dengan teori.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan rekomendasi dari penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id