

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Penelitian

Media massa merupakan salah satu unsur di mana tempat proses komunikasi berlangsung. Dengan demikian media massa merupakan sarana penyampaian komunikasi dan informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas. (Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta : PT. Raja Grafindo)

Bentuk dari media massa antara lain media elektronik (televise, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku dan film. Salah satu bentuk media massa cetak yang dikenal luas sejak zaman dulu adalah majalah. Dikalangan elit, menurut Wilson, kehadiran majalah sejak 1704 di Inggris dimulai dengan terbitnya majalah seperti *Review*, *Tatler*, *Spectator* semuanya terbit di London. Di Amerika Serikat majalah baru terbit sekitar tahun 1741 yang mendorong terbitnya majalah *Cristian Hostiry* (1743), *Saturday Evening* (1812).

Sedangkan majalah pertama yang di khususkan untuk wanita, pertama kali muncul di Amerika Serikat yaitu "*Ladies Magazine*" oleh Sara Josepha Hale (1828). Dengan adanya majalah khusus wanita ini, Hale barupaya untuk mengangkat derajat wanita dengan memberikan inspirasi-inspirasi dan nasehat-nasehat kepada wanita-wanita AS megenai fashion, moral, menjahit dan memasak. Maka pada tahun 1860 sirkulasi majalah ini mencapai 150.000

eksemplar, karena majalah ini banyak diminati oleh para wanita di Amerika Serikat.

Di Indonesia sendiri, majalah pertama kali diterbitkan oleh Boedi Oetomo dengan nama Retno Doemilah dalam bahasa Melayu-Jawa dan Soera Goeroe pada tahun 1904. Terbitnya majalah tersebut karena pada saat itu penduduk Hindia Belanda yang berjumlah sekitar 50 juta kepala terpencar-pencar di berbagai daerah seperti di Pulau Jawa dan Madura yang dihuni 35.017.204 jiwa, Sumatera dihuni 5.800.000 dan sisanya tersebar di kepulauan lain sangat membutuhkan media massa sebagai corong untuk menyuarakan program-program organisasi mereka, maka dibuatlah majalah Retno Doemilah dan Soera Goeroe tersebut. (Junaedhi, Kurniawan. 1995. *Rahasia Dapur Majalah di Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia. Utama)

Dalam penyajiannya, majalah dapat dikategorikan berdasarkan usia dan jenis kelamin dengan mengandung ciri khas masing-masing, misalnya majalah *Femina* ditujukan untuk wanita muda dewasa, atau majalah *Kartini* lebih ditujukan untuk wanita yang telah berumah tangga. Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi komunikasi telah berpengaruh terhadap peran media massa cetak. Akibat perkembangan teknologi ini, media cetak menjadi di jauhi dan menyebabkan manusia purna aksara menjadi buta aksara lagi. Hal ini disesalkan Marshall McLuhan, bahwa terdesaknya media cetak oleh media elektronik mengakibatkan tersisihnya sastra sebagai salah satu mata rantai komunikasi diantara generasi. Namun dengan hadirnya media massa elektronik tidak menghapus keberadaan media massa cetak, bahkan diperlukan. Namun

persaingan antara media massa cetak dan media massa elektronik membuat media massa cetak harus memiliki sesuatu yang berbeda dari media massa elektronik. Pembaharuan sesuai dengan perkembangan zaman perlu dilakukan untuk mempertahankan eksistensi media cetak. Begitupun dengan majalah Scarf demi mempertahankan keberadaannya, majalah Scarf Media harus melakukan beberapa perubahan salah satunya dengan perubahan kemasan dalam bentuk digital atau online.

*Online magazine* atau majalah online adalah sebuah majalah yang melalui tahap digitalisasi sehingga berbentuk *online magazine*, berfungsi sebagai sarana informasi dan menjadikannya sebagai media komunikasi yang dapat diakses melalui internet. Dengan adanya proses digitalisasi majalah cetak kedalam bentuk majalah online atau biasa dimengerti khalayak luas dengan sebutan majalah online, kini masyarakat penikmat berita dapat membaca segala jenis majalah sebagai media informasi dengan lebih mudah dan praktis. Majalah online adalah seperti beberapa fitur dengan blog dan juga dengan koran online, tetapi biasanya dapat dibedakan oleh pendekatan kendali editorial. Majalah biasanya memiliki editor atau dewan editorial yang meninjau pengajuan dan melakukan fungsi pengawasan mutu untuk memastikan bahwa semua material memenuhi harapan para penerbit (yang menginvestasikan waktu atau uang dalam produksi) dan pembaca. (<http://www.scanie.com/home/pengertianonline-magazine/> diakses pada 30 Januari 2019 pukul 21.14)

Sekarang ini, hampir semua media cetak memiliki *platform* online dengan konten yang berbeda dengan versi koran/majalah/tabloid *print*. Banyak media cetak yang memiliki versi *e-paper/e-magazine* yang sama persis dengan isi dengan versi cetak. Tahun 2017 ini, majalah Internasional remaja *Teen Vogue* membuat keputusan hanya terbit 4 kali dalam satu tahun, sementara sebelumnya setiap bulan. Majalah GADIS dan Femina juga berkurang drastis frekuensi terbitnya. Sementara majalah Scarf Media menjadi media digital. Kegiatan rebranding yang dimaksud merupakan perubahan-perubahan pengemasan berita dalam bentuk.

Perubahan ini terjadi sebagai dampak dari perkembangan teknologi komunikasi yang membuat media informasi lebih mudah dan praktis diakses secara online. Media melakukan perubahan sistem supaya tetap berkiprah di industri media. Hal ini perlu dilakukan mengingat pers merupakan lembaga kontrol sosial dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Sebab itu pula pers dituntut untuk menjalin hubungan yang baik dan solid antara personal maupun dalam organisasi media, dikarenakan misi dari pers sendiri ditentukan dari sistem yang dipakai.

Media massa khususnya cetak tentu tidak luput dari sebuah sistem yang digunakan lembaga pers untuk membangun sebuah organisasi agar misi dari media tersebut berjalan sesuai struktur yang berlaku. Dengan adanya sebuah sistem maka dengan sendirinya lembaga pers yang terdiri dari berbagai komponen (pemimpin redaksi, wakil pemimpin redaksi, redaktur, redaktur pelaksana, tata letak, sirkulasi, newsroom, wartawan, tata usaha, dan lain

sebagainya) akan terkontrol secara bijaksana dan menuntun pada kebijakan redaksi. Pada dasarnya kebijakan redaksi merupakan dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberitakan atau menyiarkan suatu berita. Kebijakan redaksi itu penting untuk menyikapi suatu peristiwa karena dalam dunia pemberitaan yang penting bukan saja peristiwa, tetapi juga sikap terhadap peristiwa itu sendiri. Kalau suatu media massa tidak memiliki kebijakan redaksi, dapat dipastikan beritanya tidak akan konsisten karena ia tidak mempunyai pendirian dalam memberitakan suatu peristiwa dan akan seperti keranjang sampah yang memuat apa saja. Karena itu, media cetak (surat kabar, majalah dan tabloid) dibangun dengan sebuah sistem untuk dapat leluasa melakukan serta menjalankan visi dan misinya agar terlaksana sesuai rencana. Umumnya, sebuah media khususnya cetak terlebih kepada penerbitan surat kabar mempunyai perpaduan dari tiga bidang kegiatan, bidang keredaksian, percetakan dan bidang usaha. Ketiga bidang tersebut dalam melaksanakan kegiatannya harus saling terkait dan terikat pada penyelesaian pekerjaan masing-masing sesuai dengan aturan yang sudah ditentukan. Pekerjaan penerbitan pers melibatkan banyak personil yang ada dalam ketiga bidang tersebut, dengan segala kemampuannya guna menciptakan suatu produk penerbitan yang berkualitas. Semua elemen berperan penting dalam memproduksi surat kabar, namun posisi yang penting untuk diperhatikan adalah bagaimana membuat komponen isi dari sebuah produk sesuai dengan keinginan khalayak. Salah satunya adalah dengan diberdayakannya pola sistem keredaksian.

Dalam sistem keredaksian yang mempunyai kekuasaan paling tinggi tentunya adalah pemimpin redaksi, tetapi hanya sebatas pada bidang keredaksiannya saja. Sama seperti media massa pada umumnya khususnya media cetak, Majalah Scarf Media misalnya, mempunyai struktur manajemen yang menjadi acuan utama penerbitan pers dalam menjalankan usahanya mulai dari keredaksian, bidang printing, sampai kepada bidang usaha, di mana ketiganya saling berkaitan satu sama lain. Namun di sini penulis ingin meneliti lebih kepada bagian keredaksian di mana selain menjadi ujung tombak dari sebuah manajemen juga sebagai tolak ukur dari sebuah penerbitan pers demi tercapainya visi dan misi. Melihat dari beberapa Majalah lainnya yang memiliki struktur organisasi yang bervariasi dari segi penyuntingan naskah, editor, hingga layout, dan tata letak dalam Scarf Media ada beberapa konsep yang kiranya sangat menarik untuk diteliti. Misalnya dari keredaksiannya yang mempunyai pola sistem keredaksian seperti pemimpin redaktur yang mempunyai elektabilitas sendiri dalam memainkan perannya. Dalam penyajian isi, kualitas informasi yang disajikan dan cara pengemasannya (*design/layout*) merupakan faktor penting dalam memberi kepuasan pada masyarakat, agar masyarakat sebagai penikmat informasi dapat mengerti dengan mudah apa yang disampaikan dan dapat menerima pesan yang disampaikan melalui sesuatu yang disajikan sesuai dengan batas nalarnya. Hal inilah yang kemudian menjadi cara untuk menarik perhatian pembaca. Selain itu, faktor yang lebih diutamakan adalah sesuai dengan target pembaca yang dituju. Di sinilah kemudian peneliti tertarik bagaimana majalah Scarf Media dengan sedemikian rupa mempunyai

sistem dengan keredaksian baru yang di terapkannya hingga saat ini setelah rebranding menjadi media digital. Scarf Media menganggap ini adalah era baru yang menarik. Selama ini, Scarf Media sebagai media cetak telah menjalankan fungsinya sebagai media informasi.

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas yang kemudian yang menjadi dasar peneliti untuk melakukan Studi Kasus terhadap Sistem Redaksi yang digunakan majalah Scarf Media setelah melakukan *Rebranding* menjadi media digital.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian di atas, maka penelitian ini disusun sesuai dengan focus penelitian, yang disajikan dengan judul “REBRANDING SISTEM REDAKSI SCARF MEDIA MENJADI MEDIA DIGITAL”, dari fokus penelitian itu peneliti mengidentifikasinya sebagai berikut :

1. Bagaimana manajemen perusahaan, manajemen redaksi, dan alur produksi Scarf Media sebelum *rebranding*?
2. Bagaimana manajemen perusahaan, manajemen redaksi, dan alur produksi Scarf Media setelah *rebranding*?
3. Bagaimana sistem redaksi Scarf Media setelah menjadi Media Digital?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana manajemen perusahaan, manajemen redaksi, dan alur produksi Scarf Media sebelum *rebranding*.
2. Untuk mengetahui bagaimana manajemen perusahaan, manajemen redaksi, dan alur produksi Scarf Media setelah *rebranding*.
3. Untuk mengetahui bagaimana sistem redaksi Scarf Media setelah menjadi Media Digital.

### D. Kegunaan penelitian

#### 1. Secara Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi bidang keilmuan terutama pada kajian media dan diharapkan memberikan pembelajaran baru pada bidang keilmuan jurnalistik yang berfokus pada media cetak khususnya majalah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kepada para akademisi ataupun pihak-pihak terkait pada masalah dengan tema serupa, untuk mengkaji lebih lanjut dimensi lainnya baik dari disiplin ilmu komunikasi maupun disiplin ilmu jurnalistik dalam.

#### 2. Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat menambah literature penelitian, khususnya yang berkaitan dengan kejournalistikan atau penelitian lanjutan mengenai penelitian ini. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi



bagi pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan, dalam membuat kebijakan-kebijakan yang akan diambil selanjutnya berhubungan tema penelitian ini. Kemudian dapat memberikan masukan bagi Scarf Media sendiri.

## **E. Landasan Pemikiran**

### **1. Hasil Penelitian Sebelumnya**

Berdasarkan pengamatan langsung peneliti di perpustakaan Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, mengenai skripsi yang membahas majalah Scarf Media. Peneliti meninjau skripsi-skripsi yang sudah ada yang berkaitan dengan judul yang dianalisa. Di bawah ini merupakan uraian beberapa hasil penelitian terdahulu yang dianggap relevan untuk kemudian dianalisis dan dikritisi dilihat dari pokok permasalahan, teori dan metode, sehingga dapat diketahui letak perbedaannya dengan penelitian yang peneliti lakukan. Hasil penelitian sebelumnya yang membahas mengenai majalah serta bahasa jurnalistik, memberikan gambaran mengenai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang tengah dilakukan.

Berikut ini adalah hasil-hasil penelitian terdahulu yang dipandang relevan dengan penelitian sebagai berikut :

- a. Aidha Marinda Ayu, 2016. Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Dengan judul skripsi : “Strategi Marketing Scarf Magazine dalam Meningkatkan Oplah Penjualan”. Penelitian ini menganalisi cara Scarf Media meningkatkan oplah penjualan majalahnya agar tetap bisa bertahan di pasaran. Kemudian

perbedaannya ialah penelitian sebelumnya meneliti mengenai strategi marketing majalah Scarf Media sementara penelitian yang peneliti lakukan ialah mengenai keredaksian di Scarf Media.

- b. Nenden Jahrotul Jannah, 2017. “Strategi Manajemen Media Mangle (Studi Deskriptif Pada Majalah Mangle dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Majalah Bahasa Sunda”. Penelitian ini menganalisis cara Majalah Mangle untuk tetap mempertahankan eksistensinya dengan hasil penelitian menunjukkan strategi manajemen dalam bidang redaksi adalah menentukan isi majalah sesuai dengan tujuan Mangle yaitu hiburan yang mengiblat ke budaya. Persamaan penelitian ini dengan yang akan diteliti ialah sama-sama membahas majalah dan strategi manajemennya. Perbedaannya, peneliti sebelumnya melakukan penelitian di Majalah Mangle sementara penelitian selanjutnya ialah di majalah scarf atau Scarf Media.
- c. Hasil penelitian Eka Dwi Satya, 2012. “Analisi Isi Penggunaan Bahasa Asing Pada Majalah Remaja Menurut Kaidah Bahasa Jurnalistik Studi Komparatif”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Berdasarkan hasil penelitian analisis isi rubric better Me di Majalah Kawanku dan Rubrik Psikologi di Majalah Gadis keduanya sama-sama menggunakan istilah atau memasukkan kata berupa kata asing, dalam artian Bahasa Asing. Penggunaannya pun melebihi batas kewajaran menurut kaidah bahasa jurnalistik. Dari hasil

penelitian studi komparatif yang peneliti lakukan pada rubric Better Me di Majalah Kawanku dan rubric Psikologi di Majalah Gadis edisi Maret-Agustus 2011, majalah yang paling banyak menggunakan memasukkan istilah asing, yakni bahasa Asing kedalam sebuah Gadis terbitan Femina Group. Dalam majalah Gadis jumlah pemakaian bahasa Asing agak terbatas, karena pada awalnya rubric psikologi tampil dengan menggunakan bahasa Indonesia. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni sama-sama menganalisis majalah. Perbedaannya peneliti terdahulu melakukan penelitian di media cetak majalah Gadis dan Kawanku, sementara penelitian yang akan peneliti lakukan di majalah Scarf Media.

- d. Rizky Ananda, 2017. Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul skripsi : “Agenda Media Majalah Gogirl! edisi Juni-Juli 2016 tentang Lifestyle Majalah Modern”. Penelitian ini menganalisa isi berita *life style* majalah *Gogirl!* dengan hasil kesimpulan bahwa *lifestyle* remaja modern yang ditampilkan majalah *Gogirl!* pada bulan Juni-Juli 2016 adalah *lifestyle* iklan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti ialah meneliti majalah yang melakukan rebranding ke dunia digital . Kemudian perbedaannya ialah penelitian sebelumnya meneliti mengenai isi berita *life style* majalah *Gogirl!* sementara penelitian

yang peneliti lakukan ialah mengenai analisa komparatif sebelum dan sesudah majalah Scarf *rebranding*.

- e. Linda Rania, 2018. Universitas Negeri Yogyakarta dengan judul skripsi “Pengaruh Trend Busana Muslimah Terhadap Gaya Busana Kuliah Muslimah Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”. Penelitian ini meneliti Trend busana muslimah yang sedang berkembang di Indonesia, Gaya busana kuliah muslimah mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNY, Pengaruh dari trend busana muslimah terhadap gaya busana kuliah muslimah mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNY dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa trend busana muslimah mempengaruhi gaya busana kuliah muslimah mahasiswa manajemen sebesar 34,032% serta sebesar 65,968 %. Persamaan penelitian ini ialah menggunakan majalah Scarf sebagai objek penelitian. Perbedaannya, peneliti sebelumnya meneliti mengenai pengaruh yang ditimbulkan dari trend busana majalah Scarf, sementara dalam penelitian yang peneliti lakukan saat ini ialah mengenai sistem keredaksian di Scarf Media.

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

No.	Identitas	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Aidha Marinda ayu, 2016. Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Dengan judul skripsi : "Strategi Marketing Scarf Magazine dalam Meningkatkan Oplah Penjualan".	Penelitian ini menganalisa cara Scarf Media meningkatkan oplah penjualan majalahnya agar tetap bisa bertahan di pasaran	Meneliti majalah Scarf Media	Meneliti koredaksian di Scarf Media Playzine.

2.	<p>Nenden Jahrotul Jannah, 2017. “Strategi Manajemen Media Mangle (Studi Deskriptif Pada Majalah Mangle dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Majalah Bahasa Sunda”.</p>	<p>Penelitian ini menganalisis cara Majalah Mangle untuk tetap mempertahankan eksistensinya dengan hasil penelitian menunjukkan strategi manajemen dalam bidang redaksi adalah menentukan isi majalah sesuai dengan tujuan Mangle yaitu hiburan yang mengiblat ke budaya.</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan yang akan diteliti ialah sama-sama membahas majalah dan strategi manajemennya.</p>	<p>Perbedaannya, peneliti sebelumnya melakukan penelitian di Majalah Mangle sementara penelitian selanjutnya ialah di majalah scarf atau Scarf Media.</p>
----	---	---	---	---

3.	Eka Dwi Satya, 2012. (Analisi Isi Penggunaan Bahasa Asing Pada Majalah Remaja Menurut Kaidah Bahasa Jurnalistik Studi Komparatif)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Berdasarkan hasil penelitian analisis isi rubric better Me di Majalah Kawanku dan Rubrik Psikologi di Majalah Gadis keduanya sama-sama menggunakan istilah atau memasukkan kata berupa kata asing, dalam artian Bahasa Asing.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni sama-sama menganalisis majalah.	Perbedaanya peneliti terdahulu melakukan penelitian di media cetak majalah Gadis dan Kawanku, sementara penelitian yang akan peneliti lakukan di majalah Scarf Media.
----	---	---	---	---

4.	<p>Rizky Ananda, 2017. Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Judul skripsi : "Agenda Media Majalah Gogirl! edisi Juni-Juli 2016 tentang Lifestyle Majalah Modern"</p>	<p>Penelitian ini menganalisa isi berita life style majalah Gogirl! dengan hasil kesimpulan bahwa lifestyle remaja modern yang ditampilkan majalah Gogirl! pada bulan Juni-Juli 2016 adalah lifestyle iklan.</p>	<p>Meneliti majalah Modern.</p>	<p>penelitian sebelumnya meneliti mengenai isi berita life style majalah Gogirl! sementara penelitian yang peneliti lakukan ialah mengenai analisa komparatif sebelum dan sesudah majalah Scarf rebranding.</p>
----	--	--	---------------------------------	---



5.	Linda Rania, 2018. Universitas Negeri Yogyakarta dengan judul skripsi “Pengaruh Trend Busana Muslimah Terhadap Gaya Busana Kuliah Muslimah Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”	Penelitian ini meneliti Trend busana muslimah yang sedang berkembang di Indonesia, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa trend busana muslimah mempengaruhi gaya busana kuliah muslimah mahasiswa manajemen sebesar 34,032% serta sebesar 65,968 %.	Persamaan penelitian ini ialah menggunakan majalah Scarf sebagai objek penelitian.	Perbedaannya, peneliti sebelumnya meneliti mengenai pengaruh yang ditimbulkan dari trend busana majalah Scarf, sementara dalam penelitian yang peneliti lakukan saat ini ialah mengenai sistem keredaksian di Scarf Media
----	--	---	--	---

## 2. Landasan Teoritis

### a. Organisasi Manajemen Media

Organisasi berasal dari bahasa Yunani. *Organon*, yang berarti “alat” (*tool*). Kata ini masuk ke bahasa Latin menjadi *organLatio* dan kemudian masuk ke bahasa Prancis pada abad ke-14 menjadi *organismion*. Pengertian awalnya tidak merujuk pada benda atau proses, melainkan tubuh manusia atau makhluk biologis lainnya. Tidak sama dengan alat mekanis, *organon* terdiri atas bagian-bagian yang tersusun dan terkoordinasi hingga mampu menjalankan fungsi tertentu secara dinamis. Singkatnya, organisasi adalah penyusunan dan pengelolaan berbagai aktifitas manusia (baik dengan institusi/lembaga maupun tidak), yang bertujuan menjalankan suatu fungsi atau maksud tertentu. (Kusdi. 2009. *Teori Organisasi dan Administrasi*. Jakarta: Salemba Humanika. h.4)

Karakteristik utama organisasi adalah terdapatnya tujuan (*purpose*), anggota (*people*) dan rencana (*plan*). Dalam aspek rencana terkandung semua ciri lainnya, seperti sistem, struktur, desain, strategi dan proses yang seluruhnya dirancang untuk menggerakkan unsur manusia (*people*) dalam mencapai beberapa tujuan yang telah ditetapkan.

Berangkat dari pengertian organisasi ini, pada dasarnya semua perusahaan tak terkecuali perusahaan media, dari media lokal sampai media nasional, pasti memiliki organisasi manajemen

tenentu untuk mengelola jalannya program program yang akan dilakukan. Pengorganisasian kerja media pers tidak hanya berkutat pada kerja produksi berita saja. tapi juga mencakup pekerjaan administrasi perusahaan, teknis percetakan atau produksi siaran dan atau elektronik. serta penjualan atau pemasaran dan pencarian pemasukan uang dari iklan.

Maka dari itu, dibutuhkan sebuah kerangka manajemen yang agak berbeda dengan sistem kerja perusahaan bukan pers. Pada pers, manajemen meliputi bagian bagian yang spesifik, menurut kebutuhan institusi yang benugas sebagai lembaga yang memproduksi melaporkan informasi. Biasanya manajemen pers terbagi ke dalam berbagai departemen. yang terdiri atas. redaksi (yang bertugas mengumpulkan dan mempersiapkan berita berita dan hiburan, serta opini atau pandangan atau komentar), periklanan (yang mempersiapkan pesan-pesan komersial), percetakan atau produksi siaran atau Lampiran layar situs (yang mengubah segala materi informasi ke dalam bentuk lembaran cetakan atau siaran audio-visual atau halaman halaman elektronis di layar monitor), sirkulasi (yang mendistribusikan informasi tersebut kepada khalayak), dan manajemen perusahaan (yang mengatur keseluruhan kegiatan).

Umumnya, media memiliki struktur organisasi guna melakukan aktivitas aktivitas ke dalam fungsi-fungsi yang terpisah,

yang mengacu pada hubungan di antara elemen elemen sosial yang meliputi orang, posisi, dan unit unit organisasi di mana mereka berada. Struktur organisasi mendefinisikan bagaimana tugas tugas dialokasikan. siapa melapor kepada siapa, serta mekanisme mekanisme koordinasi formal dan pola pola interaksi yang menyertainya. Tujuannya agar beberapa bidang dan fungsi tidak tercampur dengan fungsi fungsi lain.

Berbagai penjelasan tentang beberapa bagian, posisi, dan kewenangan yang terdapat di dalam manajemen media pemberitaan itu bisa disimak melalui struktur manajemen organisasi sebuah lembaga penerbitan surat kabar pada umumnya. Menurut Sceptiawan Santana K, posisi tertinggi dalam manajemen penerbitan dipegang oleh pemimpin redaksi; yang menjadi kepala bagian editorial atau ruang pemberitaan, bertanggung jawab atas isi redaksional media, serta menerima langsung hasil kerja redaksional berbagai redaktur yang dipimpinnya. Para reporter tidak berhubungan langsung dengannya dalam meliput kecuali bila menyangkut pemberitaan yang krusial dan mendesak. Pemimpin redaksi dalam melaksanakan tugasnya tidak sendiri. dibantu oleh wakil pemimpin redaksi (wapemred). yang membantu pemimpin redaksi seperti disebut di atas sesuai dengan yang digariskan oleh pemimpin redaksi. Keduanya dibantu oleh redaktur pelaksana; penanggung jawab utama seluruh pelaksanaan pencarian berita dan menjadi sosok yang

selalu hadir di ruangan pemberitaan. Setiap redaktur (editor yang dibawahinya) dan wanawan akan berhubungan dengannya. Juga berhak memuluskan berbagai berita utama harus ditempalkan di halaman mana. Melakukan rapat rapat yang membahas biaya (*budget*) ruang pemberitaan. Juga membuat kebijakan redaksi berdasar hasil konflrmasinya dengan Pemimpin Redaksi. Redaktur: merupakan bagian yang mengurus pemberitaan. Di mana benanggung jawab terhadap isi halaman surat kabar yang di terima dari berbagai bidang materi berita. Mulai dari redaktur opini; yang membidangi halaman opini, tajuk rencana. di mana mencerminkan sikap media terhadap berbagai kejadian aktual di masyarakat. Juga ada redaktur berita: bagiun yang mengontrol naskah sebelum naik cetak, di mana editing akhir berita dikerjakan sena halaman didesain dan headlines ditulis. (Santana K, Septiawan. 2005. Jurnalisme Kontemporer. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. h. 191)

Sementara itu, Totok Djuroto menjelaskan, kordinator liputan; bertugas menerima bahan berita, baik dari kantor berita, wartawan, koresponden, atau press release dari lembaga, organisasi, instansi pemerimah atau perusahaan swasta. Kemudian tugas dari wanawan atau reporter sendiri adalah seseorang yang bertugas mencari, mengumpulkan. dan mengolah informasi menjadi berita. untuk kemudian disiarkan melalui media massa.

(Djuroto, Totok. 2010. Manajemen Penerbitan Pers. Bandung: Remaja Rosdakarya. h. 22)

b. Media Digital

1. Situs

Situs merupakan kumpulan dokumen-dokumen yang tersebar di internet dan dokumen ini disebut halaman HTML. (Putra, Budi. 2004. *Logicom Publication*, Tangerang: Planet Internet. h. 45)

Selain itu merupakan perangkat yang paling populer digunakan dalam mencari informasi di internet. Saat ini banyak media bisnis dan organisasi yang mulai membuat situs dan secara bangga mempublikasikan alamat situs yang mereka miliki. Melalui situs merek, ribuan perusahaan, organisasi, media, individu memberitahukan kepada dunia mengenai profil dirinya dan mempromosikan ide dan gagasan yang dimiliki.

Satu hal yang memacu popularitas situs adalah kemampuannya untuk menampilkan kata kata, tipografi, dan gambar melalui layar komputer. (Brunner, Laurel & Zoran Jevtic. 2000 *Mengenal Internet for Beginners*, Bandung: Mizan. h. 118)

Situs memungkinkan terjadinya komunikasi dengan para pengguna dan sebaliknya. Komunikasi tersebut dikatakan sebagai komunikasi interaktif. Di mana antara pengelola Situs dapat melakukan komunikasi dua arah dengan pengguna internet lainnya.

## 2. Media sosial

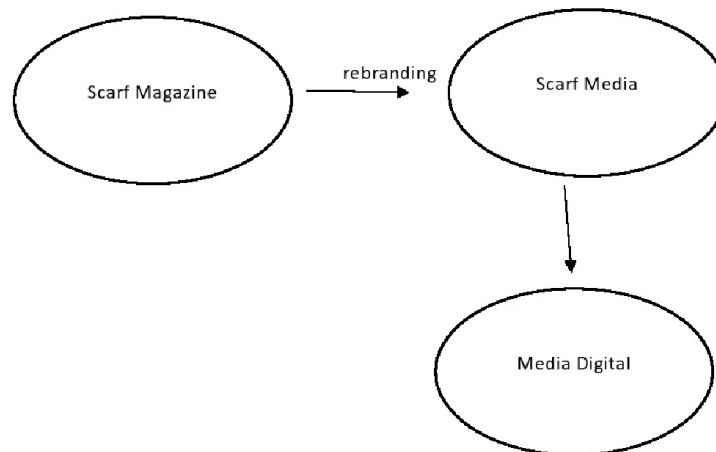
Media sosial merupakan salah satu fitur media digital yang dapat digunakan untuk berhubungan dengan teman, keluarga, atau individu lainnya yang berbeda lokasi.. Sifatnya yang interaktif memungkinkan pengguna untuk melakukan kontrol terhadap isi, waktu, dan lokasi Konten yang diberikan melalui media sosial dapat mempengaruhi pemikiran dan perasaan yang membacanya. Walau membangun hubungan melalui media digital tidak akan menggantikan hubungan secara langsung, namun hubungan yang dimulai melalui media digital dapat dibawa kedalam kehidupan sehari hari.

Terdapat banyak jenis media sosial seperti *Friendster*, *MySpace*, *Google +*, dan *Heelo*. Namun diantaranya yang memiliki jumlah pengguna terbanyak, terutama di Indonesia, ialah *Twitter* dan *Facebook*. Sehingga individu atau perusahaan lebih mengandalkan kedua media sosial untuk berinteraksi dan menyampaikan pesan.

## 3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu bentuk kerangka berpikir yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Biasanya kerangka penelitian ini menggunakan pendekatan ilmiah dan memperlihatkan hubungan antar variabel dalam proses analisisnya.

Kegiatan *rebranding* yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada perubahan-perubahan signifikan yang terdapat pada konsep Scarf Media terutama dalam sistem keredaksiannya. Perubahan Scarf Media dalam konsep baru yang meliputi elemen-elemen yang di branding dalam majalah. Untuk itu, sistem keredaksiannya pun akan berubah mengingat dalam konsep ini tidak lagi menggunakan sistem cetak majalah tetapi menggunakan media social sebagai media publikasinya.



SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG  
Gambar 1.1: Kerangka Konseptual

## F. Langkah-langkah Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian akan berlangsung di kantor Scarf Media, di Jalan kalibata Raya No. 1, Jakarta, Indonesia. Telepon 08159080185.

### 2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Menurut Patton, paradigma tertanam kuat dalam



sosialisasi penganut dan praktisnya. Paradigma menunjukkan apa yang penting, absah dan masuk akal. (Mulyana, Deddy. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, hlm. 9)

Sementara itu, Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka. (Hidayat, Dedy N. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Indonesia. hlm.3)

Menurut Patton (1978), para peneliti konstruktivis mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain. Dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik. Dengan demikian, penelitian dengan strategi seperti ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah *valid*, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut. Paradigma konstruktivis memiliki beberapa kriteria yang membedakannya dengan paradigma lainnya, yaitu ontologi, epistemologi, dan metodologi. level ontologi, paradigma konstruktivis melihat kenyataan sebagai hal yang ada tetapi

realitas bersifat majemuk, dan maknanya berbeda bagi tiap orang. Dalam epistemologi, peneliti menggunakan pendekatan subjektif karena dengan cara itu bisa menjabarkan pengkonstruksian makna oleh individu. Dalam metodologi, paradigma ini menggunakan berbagai macam jenis pengkonstruksian dan menggabungkannya dalam sebuah *consensus*.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pendekatan kualitatif artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berdasarkan naskah wawancara, catatan lapangan, memo, dokumen pribadi, dokumen resmi lainnya. (Moeleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya)

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada satu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus. Data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, dengan kata lain dalam studi ini dikumpulkan dari berbagai sumber. Penelitian studi kasus akan kurang kedalamannya bilamana hanya dipusatkan pada fase tertentu saja atau salah satu aspek tertentu sebelum memperoleh gambaran umum tentang kasus tersebut. Sebaliknya studi kasus akan kehilangan artinya kalau hanya ditujukan sekedar untuk memperoleh gambaran umum namun tanpa menemukan sesuatu atau beberapa aspek khusus yang perlu dipelajari secara intensif dan mendalam. Studi kasus yang baik harus dilakukan secara langsung dalam kehidupan sebenarnya dari kasus yang diselidiki. Walaupun demikian, data studi kasus dapat diperoleh tidak saja dari kasus yang diteliti,

tetapi, juga dapat diperoleh dari semua pihak yang mengetahui dan mengenal kasus tersebut dengan baik. Dengan kata lain, data dalam studi kasus dapat diperoleh dari berbagai sumber namun terbatas dalam kasus yang akan diteliti.

#### **4. Jenis Data dan Sumber Data**

##### **a. Jenis Data**

Jenis data dalam penelitian adalah jenis data primer dan sekunder. Data primer adalah data utama, yang bersumber dari orang yang berkedudukan sebagai informan. Sedangkan data sekunder adalah data pendukung dalam penelitian yang bersumber dari bahan pustaka.

Data dalam penelitian kualitatif bukan berupa angka, tetapi deskripsi naratif, walaupun ada angka, angka tersebut dalam hubungan suatu deskripsi. Dalam pengolahan data kualitatif tidak ada penjumlahan data, sehingga mengarah kepada generalisasi. (Nana Syaodih , Sukmadinata. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.)

##### **b. Sumber Data**

###### **1) Sumber Data Primer**

Lexy J Moeloeng mengutip pernyataan Guba dan Lincoln bahwa dokumen didefinisikan sebagai bahan tertulis ataupun film yang dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. (Maloeng, Lexy J. 2007. *Metode penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya)

Dokumen digunakan sebagai sumber bahan penelitian untuk menguji dan melakukan penafsiran. Dokumen dalam penelitian ini adalah melalui observasi ke tempat, dan wawancara dengan pihak redaksi. Kategori primer lainnya diperoleh melalui website majalah, Instagram dan Youtube Scarf Media.

## **2) Sumber Data Sekunder**

Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai rujukan seperti buku-buku, *ensiklopedia*, artikel, jurnal, dan literatur lain yang berkaitan dan relevan dengan penelitian sehingga mendukung penelitian ini.

## **5. Penentuan Informan atau Unit Penelitian**

### **a. Informan dan Unit Analisis**

Informan dalam penelitian adalah orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasai masalah, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, maka peneliti sangat erat kaitannya dengan faktor-faktor kontekstual, jadi dalam hal ini sampling dijaring sebanyak mungkin informasi dari berbagai sumber. Maksud kedua dari informan adalah untuk mengali informasi yang menjadi dasar dan rancangan teori yang dibangun.

### **b. Teknik Penentuan Informan**

Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah berdasarkan pada asas subyek yang menguasai permasalahan, memiliki data, dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat.

Informan yang bertindak sebagai sumber data dan informasi harus memenuhi syarat, yang akan menjadi informan narasumber (*key informan*) dalam penelitian ini adalah orang yang ada dalam ke redaksian Scarf Media.

Penelitian kualitatif tidak dipersoalkan jumlah informan, tetapi bisa tergantung dari tepat tidaknya pemilihan informan kunci, dan kompleksitas dari keragaman fenomena sosial yang diteliti. Dengan demikian, informan ditentukan dengan teknik snowball sampling, yakni proses penentuan informan berdasarkan informan sebelumnya tanpa menentukan jumlahnya secara pasti dengan menggali informasi terkait topik penelitian yang diperlukan. Pencarian informan akan dihentikan setelah informasi penelitian dianggap sudah memadai.

Adapun kriteria-kriteria penentuan Informan Kunci (*key informan*) yang tepat, dalam pemberian informasi dan data yang tepat dan akurat mengenai majalah Scarf Media adalah sebagai berikut:

- a. Chief Executive Officer Scarf Media
- b. Contract Change Order Scarf Media
- c. Chief Financial Officer Scarf Media
- d. Ed. In Chief Digital Scarf Media
- e. Managing Editor Scarf Media
- f. HRD dan GA Manager Scarf Media
- g. Staff Scarf Media

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data, peneliti mengambil dari arsip atau data yang diarsipkan oleh Scarf Media. selain itu, teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi; yaitu pengamatan secara langsung kondisi yang terjadi di lapangan yang memiliki relevansi terhadap permasalahan yang dikaji. Observasi atau pengamatan merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sering digunakan untuk jenis penelitian kualitatif. (Birowo, Antonius. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gintanyali)

Dalam hal ini penelitian dilakukan dengan cara mencermati sistem keredaksian Scarf Media. Teknik observasi digunakan untuk menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, perilaku, tempat atau lokasi, dan benda serta rekaman gambar. Observasi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. (Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS. Suyanto, Slamet)

Dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blanko pengamatan sebagai instrumen. Format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi. (Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Edisi. Revisi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta)

- b. Wawancara; dalam riset kualitatif peneliti menggunakan jenis wawancara terstruktur (*Structured Interview*), merupakan bentuk spesifik yang berisi instruksi yang mengarahkan peneliti dalam melakukan wawancara secara sistematis dan pertanyaan yang diajukan kepada responden sudah disusun secara sistematis. (Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta)

Dengan tujuan mendapatkan data yang mendalam dan wawancara akan dilakukan bersama narasumber dari Scarf Media. Untuk mengumpulkan informasi dari sumber data ini diperlukan teknik wawancara, dalam penelitian kualitatif khususnya dilakukan dalam bentuk yang disebut wawancara mendalam (*in-depth interviewing*). Teknik wawancara ini yang paling banyak digunakan dalam penelitian kualitatif, terutama pada penelitian lapangan. Tujuan wawancara adalah untuk bisa menyajikan konstruksi saat sekarang dalam suatu konteks mengenai pribadi, peristiwa, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, tanggapan atau persepsi, tingkat dan bentuk keterlibatan untuk merekonstruksikan beragam hal. (Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS. Suyanto, Slamet. hlm.68)

Interview atau wawancara mendalam bertujuan untuk saling menyelami pandangan/pikiran tentang sesuatu yang menjadi objek penelitian. Peneliti mengadakan kegiatan untuk mengumpulkan dan mengidentifikasi permasalahan yang menjadi bahan kajiannya. Di sini

terjadi interaksi antara peneliti dengan orang yang diteliti. Orang yang diteliti juga berhak tahu si peneliti dengan seluruh jati dirinya, mengetahui untuk apa tujuan penelitian, mengetahui kegunaan penelitian. Setelah orang yang diteliti mempercayai peneliti, kemungkinan data yang diperoleh peneliti akan semakin lengkap.

Proses wawancara dalam penelitian kualitatif pada umumnya dilakukan dengan cara tak terstruktur, karena peneliti tidak mengetahui secara tepat mengenai apa yang sebenarnya hendak dituju. Dengan demikian tujuan wawancara yang dilakukan untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya yang mengarah kedalaman informasi dan dilaksanakan secara informal. Dengan demikian wawancara ini dilakukan dengan pertanyaan yang bersifat terbuka (*open-ended*) dan mengarah pada kedalaman informasi, serta dilakukan dengan cara yang tidak secara formal terstruktur, guna menggali pandangan subjek yang diteliti tentang banyak hal yang sangat bermanfaat untuk menjadi dasar bagi penggalian informasinya secara lebih jauh, lengkap, dan mendalam. (Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS. Suyanto, Slamet. hlm.69)

- c. Dokumentasi; yaitu pengumpulan data-data yang berkaitan dengan penelitian ini atau sumber-sumber tertulis dari bahan-bahan kepustakaan yang berkaitan dengan objek penelitian yang dimaksud. Dokumen tertulis dan arsip merupakan sumber data yang sering memiliki posisi penting dalam penelitian kualitatif, terutama bila sasaran kajian



mengarah pada latar belakang atau berbagai peristiwa yang terjadi di masa lampau yang sangat berkaitan dengan kondisi atau peristiwa masa kini yang sedang diteliti.

## 7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. (Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS. Suyanto, Slamet.hlm.60)

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility, transferability, dependability, dan confirmability*. (Sugiyono, 2007, *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia)

Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan.

### a) *Credibility*

Uji *credibility* (kredibilitas) atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah dilakukan.

#### 1. Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan pengamatan dapat meningkatkan kredibilitas/kepercayaan data. Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang ditemui maupun sumber data yang lebih baru. Perpanjangan pengamatan berarti hubungan antara peneliti dengan sumber akan semakin terjalin, semakin akrab, semakin terbuka, saling timbul kepercayaan, sehingga informasi yang diperoleh semakin banyak dan lengkap. Perpanjangan pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh. Data yang diperoleh setelah dicek kembali ke lapangan benar atau tidak, ada perubahan atau masih tetap. Setelah dicek kembali ke lapangan data yang telah diperoleh sudah dapat dipertanggungjawabkan/benar berarti kredibel, maka perpanjangan pengamatan perlu diakhiri.

2. Meningkatkan kecermatan dalam penelitian

Meningkatkan kecermatan atau ketekunan secara berkelanjutan maka kepastian data dan urutan kronologis peristiwa dapat dicatat atau direkam dengan baik, sistematis. Meningkatkan kecermatan merupakan salah satu cara mengontrol/mengecek pekerjaan apakah data yang telah dikumpulkan, dibuat, dan disajikan sudah benar atau belum.

Untuk meningkatkan ketekunan peneliti dapat dilakukan dengan cara membaca berbagai referensi, buku, hasil penelitian terdahulu, dan

dokumen-dokumen terkait dengan membandingkan hasil penelitian yang telah diperoleh. Dengan cara demikian, maka peneliti akan semakin cermat dalam membuat laporan yang pada akhirnya laporan yang dibuat akan semakin berkualitas.

### 3. *Triangulasi*

William Wiersma (1986) mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.

#### a. *Triangulasi Sumber*

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data dan waktu.

#### b. *Triangulasi Teknik*

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

c. *Triangulasi Waktu*

Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

4. Analisis Kasus Negatif

Melakukan analisis kasus negatif berarti peneliti mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang telah ditemukan. Bila tidak ada lagi data yang berbeda atau bertentangan dengan temuan, berarti masih mendapatkan data-data yang bertentangan dengan data yang ditemukan, maka peneliti mungkin akan mengubah temuannya.

5. Menggunakan Bahan Referensi

Yang dimaksud referensi adalah pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Dalam laporan penelitian, sebaiknya data-data yang dikemukakan perlu dilengkapi dengan foto-foto atau dokumen autentik, sehingga menjadi lebih dapat dipercaya.

6. Mengadakan *Membercheck*

Tujuan *membercheck* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi

data. Jadi tujuan membercheck adalah agar informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan.

*b) Transferability*

*Transferability* merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil.

Pertanyaan yang berkaitan dengan nilai transfer sampai saat ini masih dapat diterapkan/dipakai dalam situasi lain. Bagi peneliti nilai transfer sangat bergantung pada si pemakai, sehingga ketika penelitian dapat digunakan dalam konteks yang berbeda di situasi sosial yang berbeda validitas nilai transfer masih dapat dipertanggungjawabkan.

*c) Dependability*

Reliabilitas atau penelitian yang dapat dipercaya, dengan kata lain beberapa percobaan yang dilakukan selalu mendapatkan hasil yang sama. Penelitian yang *dependability* atau reliabilitas adalah penelitian apabila penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula. Pengujian *dependability* dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Dengan cara auditor yang independen atau pembimbing yang independen mengaudit keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

Misalnya bisa dimulai ketika bagaimana peneliti mulai menentukan masalah, terjun ke lapangan, memilih sumber data, melaksanakan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai pada pembuatan laporan hasil pengamatan.

d) *Confirmability*

Objektivitas pengujian kualitatif disebut juga dengan uji *confirmability* penelitian. Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*. Validitas atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

## 8. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis melalui tiga alur kegiatan yang akan dilakukan secara bersamaan, yakni melalui penyajian data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Penyajian data merupakan susunan sekumpulan informasi yang memungkinkan menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Analisis data kualitatif mulai dengan mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-

konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi. Peneliti akan menarik kesimpulan-kesimpulan secara longgar, tetap terbuka dan skeptis, kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh. Kesimpulan tersebut diverifikasi selama proses penelitian melalui peninjauan atau pemikiran kembali pada catatan lapangan secara terperinci dan seksama, bertukar pikiran dengan informan peneliti. Makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya sehingga membentuk validitasnya.

Reduksi data merupakan sebuah proses penelitian, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Data kualitatif disederhanakan atau ditransformasikan dalam aneka ragam cara, seperti seleksi dan penyortiran ketat ringkasan atau uraian singkat penggolongan dengan mencari pola yang lebih luas.

