

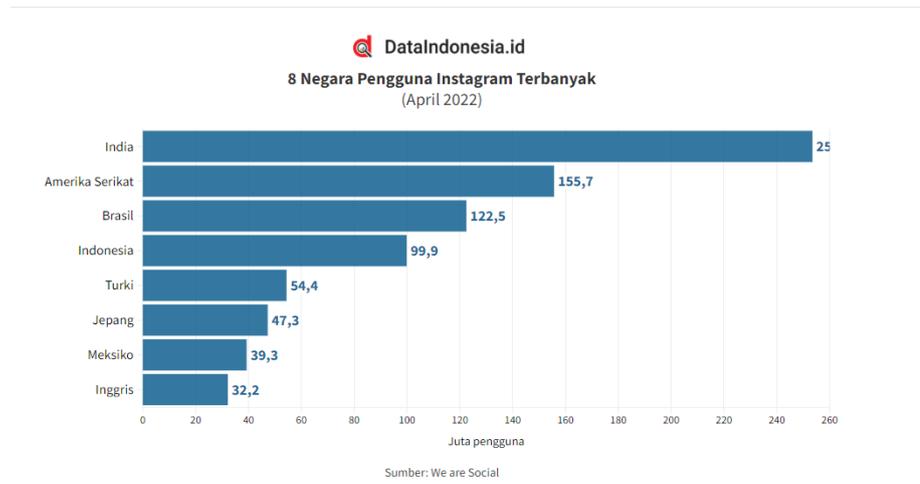
## **BAB 1**

### **Pendahuluan**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

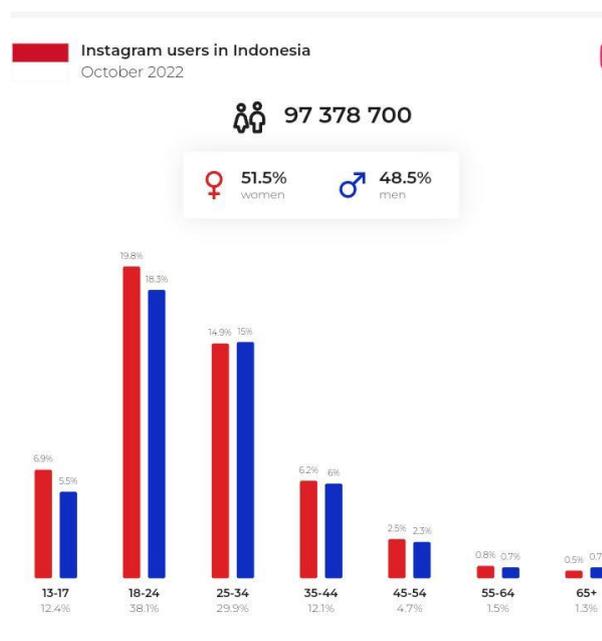
Dunia mengalami era globalisasi, yaitu era dimana informasi seluruh dunia terbuka untuk semua orang. Salah satu bentuk dampaknya yaitu pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dengan lahirnya sistem informasi online yang memungkinkan setiap orang meeliminasi keterbatasan ruang, jarak bahkan waktu. Saat ini interaksi yang dibangun menjadi lebih sederhana dengan menjadikan kehadiran *new media* (media baru). Siddiqui & Singh (dalam Intan, 2017) mengatakan bahwa media sosial menjadi salah satu produk dari kehadiran *new media* yang memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk lebih mengeksplorasi penggunaannya terhadap minat-minat yang dapat ditemukan di internet. Media sosial memainkan peran penting dalam mengubah gaya hidup orang-orang yang memfasilitasi siapa pun untuk mempublikasikan dan mengakses informasi, berkolaborasi dalam upaya bersama atau membangun hubungan secara online salah satunya pada media sosial Instagram.

Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial terbesar di dunia pada saat ini. Menurut data *We Are Social*, pengguna aktif bulanan (*monthly active user/MAU*) Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada April 2022. Indonesia menempati urutan keempat dengan pengguna aktif bulanan Instagram sebanyak 99,9 juta orang (Rizaty, 2022).



Gambar 1.1 Pengguna Instagram terbanyak tahun 2022.

Dan Laporan Napoleon Cat menunjukkan ada 97,3 juta pengguna Instagram di Indonesia pada Oktober 2022. Tercatat, mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun, yakni sebanyak 37,1 juta. Rinciannya, sebanyak 19,8% pengguna aplikasi tersebut adalah perempuan, sedangkan 18,3% merupakan laki-laki.



Gambar 1.2 Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2022

Kelompok usia 25-34 tahun menjadi pengguna Instagram kedua di Indonesia. Tercatat 14,9% adalah perempuan dan 15% pengguna merupakan laki-laki. Kemudian, kelompok usia 13-17 tahun diurutan pengguna terbanyak selanjutnya. Sebanyak 6,9% pengguna perempuan dan 5,5% merupakan laki-laki. Di kelompok usia 35-44 tahun, perempuan pengguna Instagram sebanyak 6,2% dan laki-laki 6%. Sementara, pengguna Instagram dari kelompok usia 45-54 tahun yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 2,5% dan laki-laki 2,3%. Lalu, di kelompok usia 55-64 tahun, 0,8% pengguna perempuan dan 0,7% pengguna laki-laki. Dan kelompok usia 65 keatas, 0,5% pengguna adalah perempuan dan 0,7% penggunanya adalah laki-laki. Secara keseluruhan, mayoritas atau 51,5% pengguna aplikasi foto dan video di Indonesia adalah perempuan. Sedangkan 48,5% pengguna Instagram lainnya adalah laki-laki. Sehingga pada rinciannya pengguna Instagram dikalangan perempuan memimpin sebesar 17,8 jt (Napoleoncat.com, 2022).

Masyarakat menjadikan Instagram pada masa ini menjadi gaya hidup, tidak hanya para remaja namun juga para orang dewasa. Sebuah perusahaan riset dan analisis dari Inggris bernama TNS (Taylor Nilson Sofres) mengemukakan bahwa pengguna Instagram di Indonesia memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat untuk mendapatkan inspirasi, berbagi cerita atau pengalaman-pengalaman (Khuriaturrosidah, 2019).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh APJII pada 2018 (dalam Saputra, 2019) mengatakan bahwa 89,7% pengguna internet di Indonesia adalah mahasiswa. Bahkan pengguna internet yang mengakses konten media sosial

sebanyak 97%. Sedangkan dalam penelitian (Saputra, 2019), sebanyak 98% responden mengaku sebagai pengguna internet aktif, dan 97% menyatakan aktif menggunakan media sosial. Terkait dengan perangkat yang digunakan untuk mengakses media sosial, hasilnya menunjukkan bahwa *smartphone* saat ini menjadi perangkat yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa untuk mengakses media sosial sekitar 85% dan 15% menjawab menggunakan media sosial menggunakan *smartphone* dan laptop. Mahasiswa kini banyak yang mencurahkan isi hati dan pikirannya melalui unggahan berupa story foto bahkan video. Saat ini Instagram juga menyediakan banyak fitur yang bisa digunakan dengan mudah oleh penggunanya.

Kini di beberapa kampus muncul adanya akun-akun sosial media curhat mahasiswa yang terbentuk di masing-masing kampus. Maraknya akun curhatan menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi mahasiswa. Kemajuan teknologi ini memberikan hal baru yang bisa dinikmati oleh semua orang. Di Yogyakarta ada beberapa universitas yang memiliki akun curhatan. Akun-akun tersebut mudah diakses oleh mahasiswa kampus terkait. Salah satunya yaitu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan nama akun @curhatanumy. Akun @curhatanumy menjadi salah satu akun non-official kampus yang banyak dikenal dan sudah memiliki banyak pengikut. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pengikut dan postingannya.

Berikut daftar universitas swasta yang memiliki akun curhatan mahasiswa:

No	Nama Akun	Jumlah Pengikut	Jumlah Postingan
1.	Curhatanumy	49.600	5.565
2.	Curhatanusd	21.600	1.417
3.	Curhatanamikomjogja	20.500	3.045
4.	Curhatan.uad	13.200	3.733
5.	Curhatanuui	7.024	704
6.	Curhatanuty	1.167	277
7.	ykpnconfessions	124	54

Tabel 1.1 Daftar universitas swasta di yogyakarta yang memiliki akun curhatan.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa akun @curhatanumy menduduki posisi pertama sebagai akun curhatan yang memiliki banyak pengikut dan memiliki jumlah postingan yang banyak. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan admin akun @curhatanumy mengatakan bahwa akun @curhatanumy ada sejak tahun 2018. Antusias mahasiswa dalam mengirimkan pesan setiap harinya sebanyak dua sampai lima orang, setiap minggunya mencapai 20 sampai 35 orang.

Awalnya akun curhatan dibuat baru sejak tahun 2018. Akun ini dibuat khusus untuk mahasiswa UMY sebenarnya, tapi jika ada mahasiswa dari kampus lain mau titip pesan buat anak UMY juga bisa. Untuk antusias pengirim pesan bisa dibilang banyak karena setiap harinya kira-kira dua sampai lima orang, jadi kira-kira ya 20 sampai 35 orang setiap minggunya. Tapi dari admin sendiri akan memilih pesan mana yang akan diposting dengan berbagai pertimbangan. Misalnya mendahulukan orang yang belum pernah mengirim, memilih isi pesan yang belum pernah diposting, atau pesan yang isinya menarik (Pre-wawancara dengan admin akun @curhatanumy pada tanggal 21 Februari 2023).

Akun @curhatanumy menjadi akun yang populer dikalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Akun ini menjadi salah satu akun yang digunakan sebagai media komunikasi untuk mahasiswa dengan civitas akademika. Mahasiswa dipermudah mengungkapkan keresahan, kritik, maupun keluhan dengan adanya akun tersebut. Berdasarkan wawancara dengan admin akun @curhatanumy mengatakan bahwa banyak dari mahasiswa yang mengirimkan pesan berisi keluhannya terhadap universitas baik itu terkait dengan dosen, kebijakan, maupun fasilitas.

Karena akun curhatan ini bebas mengirimkan pesan apa aja, tidak sedikit dari mahasiswa yang mengirimkan pesan terkait dengan kritik untuk universitas. Ya istilahnya malah menjadi akun untuk menyuarakan isi hati mahasiswanya. Ada beberapa yang mengirimkan untuk mengkritik dosen, terkait dengan fasilitas, dan juga ada yang terkait dengan kebijakan kampus. Karena akun ini sengaja kita tidak menampilkan siapa pengirimnya jadi mahasiswa merasa nyaman dan aman untuk curhat ke akun tersebut (Pre-wawancara dengan admin akun @curhatanumy pada tanggal 21 Februari 2023).

Pengikut akun @curhatanumy mengikuti dan aktif menggunakan akun tersebut juga didorong oleh motif yang berbeda sesuai dengan kebutuhannya. Berdasarkan wawancara dengan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mereka mengatakan bahwa menggunakan akun @curhatanumy karena keinginannya untuk mengetahui berita ter-*update* dari kampus, sebagai media untuk mengisi waktu, dan juga mendapatkan banyak informasi yang menguntungkan untuk mahasiswa.

Kalo aku lebih karena aku pengen tau nih hari ini ada kabar apa, ada situasi apa yang ada dikampus. Biar jadi mahasiswa yang *update* terkait dengan situasi yang ada. Biasanya yang lagi rame gitukan akan jadi bahan pembicaraan orang-orang jadi biar bisa ngikutin pembicaraan itu, ya istilahnya biar ga ketinggalan (Pre-wawancara dengan Venta salah satu mahasiswa UMY pada tanggal 21 Februari 2023).

Dilihat dari data yang sudah dijabarkan diatas sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Rianto (dalam Laka et al., 2020) bahwa motivasi merupakan sesuatu yang menggerakkan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Sedangkan menurut McQuail (dalam E.I. Innova, 2016) mengatakan bahwa motif seseorang menggunakan media juga dipengaruhi oleh tingkat kepuasan dan kegunaan media itu sendiri. Media digunakan untuk pemenuhan kepuasan dan kebutuhan yang berbeda-beda tiap orangnya. Dengan demikian, penyebab penggunaan media terletak dalam lingkungan sosial atau psikologis yang dirasakan sebagai masalah dan media digunakan untuk menanggulangi masalah itu atau bisa dikatakan media sebagai pemuasan kebutuhan.

Penelitian ini juga mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Thiodanu & Sari, 2020) dengan judul Fenomena Curhat Online Pada @Cerminlelaki di Instagram. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa berkembangnya teknologi kini ada penemuan baru yaitu kehadiran curhat online yang bisa memberikan cara baru untuk laki-laki yang memiliki tujuan tertentu bisa melakukan curhat karena bersifat anonim. Sehingga dengan adanya akun @Cerminlelaki membuka ruang untuk laki-laki melakukan curhat dan membuktikan bahwa tidak hanya perempuan yang melakukan curhat, laki-laki juga melakukan curhat.

Kemudian, (Avdijan & Rummyeni, 2022) telah melakukan penelitian dengan judul Pengungkapan Diri Mahasiswa pada Media Sosial Twitter (Studi Etnografi Virtual Akun Autobase @Collegemenfess) memperoleh hasil bahwa terdapat dua

bentuk area jendela johari yang terjadi pada pengungkapan diri di akun @collegemenfess, yaitu pada area terbuka dan area buta. Selanjutnya, terdapat lima motif pengguna melakukan pengungkapan diri yaitu, akun @collegemenfess yang bersifat anonim, pengguna mempunyai ketakutan untuk bercerita secara langsung, hanya sekedar berbagi informasi dan pengalaman, untuk mendapatkan motivasi, aktualisasi diri, dan mengatasi masalahnya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik. Dalam penelitian ini juga terdapat lima level budaya siber yang terbentuk yaitu level ruang media (medium), level dokumen media (*menfess*, interaksi kegiatan dan tanggapan dari pengguna), level objek media (tempat diskusi, bertukar cerita, dan mengekspresikan diri), level pengalaman (wadah komunikasi dan budaya komunikasi menggunakan identitas anonim).

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Surabaya et al., n.d.) dengan judul Motif User Di Surabaya Mengakses [www.SuaraSurabaya.Net](http://www.SuaraSurabaya.Net) menunjukkan bahwa motif seseorang mengakses pada user di Surabaya adalah motif informasi, motif integrasi dan interaksi sosial, motif hiburan dan motif identitas personal.

Maka berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Motif Penggunaan Akun Instagram Oleh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Curhatanumy). Faktor yang membedakan dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada objek penelitiannya. Jika penelitian sebelumnya objeknya pada akun Instagram @Cerminlelaki, akun Twitter @Collegemenfess, dan situs web [www.SuaraSurabaya.Net](http://www.SuaraSurabaya.Net) sedangkan pada penelitian ini objeknya pada akun Instagram @Curhatanumy.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas akan dikaji dalam penelitian ini adalah motif apa yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menggunakan akun Instagram @curhatanumy?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mendeskripsikan motif yang mendorong mahasiswa menggunakan akun Instagram @curhatanumy.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari dilaksanakannya penelitian ini adalah:

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi referensi pada pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya pada motif penggunaan media massa.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi bagi pengguna Instagram khususnya mahasiswa tentang motif apa saja yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan media sosial.

## **1.5 Kerangka Teori**

### **1.5.1 Motif**

Motivasi berasal dari kata lain *Motive* yang berarti dorongan atau bahasa Inggrisnya *to move*. Motif diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorong untuk berbuat (*driving force*). Motif tidak berdiri sendiri, tetapi saling berkaitan dengan faktor-faktor lain, baik faktor eksternal,

maupun faktor internal. Hal-hal yang mempengaruhi motif disebut motivasi. Michel J. Jucius menyebutkan motivasi sebagai kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau diri sendiri untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki (Prihartanta, 2015).

Menurut Santrock (dalam Laka et al., 2020) motivasi dapat berasal dari individu yang bersangkutan maupun dari luar. Motivasi berprestasi dapat dibagi menjadi dua jenis utama. Motivasi berprestasi adalah daya penggerak dalam diri siswa untuk mencapai taraf prestasi setinggi mungkin, sesuai dengan yang ditetapkan oleh siswa yang bersangkutan. Untuk itu siswa dituntut untuk bertanggungjawab mengenai taraf keberhasilan yang akan diperolehnya.

### **1.5.2 Jenis-Jenis Motif**

Dalam (Suciati, 2019) dijelaskan bahwa motif diklasifikasikan ke dalam dua hal, yaitu:

- a. Motif Intrinsik, yaitu motif yang berasal dari dalam individu. Motif ini murni dari dalam diri seseorang tanpa adanya dorongan/ rangsangan dari luar. Seperti rasa ingin tahu, tantangan, dan usaha merupakan bentuk dari motif ini.
- b. Motif Ekstrinsik, yaitu motif yang berasal dari luar diri individu. Motif ini dipengaruhi oleh rangsangan dari luar. Seperti orang membaca sesuatu karena diberi tahu bahwa hal itu harus dilakukan sebelum ia dapat melamar kegiatan.

Motif tidak hanya menunjukkan perilaku, tetapi juga menunjukkan latar dari adanya dorongan perilaku tersebut. Motif ini dapat menjadi suatu gambaran dari adanya hal-hal yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan seseorang, di mana kebutuhan tersebut menjadi dorongan. Seperti halnya dalam penggunaan media sosial Instagram, dimana motif seseorang akan berbeda tetapi ada kesamaan yaitu pada penggunaannya yang didasari dengan kebutuhan yang mendorong seseorang untuk menggunakan media tersebut (Intan, 2017).

### **1.5.3 Kategori Motif**

Menurut McQuail (dalam Child & Haridakis, 2018) menambahkan kategori motif penggunaan media sebagai berikut:

#### **1. Informasi**

Motif informasi yaitu motif akan kebutuhan informasi dilingkungan sekitar dan eksplorasi realitas, seperti:

- a) Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia. Dengan mencari informasi dapat menjadi data yang kemudian diolah sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan saat ini atau yang akan datang.
- b) Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan. Dalam hal ini seseorang dapat mengembangkan kemampuan dirinya dengan memanfaatkan potensi dalam diri melalui bantuan yang dilakukan oleh orang yang lebih ahli.

c) Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum. Manusia sejatinya memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Dengan rasa tersebut manusia cenderung ingin mengetahui hal yang belum ia ketahui sebelumnya.

d) Belajar, pendidikan diri sendiri. Setiap manusia akan terus belajar melalui pengalaman untuk memperoleh kemampuan baru, sehingga akan muncul banyak perubahan yang signifikan ketika seseorang terus melatih dirinya untuk belajar.

## **2. Identitas pribadi**

Motif Identitas pribadi yaitu motif yang mendorong seseorang menggunakan media untuk memperkuat dan menonjolkan sesuatu atau situasi yang penting dalam hidupnya sendiri, seperti:

a) Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi. Nilai pribadi yaitu nilai dimana seseorang mengetahui hal yang dianggap baik maupun buruk, sehingga dapat mengarahkan tingkah laku seseorang dalam proses kehidupannya.

b) Menemukan model perilaku.

c) Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media). Dalam kehidupan selalu ada proses identifikasi diri. Identifikasi diri yaitu proses dimana individu sadar akan dirinya sendiri dan persepsi orang lain terhadap diri kita.

d) Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri. Seseorang mempunyai pemahaman akan dirinya yang berbeda-beda menurut cara pandang mereka masing-masing.

### **3. Integritas dan interaksi sosial**

Motif Integritas dan interaksi sosial yaitu motif yang mendorong seseorang menggunakan media demi kelangsungan hubungannya dengan orang lain, seperti:

- a) Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial. Motif ini menggambarkan pemikiran, hasrat, dan intensi kepada orang lain, dengan tujuan untuk menjadi dasar orang lain dapat memperkirakan tingkah lakunya.
- b) Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
- c) Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial. Dalam meningkatkan hubungan seseorang perlu adanya timbal balik yang dinamis antar individu dengan individu lainnya dan kelompok sosialnya.
- d) Memperoleh teman. Dalam proses interaksi membuat individu mudah mendapatkan teman baru dari lingkungan sosialnya.
- e) Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat.

### **4. Hiburan**

Motif hiburan yaitu kebutuhan akan pelepasan dari ketegangan dan kebutuhan akan hiburan, seperti:

- a) Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan. Manusia secara alamiah akan mencari solusi bagaimana ia dapat keluar dari permasalahannya.

- b) Bersantai dengan kata lain beristirahat. Manusia bisa melakukan suatu hal dengan penuh kebebasan tanpa ketegangan.
- c) Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis. Banyaknya situs yang menyediakan banyak informasi yang dikemas dengan menarik seperti tulisan, gambar, dan video membuat media sosial dapat dinikmati oleh setiap orang.
- d) Mengisi waktu. Setiap individu bebas melakukan apa saja ditengah kesibukannya sehingga kepuasan akan tercipta di waktu – waktu luang.
- e) Penyaluran emosi.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (dalam Hidayat, Pahlevi, 2017) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2005) metode kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Obyek yang alamiah adalah obyek yang apa adanya. Hal ini tidak akan dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat peneliti memasuki obyek sampai keluar dari obyek relatif tidak berubah. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam (suatu data yang mengandung makna). Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Oleh

karena itu, penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna.

### **1.6.2 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah Motif Penggunaan Akun Instagram @Curhatanumy Oleh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

### **1.6.3 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang beralamat di Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

### **1.6.4 Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Wawancara (*Interview*)**

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua orang. Esterberg (dalam Sugiyono, 2005) mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam sebuah topik tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara mendalam, yang bertujuan untuk mengetahui secara mendetail terkait motif mahasiswa menggunakan akun @curhatanumy.

#### **2. Studi Dokumentasi**

Menurut (Sugiyono, 2005) studi dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan bisa berupa *life histories*, ceritera, bahkan biografinya. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, sketsa, ataupun gambar hidup. Sedangkan

dokumen yang berbentuk karya bisa berupa karya seni yaitu, film, patung, dan lainnya.

Peneliti menggunakan dokumentasi untuk mengumpulkan informasi yang terkait dengan penggunaan Instagram pada akun @curhatanumy. Dokumentasi tersebut di antaranya berupa profil *account*, postingan curhatan, dan komentar yang diunggah melalui akun tersebut.

### **1.6.5 Informan**

Informan atau narasumber adalah subyek penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai fenomena/permasalahan yang diangkat dalam penelitian (Heryana, A., & Unggul, 2018) . Dalam penelitian ini terdiri dari 6 informan yaitu SA, DP, IH, RA, AR, dan AP. Identitas informan disamarkan sesuai dengan keinginan para informan untuk menjaga privasinya. Dalam penelitian ini pengambilan informan menggunakan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan informan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi (Sugiyono, 2013).

### **1.6.6 Teknik analisis Data**

Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2005) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung

secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion*.

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara rinci dan teliti. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, fokus dengan hal-hal yang penting, kemudian dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dengan uraian singkat, bagan, atau hubungan antar kategori. Dalam Miles and Huberman (1984) menyatakan "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*". Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

c. *Conclusion* (Kesimpulan)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya belum jelas menjadi jelas setelah diteliti. Hal ini dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Miles and Huberman (1984) mengungkapkan bahwa kesimpulan bersifat sementara, dan akan berubah tidak ditemukan bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data

selanjutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

#### **1.6.7 Uji Validitas Data**

Pada penelitian ini untuk menguji keabsahan data yang telah diperoleh maka dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data atau sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2005). Tujuan dari teknik ini bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek ulang data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2005).