

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pandemi COVID salah satu wabah penyakit yang terjadi pada tahun 2019 silam, awal mulanya COVID muncul di Wuhan pada akhir Desember hingga merambat ke seluruh Indonesia. COVID dengan nama latin *Coronavirus Disease-19* adalah penyakit yang menginfeksi saluran pernapasan, virus ini menjangkit siapa saja. Di Indonesia sendiri penanganan COVID masih belum maksimal, virus ini menyebar begitu cepat baik kontak fisik maupun lewat udara. Kebijakan pemerintah Indonesia menanggulangi COVID sejak diberlakukannya Lockdown hingga Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pada masa pandemi COVID pemerintah Indonesia mewajibkan masyarakat untuk mematuhi protokol kesehatan, seperti: memakai masker, menjaga jarak, dan mencuci tangan. Akibat kebijakan PSSB banyak sektor yang dirugikan misalnya disektor ekonomi UMKM menjadi dirugikan karena adanya kebijakan ini membuat usaha nya semakin sepi dan akhirnya rugi. Sedangkan di sektor kesehatan baik di rumah sakit, klinik-klinik, puskesmas, apotek maupun fasilitas kesehatan dan para tenaga medis menjadi garda terdepan dalam pelayanan pasien selama masa pandemi COVID

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia pasal 1 ayat 1 (Departemen Kesehatan RI 2017) apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker. Selama di masa pandemi, apotek lebih sering dibersihkan karena untuk mengurangi penularan penyakit dan memastikan perlindungan untuk tenaga kesehatan di apotek dan pasien yang datang. Di apotek *hand sanitizer* disediakan untuk melindungi dari virus dan kuman selama masa pandemi COVID selain itu pula apotek menggunakan muka

sebagai pembatas untuk berinteraksi dengan pasien. Persiapan yang dilakukan apotek selama masa pandemi COVID diperlukan untuk melindungi staf apoteker, tenaga medis, serta pasien sehingga pelayanan yang diberikan maksimal. Untuk tenaga medis terutama dokter dan perawat penggunaan protokol kesehatan sangat diperlukan karena melakukan kontak langsung dengan pasien yang belum jelas riwayat kesehatannya. Untuk fasilitas kesehatan seperti apotek yang menyediakan fasilitas cek kesehatan, dokter diwajibkan menggunakan Alat Pelindungan Diri (APD) lengkap demi menjaga diri dari virus COVID yang mungkin saja dibawa oleh pasien yang mengalami keluhan gejala COVID

Pelayanan kesehatan yang diberikan dokter kepada pasien dilakukan secara maksimal meskipun di tengah pandemi virus COVID. Selain melakukan pelayanan, dokter dan tenaga medis juga memberikan edukasi mengenai bahaya penyebaran virus COVID baik secara verbal maupun non verbal. Pelayanan kesehatan di masa pandemi masih sama dengan pelayanan kesehatan di masa sebelum pandemi, hanya saja ketika pandemi dokter, tenaga kesehatan dan pasien wajib menggunakan masker dan mencuci tangan sebelum masuk ke fasilitas kesehatan. Pasien yang tidak mematuhi protokol kesehatan di masa pandemi seperti halnya tidak memakai masker, akan diberikan masker gratis untuk menghindari penularan COVID. Relasi yang terjalin antara dokter dengan pasien menyangkut kepercayaan pasien sehingga pelayanan yang diberikan oleh dokter bisa optimal. Meskipun di masa pandemi, dokter tetap melayani pasien secara maksimal dengan tetap menggunakan protokol kesehatan untuk melindungi dari virus COVID.

Salah satu apotek yang menjalin komunikasi persuasif saat masa pandemi dengan tetap memberikan pelayanan yang prima adalah Apotek Shafa Farma. Apotek Shafa Farma berdiri pada tahun 2014 yang berlokasi Tanjung, Tabalong, Kalimantan Selatan. Apotek Shafa Farma berada di area yang strategis, dekat dengan jalan raya dan di lingkungan padat penduduk. Di lokasi tersebut belum ada fasilitas kesehatan serupa seperti apotek dan fasilitas kesehatan

dokter sehingga menjadi sebuah peluang berdirinya Apotek Shafa Farma. Di samping itu, bertujuan untuk mewujudkan pencapaian kesehatan di masyarakat melalui pelayanan kesehatan serta pemberian informasi penggunaan obat secara benar dan jelas, agar masyarakat bisa lebih mengerti bagaimana mengkonsumsi obat yang benar dan tepat. Dalam hal ini pemberian informasi mengenai penggunaan obat, perlu di perhatikan cara pemberian obat dengan menjelaskan kepada pasien dosis yang diperlukan saat mengkonsumsi obat, waktu yang tepat untuk mengkonsumsi obat, serta efek samping yang terjadi.

Pasien yang datang dan masuk ke ruang konsultasi dokter serta bertemu dengan dokter adalah awal memulainya komunikasi persuasif. Percakapan dokter dengan pasien untuk saling bertukar informasi mengenai keluhan yang dirasakan oleh pasien atau riwayat penyakit yang diderita pasien dan melakukan pemeriksaan secara fisik serta diagnosa awal merupakan tahap pertama dalam penanganan pasien atau disebut dengan anamesa awal. Peran seorang dokter sangatlah besar untuk penyembuhan dan pemulihan pasien dengan teknik yang dipilih oleh dokter dalam komunikasi persuasif. Di masa pandemi seorang pasien akan datang untuk berobat, dokter akan memberikan dorongan dan motivasi untuk mempercepat penyembuhan pasien sehingga terapi yang dijalani menjadi efektif. Informasi yang diberikan seorang dokter kepada pasien di masa pandemi berpengaruh terhadap emosi pasien, respon emosi pasien terhadap informasi yang diberikan dokter apakah bisa diterima dengan respon positif maupun negatif. Respon positif seorang pasien di masa pandemi COVID adalah keyakinan untuk sembuh dan terbebas dari COVID, sedangkan respon negatif yang diterima pasien di masa pandemi COVID adalah kecemasan dan rasa takut yang akan memperparah keadaan pasien. Dalam hal ini, melalui pendekatan komunikasi, khususnya komunikasi persuasif. Menurut Colman dalam (Suciati 2019) persuasif adalah suatu proses perubahan sikap yang dilakukan dengan memberikan pesan-pesan yang berisi argumen-argumen yang melemahkan atau menguatkan seseorang, suatu objek atau kedudukan seseorang terhadap arah sikap orang

tersebut. Oleh karena itu, ada tiga faktor penting yang mendukung atau tidak mendukung sikap komunikator persuasif, yaitu komunikator, isi pesan, dan penerima.

Adanya penelitian terdahulu dimaksudkan sebagai acuan dan tolak ukur dalam meneliti sebuah penelitian. Selain itu, penelitian terdahulu bertujuan untuk mengurangi adanya kesamaan dari penelitian ini. Maka didalam kajian pustaka ini mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yakni :

1. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Yasa 2021)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Pada penelitian I Nyoman Miyarta Yasa (2021) berjudul “Strategi Komunikasi Persuasif Iklan Layanan Masyarakat Tentang Edukasi Melaksanakan Protokol Kesehatan Pada Masa Pandemi COVID-19” dari hasil penelitian yang disimpulkan bahwa beberapa informan menyatakan penyajian ILM yang masih kurang menarik dan masyarakat cenderung lebih taat dan mau mengikuti ajakan dari pemerintah jika isi dari ajakan berupa sanksi jika tidak melakukannya. Dimana masyarakat cenderung cepat dan mau mengikuti isi pesan iklan layanan masyarakat jika ada informasi yang menakuti-nakuti. Adapun perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan terdapat pada objek penelitian yaitu dokter dan pasien.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Doni Zamroni (Zamroni 2023)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis data kualitatif dengan teknik purposive sampling, Pada penelitian Doni Zamroni (2023) berjudul “Komunikasi Persuasif Tenaga Kesehatan Dalam Penanganan Korporasi COVID-19 di Rumah Sakit Rujukan COVID-19” dari hasil penelitian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan petugas kesehatan kepada keluarga pasien dalam penanganan jenazah COVID-19 di

rumah sakit rujukan COVID-19 RS Harapan dan Doa Kota Bengkulu belum maksimal karena tenaga kesehatan belum dibekali keahlian dalam memberikan penjelasan yang baik kepada keluarga pasien dan komunikasi yang buruk. Adapun perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan penelitian saya berfokus kepada komunikasi persuasif seorang dokter kepada pasien di masa pandemi COVID.

3. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Triyanto, Risa Prayudhi, Nana Mulyana, Dafit Maulana (Triyanto; Prayudhi, Risa; Mulyana, Nana; Maulana 2022)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Pada penelitian Triyanto, Risa Prayudhi, Nana Mulyana, Dafit Maulana (2022) berjudul “Penggunaan Bahasa Persuasif dalam Peran Mahasiswa Saat Mengedukasi Masyarakat tentang Pentingnya Menjaga Protokol Kesehatan” dari hasil penelitian yang dilakukan dengan memberikan edukasi yang efektif dan berpengaruh sangat besar kepada masyarakat tentang pencegahan COVID-19 dimana ini dilakukan antara tim pengabdian dengan masyarakat. Terdapat pula pengaruh yang kuat dalam memberikan informasi serta edukasi, akibatnya dalam pendekatan ini dapat menggiring dan memberikan pemahaman terkait perlunya kesadaran masyarakat untuk membiasakan diri pada masa transisi dan perlunya kepatuhan dalam menerapkan protokol kesehatan, Namun, berbeda dengan penelitian yang saya lakukan dimana dalam penelitian saya fokus utama pada dokter dengan pasien yang dilakukan dengan teknik wawancara secara mendalam sehingga data yang di temukan lebih akurat.

4. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arianto, Muhammad Alfikri, Rholand Muary (Arianto, Alfikri, and Muary 2022)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Pada penelitian Arianto, Muhammad Alfikri, Rholand Muary (2022) berjudul “Komunikasi

Persuasif dalam Mengkampanyekan Protokol Kesehatan Pada Masa Pandemi COVID-19 di Dinas Kesehatan Pasaman Barat” hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dinas kesehatan Pasaman Barat dalam mengkampanyekan protokol kesehatan dengan menggunakan spanduk, pamflet, baliho, serta poster-poster yang dibagikan ke masyarakat yang bertujuan agar masyarakat tetap sehat dengan menggunakan masker, mencuci tangan, serta mengikuti karantina apa bila baru masuk ke wilayah Pasaman Barat. Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah berfokus antara dokter dengan pasien dengan melakukan interview secara mendalam.

5. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Sukma Alam (Sukma Alam 2020)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan kualitatif dengan pendekatan post-positivistik. Pada Penelitian Sukma Alam (2020) berjudul “Peran Influencer Sebagai Komunikasi Persuasif untuk Pencegahan COVID-19” hasil dari penelitian ini bahwa peran influencer memberikan dampak berarti bagi para followersnya, konten yang dibuat influencer dalam upaya pencegahan COVID-19 menggunakan pendekatan yang bersifat bujukan atau ajakan pada setiap kontennya disisipi edukasi dan sosialisasi pencegahan serta konten yang tidak menggunakan kontroversial. Untuk menjangkau masyarakat yang tidak bisa mengakses internet, para influencer terjun ke lapangan untuk berkomunikasi secara langsung bertemu para tokoh masyarakat, publik figur hingga kepala daerah. Perbedaan penelitian saya adalah objek yang diteliti pada penelitian yang saya lakukan dokter dan pasien menjadi objek yang diteliti dengan teknik pengumpulan data wawancara secara mendalam.

Setelah mengkaji penelitian terdahulu, peneliti kemudian mencoba mengambil sebuah kajian tentang komunikasi persuasif. Dalam hal ini tentang bagaimana komunikasi persuasif dokter kepada pasien yang dilakukan oleh Apotek Shafa Farma mengenai protokol kesehatan COVID pada tahun 2020 sampai 2021.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari apa yang telah dibahas dalam latar belakang masalah, maka muncul sebuah rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana Komunikasi Persuasif Dokter Kepada Pasien di Fasilitas Kesehatan Apotek dan Praktek Dokter “SHAFARMA” tentang Protokol Kesehatan COVID Pada Tahun 2020 sampai 2021?

C. TUJUAN PENELITIAN

Mengetahui komunikasi yang terjalin antara Dokter dengan pasien di Apotek dan Praktek Dokter “SHAFARMA” tentang Protokol Kesehatan COVID Pada tahun 2020 sampai 2021 dalam perspektif komunikasi persuasif.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan sumbangan terhadap kajian komunikasi persuasif dokter kepada pasien tentang protokol kesehatan COVID Pada Tahun 2020 sampai 2021.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran dalam konteks komunikasi persuasif dokter kepada pasien dalam kondisi pandemi atau wabah.

E. KAJIAN TEORI

1. Komunikasi Persuasif

Di dalam kehidupan sehari-hari selalu penuh dengan komunikasi yang berniat mengajak atau persuasi. Pesan dalam komunikasi persuasif bisa berupa tanggapan antusias sampai perlawanan keras. Dengan demikian, persuasif adalah sebuah proses yang dapat mengubah sikap kepercayaan nilai dan perilaku. Pesan-pesan yang dirancang untuk mempersuasi orang

maupun khalayak harus di sesuaikan dengan tingkat penerimaannya (Suciati 2019). Ada 3 faktor mengenai efektivitas komunikasi persuasif yaitu :

a. Komunikator (persuader)

Komunikator haruslah seseorang yang kredibel, dapat dipercaya oleh penerima pesan, expert dalam bidangnya, mempunyai kesamaan dengan penerima pesan, sumber yang banyak dari komunikator dalam mempertegas isi pesan. Menurut Larson dalam (Hendri 2019) terdapat dua bentuk sumber sumber utama dan sumber sekunder. Sumber utama adalah komunikator yang berperan dalam penyampaian pesan, sedangkan sumber sekunder adalah hal yang bisa dihubungkan dengan pesan yang disampaikan.

b. Isi pesan

Ada dua bentuk pesan dalam komunikasi persuasif yaitu pesan verbal dan non verbal (Hendri 2019). Pesan verbal adalah Pesan yang disampaikan dan dikreasikan dengan kata kata yang diucapkan. Pesan non verbal yaitu pesan yang disampaikan dan dikreasikan tanpa menggunakan kata dan menggunakan selain kata seperti simbol dan lain-lain. Didalam buku (Suciati 2019) terdapat beberapa hal yang mempengaruhi efektivitas pesan yang disampaikan dalam komunikasi persuasif seperti:

- Rasa cemas yang ditimbulkan dalam pesan yang disampaikan
- Isi pesan yang langsung ditarik kesimpulan secara langsung oleh penerima
- Isi pesan yang cenderung mengarahkan pada kebenaran

Dalam (Suciati 2019) Terdapat tiga hal yang berkaitan dengan isi pesan dalam komunikasi persuasif :

- a) Usulan yaitu informasi atau pesan bisa berupa pernyataan yang diterima secara tidak kritis. Pesan yang dirancang dimaksudkan untuk menghasut orang lain dengan harapan orang bisa langsung percaya dan membentuk sikap tanpa melihat fakta yang terjadi.

- b) Menakuti, cara lain yang digunakan untuk membujuk seseorang, tetapi jika ditakuti secara berlebihan penerima pesan malah cenderung pergi atau menghindar.
 - c) Pesan satu sisi dan pesan dua sisi, pesan satu sisi efektif terhadap orang yang netral atau bisa dikatakan sudah menyukai isi pesan, sedangkan pesan dua sisi banyak disukai untuk mengubah sudut pandang yang bertentangan.
- c. Komunikasikan (penerima pesan)

Komunikasikan memiliki karakteristik yang bermacam-macam maka dari itu penggunaan teknik persuasif juga berbeda-beda setiap orangnya. Adapun ciri-ciri penerima pesan yang harus diperhatikan agar komunikasi persuasif efektif yaitu:

- a) Influenceability yaitu kepribadian seseorang yang tidak berhubungan dengan mudahnya orang tersebut untuk dibujuk, contohnya anak-anak yang mudah dibujuk ketimbang orang dewasa
- b) Arah perhatian dan penafsiran, pesan tergantung pada penafsiran dan perhatian orang tersebut, pesan mungkin saja berbeda penafsiran dan perhatiannya jika ditangan orang kedua
- c) Kekebalan merupakan dampak atau akibat yang ditimbulkan dari menerima pesan 1 sisi maupun 2 sisi:
 - Penerima pesan dalam beberapa waktu kedepan akan terlihat berbeda pendapat sesuai posisi penerima pesan
 - Penerima pesan satu sisi lebih efektif dalam menerima pesan yang berlawanan
 - Pesan yang berlawanan memiliki daya tahan terhadap penerima pesan 2 sisi

Dalam proses komunikasi tentunya terdapat hambatan-hambatan yang mempengaruhi efektivitas komunikasi persuasif (Suciati 2019). Maka terdapat 4 hambatan dalam komunikasi persuasif :

1. Perbedaan kepentingan (*interest*)

Kepentingan akan membuat seseorang tertarik untuk menanggapi suatu pesan persuasif, ketika kepentingan sesuai dengan pesan maka komunikasi berjalan dengan baik. sebaliknya, jika seseorang menginginkan sesuatu maka disebut dengan kepentingan.

2. Prasangka

Prasangka didefinisikan sebagai perasaan negatif terhadap suatu kelompok tertentu. Terlepas dari ras, agama, faktor lain yang ditunjukkan dengan tindakan seperti merendahkan, diskriminasi, dan memusuhi. Menurut Sarwono dalam (Suciati 2019) prasangka dapat muncul pada tingkat individu atau kelompok karena tidak didasarkan pada data yang cermat.

3. Stereotip

Menurut Leyen dalam (Suciati 2019) didefinisikan sebagai keyakinan terhadap suatu sifat seseorang yang biasanya mengarah pada sifat atau kepribadian sekelompok orang, ide ini muncul sebagai upaya untuk melakukan generalisasi dari sifat kelompok tertentu.

4. Motivasi

Motivasi adalah dorongan yang mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu.

Proses informasi dalam komunikasi persuasif memiliki beberapa model seperti (Suciati 2019) :

1. Teori Pemrosesan Informasi (Information Processing Teory)

Menurut McGuire perubahan sikap orang yang dipengaruhi terdiri atas 6 tahap :

- a) Pesan persuasif harus dikomunikasikan.
- b) Penerima akan memperhatikan pesan.
- c) Penerima akan memahami pesan
- d) Penerima terpengaruh dengan argumen-argumen yang disajikan

- e) Tercapai proses adopsi baru
- f) Terjadi perilaku yang diinginkan

Komunikasi yang efektif menurut teori ini adalah komunikasi yang telah mencapai tahap keenam dalam proses persuasif. Proses yang dilalui dalam komunikasi persuasif dalam teori ini terjadi secara runtut dan langkah yang dilakukan sangat mempengaruhi tahap kedepannya.

2. Model Kemungkinan Elaborasi (Elaboration Likelihood Model)

Model yang di kembangkan oleh Petty dan Cacioppo ini membagi dua rute dalam perubahan sikap yaitu rute sentral dan rute eksternal. Ketika penerima aktif dalam memproses informasi dan terbujuk oleh argumen orang yang mempersuasi maka rute yang dipakai adalah rute sentral. Sebaliknya rute eksternal dipakai ketika penerima tidak dapat memproses informasi dengan baik dan memiliki argumennya sendiri namun dalam hal ini dibantu dengan isyarat-isyarat eksternal seperti kredibilitas sumber, gaya, format pesan, suasana hati penerima dan sebagainya.

3. Model Sistematis Heuristic (Heuristic Systematic Model)

Chaiken dan Trope mengemukakan model ini dengan 2 model sekaligus yaitu model sistematis dan model heuristic. Model sistematis menggambarkan sebuah pengamatan yang dilakukan secara hati-hati, analitis, dan sungguh-sungguh terhadap pesan yang disampaikan. Pemrosesan heuristic merupakan cara untuk membentuk penilaian atau keputusan dengan lebih sederhana menggunakan aturan atau prediksi. Model ini contohnya seperti orang-orang yang akan mudah menerima pendapat dari pakar yang dipercaya ataupun seorang publik figure.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Menurut Denzin & Lincoln (1994) dalam (Wahyuningsih 2013) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Paradigma penelitian ini menggunakan penelitian post-positivistik dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

2. Objek penelitian

Objek penelitian dari penelitian yang digunakan adalah Komunikasi Persuasif Dokter Kepada Pasien di Fasilitas Kesehatan Apotek dan Praktek Dokter “SHAFARMA” tentang Protokol Kesehatan COVID Pada Tahun 2021-2022.

3. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Apotek Shafa Farma, Jalan Raya Pandan Arum, Kelurahan. Belimbing Raya, Kecamatan. Murung Pudak, Kabupaten Tabalong, Kalimantan Selatan.

4. Waktu penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan November 2022 hingga bulan Juli 2023.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara dan dokumentasi. Wawancara adalah salah satu dari beberapa teknik

dalam mengumpulkan informasi dan data (Edi 2016) dalam wawancara menggunakan 3 informan yaitu dokter, ahli fisioterapi, dan pasien. Wawancara yang digunakan pada dokter, ahli fisioterapi, dan pasien menggunakan wawancara secara online. Selain melakukan wawancara kepada narasumber, peneliti menggunakan dokumentasi untuk melengkapi data dengan berupa gambar atau tulisan yang telah diabadikan. Kriteria informan :

- a. Dokter yang bekerja di Apotek Shafa Farm
- b. Ahli terapi yang bekerja di Apotek Shafa Farma
- c. Pasien yang pernah periksa langsung di Apotek Shafa Farma di masa pandemi.

Maka kami menentukan informan sebagai berikut :

- a. Dr. Adityo Putro Sejati (Dokter Apotek Shafa Farma)
- b. Sarifah Handayani (Ahli Terapi Apotek Shafa Farma)
- c. Agus Siswanto (Pasien Apotek Shafa Farma)
- d. Janayu Rigen Wiraswastari (Pasien Apotek Shafa Farma)

6. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan atau tidak melibatkan angka. Data yang diperoleh menggunakan teknik analisis data yang umumnya bersifat subjektif, penelitian mendapatkan data dari wawancara. Adapun tahapan sebagai teknik analisis data, menurut Miles dan Hubberman dalam (Sugiyono 2013) yaitu :

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan

demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian data

Penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram, dan sejenisnya. Melalui penyajian data, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami.

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan temuan baru yang sebelumnya pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

7. Validitas Penelitian

a) Uji Validitas

Dalam penelitian ini, Uji validitas yang digunakan peneliti adalah teknik triangulasi. Triangulasi adalah kombinasi dari data atau informan dengan menggunakan metode wawancara yang berbeda dalam satu penelitian (Pradono et al. 2018)