

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Media dan politik adalah dua dimensi dalam realitas kehidupan masyarakat yang tidak bisa dipisahkan. Peranan media sebagai sarana komunikasi yang menjangkau luas masyarakat merupakan fungsi utamanya yang mana melatarbelakangi muncul atau terbentuknya opini publik atau suatu pemikiran, pandangan, bahkan perilaku yang baru (Halik, 2013). Sebagaimana itu dapat dilacak secara historis di Indonesia, manakala media cetak sebagai sarana komunikasi massa pada awal abad ke-20 sangat kuat mempengaruhi imajinasi masyarakat mengenai suatu identitas bersama yang hari ini kita sebut sebagai “bangsa” dan pentingnya “kemerdekaan” (Anderson, 2008).

Dalam perkembangannya, terhitung semenjak tahun 1998, berdampingan dengan laju pertumbuhan sektor industri media, invasi kapital perlahan dinilai semakin mempengaruhi sikap kritis dari media (Yanuar, Putri, & Laksmi, 2013, p. 4). Lebih jauh, (Eriyanto, 2008) menggambarkan bagaimana dalam perkembangan industri media di Indonesia, kualitas informasi yang publik dapatkan dari media arus utama cenderung tidak seperti yang diharapkan, yakni relevan dan holistik dalam mengetengahkan problem-problem sosial yang ada. Adapun penyebabnya, mulai dari rendahnya kualitas dan integritas seorang jurnalis dalam menentukan, mbingkai, dan menulis laporan investigasi, hingga pada semakin terkonsentrasinya kepemilikan

media di tangan segelintir elit pengusaha—yang sekaligus menjelma elit politik/penguasa di Indonesia (Harsono, 2010; Tapsell, 2018; Yanuar, Putri, & Laksmi, 2013) .

Dampak dari problem di atas ialah dengan semakin terkonsentrasinya kepemilikan media maka memungkinkan semakin berpotensi tak beragamnya informasi yang publik dapatkan. Atau dengan kata lain, semakin terkonsentrasinya kepemilikan media menimbulkan ancaman terhadap kualitas demokrasi dan penghargaan terhadap hak publik untuk mendapatkan pemberitaan yang beragam di mana hal tersebut sudah dijamin dalam konstitusi (Lihat: UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers Pasal 6) (Eriyanto, 2008; Nyarwi, 2008; Yanuar, Putri, & Laksmi, 2013, pp. 2-4).

Berdasarkan konteks itulah, Watchdoc Documentary, yang merupakan “media alternatif” yang memilih film dokumenter sebagai medium ekspresi bermedianya dengan menyoroti problem ekonomi, sosio-budaya, kerusakan ekologi dan lingkungan hidup, politik serta bentuk-bentuk pelanggaran terhadap hak asasi manusia dalam karya-karyanya, hadir sebagai pembanding atas hegemoni/kuasa wacana media arus utama di Indonesia (Ariani, 2017, pp. 4-5). Yang mana, semenjak tahun 2009 sampai 2017 Watchdoc Documentary telah menghasilkan karya kurang lebih sebanyak 165 film dokumenter yang dipublikasikan antaranya melalui layar lebar, Kompas TV, forum-forum terbatas dan kanal resmi Watchdoc di *YouTube* (Ariani, 2017, p. 3).



bersih di Yogyakarta yang merupakan imbas dari pelebaran pasar properti (Inasshabihah, 2019).

Sementara itu, berdasarkan data yang dirilis Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (Walhi) dari lebih kurang 545 juta Hektar teritorial Indonesia per tahun 2017-2020 telah dikapling berkisar diangka 159 Juta Hektar hingga 164 Juta Hektar teritorialnya oleh korporasi dengan proyek industrialisasi yang masif. Di lain sisi, beriringan dengan peningkatan penguasaan wilayah tersebut Walhi per tahun 2018-2019 mencatat juga terjadi pembengkakan angka konflik agraria dan kerusakan lingkungan hidup di Indonesia.

Artinya penguasaan territorial skala besar mulai dari daratan hingga air dalam proyek industrialisasi secara tidak langsung memengaruhi peningkatan aksi protes dan perlawanan yang berujung pada konflik di satu sisi; kerusakan lingkungan hidup di sisi lain. Lebih jauh secara politis, terjadi penurunan angka indeks demokrasi Indonesia pada tahun 2020 di mana hak-hak politik dan kebebasan sipil merupakan aspek yang paling rendah dari beberapa kategori penilaiannya (Antaraneews, 2021).

Berdasarkan atas permasalahan-permasalahan itu isu mengenai kerusakan ekologi dan lingkungan hidup serta dampak yang dimunculkannya patutlah menjadi isu yang krusial bagi masyarakat luas. Tidak terkecuali oleh dua organisasi islam masyarakat terbesar di Indonesia yakni Muhammadiyah dan Nahdatul Ulama (NU). Melalui sub-organ keduanya yakni Kader Hijau Muhammadiyah (KHM) dan Front Nahdliyin untuk Kedaulatan Sumber Daya Alam (FNKSDA) dalam bidang advokasi ekologi dan lingkungan hidup (Fauzanto, 2020). Sebagaimana komitmen kedua

organisasi Kader Hijau Muhammadiyah dan Front Nahdliyin untuk Kedaulatan Sumber Daya Alam bersepakat untuk saling bahu membahu dalam rangka bergerak dan mengkampanyekan isu kerusakan ekologi serta lingkungan hidup di masyarakat (kaderhijaumuhammadiyah, 2021).

Kedekatan wacana dan isu yang diangkat antara Watchdoc Documentary dan kedua organisasi (KHM-FNKSDA) tersebut serta kecepatan penyebarluasan informasi di era digital menjadi faktor penentu keterhubungan antara komunikator (film dokumenter) dan audiens (organ). Sehingga, memungkinkan kedua organisasi tersebut menjadi salah dua organ/komunitas yang mengonsumsi, mendiskusikan, dan melakukan pembacaan atas karya dari pada Watchdoc Documentary. Terbukti dari diselenggarakannya acara nonton bareng dan diskusi karya terbaru Watchdoc Documentary oleh masing-masing organisasi (Lihat: gambar 3 dan 4).

**Gambar 2 Jumlah layar nobar film dokumenter Watchdoc di Indonesia 2014-2021**



Sumber: Instagram @watchdoc\_insta

Oleh karena itu, menjadi penting dan menarik untuk menelusuri lebih jauh seberapa dalam pengaruh dari karya-karya Watchdoc Documentary antaranya: *Sexy Killers*, *Kinipan*, dan *TheEndGame* terhadap ekspresi politik dan ekspresi lingkungan kedua organisasi tersebut. Alasannya, berdasarkan data jumlah layar nonton bareng yang dirilis oleh akun resmi Watchdoc Documentary di Instagram mereka, ketiga film dokumenter tersebut menempati posisi paling atas pemutaran dibandingkan karya-karya lainnya. Sehingga memungkinkan pengambilan data primer mengenai pengaruh Watchdoc Documentary menjadi lebih terarah dan dipahami. Dengan demikian, penelitian ini memilih judul “*Pengaruh Watchdoc Documentary Terhadap Eksresi Politik Kader Hijau Muhammadiyah (KHM) dan Front Nahdlyin untuk Kedaulatan Sumber Daya Alam (FNKSDA) Yogyakarta*”.

**Gambar 3** Agenda nobar dan diskusi dokumenter Watchdoc *TheEndGame* yang diselenggarakan oleh FNKSDA



Sumber: Instagram @fnksda.jogja

**Gambar 4** Agenda nobar dan diskusi dokumenter Watchdoc Kinipan yang diselenggarakan oleh KHM



Sumber: Instagram @khmdiy

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana pengaruh dari film-film dokumenter karya Watchdoc Documentary terhadap sikap dan ekspresi politik Kader Hijau Muhammadiyah (KHM) dan Front Nahdliyin untuk Kedaulatan Sumber Daya Alam (FNKSDA) Yogyakarta?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Mengetahui pengaruh dari film-film dokumenter karya Watchdoc Documentary terhadap sikap dan ekspresi politik Kader Hijau Muhammadiyah (KHM) dan Front Nahdliyin untuk Kedaulatan Sumber Daya Alam (FNKSDA) Yogyakarta.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademik:**

Memberikan suatu kontribusi untuk perkembangan ilmu politik dan pemerintahan dengan fokus penelitian (*fokus of interest*) dalam bidang politik domestik (UMY, 2017, p. BAB IV) terkhususnya mengenai kajian media yang dalam hal ini Watchdoc Documentary dan pengaruhnya terhadap ekspresi politik serta lingkungan dari Kader Hijau Muhammadiyah (KHM) dan Front Nahdliyin untuk Kedaulatan Sumber Daya Alam (FNKSDA) Yogyakarta.

### **1.4.2. Manfaat Praksis**

Mendapatkan penjelasan atau gambaran tentang seberapa jauh sebuah media dalam hal ini Watchdoc Documentary menjangkarkan pengaruhnya terhadap ekspresi politik serta lingkungan dari Kader Hijau Muhammadiyah (KHM) dan Front Nahdliyin untuk Kedaultan Sumber Daya Alam (FNKSDA) Yogyakarta.

## **1.5 Studi Terdahulu**

Penelitian ini akan bersandar pada beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan peneliti sebagai bahan acuan dan perbandingan. Selain itu, sebagaimana dikemukakan oleh (Ibrahim, 2012, p. 293) bahwa studi terdahulu diperlukan untuk memberikan bukti keaslian dan originalitas karya ilmiah. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang sudah kami ringkas:

Studi pertama mengenai rumah produksi film dokumenter Watchdoc Documentary dilakukan oleh (Ariani, 2017) dari Universitas Brawijaya dengan judul

*“Melawan Kuasa Media dengan Media: Studi Eksplorasi Manajemen Media Watchdoc Documentary Maker Sebagai Media Alternatif”*.

Menggunakan pendekatan kualitatif dengan model studi eksplorasi manajemen, hasil penelitian (Ariani, 2017) menemukan fakta-fakta mengenai cara rumah produksi ini sebagai badan hukum berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dalam mengelola ekonomi produksinya sembari mempertahankan indenpensi dan idealisme atau nilai-nilai yang sejak awal menjadi alasan rumah produksi itu didirikan.

Studi kedua mengenai karya Watchdoc Documentary dilakukan oleh (Adriansyah, 2017) dari UIN Syarif Hidayatullah dengan judul *“Analisis Narasi Perlawanan Terhadap Reklamasi di Kampung Nelayan Dalacm Film Dokumenter Rayuan Pulau Palsu Karya Watch Doc”*.

Menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori analisis naratif dari Claude Levi Strauss dan Tezvetan Todorof menguak oposisi biner daripada konflik reklamasi yang direpresentasikan melalui film. Konflik antara Si Kaya dan Si Miskin, yang diuntungkan dan yang dirugikan, yang berbohong dan yang jujur, serta yang konstitusional dan yang inkonstitusional dalam rekaman lensa dokumenter tersebut.

Studi berikutnya dilakukan secara bersama oleh (Rahmat & Syam, 2017) dari Universitas Syiah Kuala dengan judul *“Representasi Konflik Aceh Melalui Film Dokumenter: Analisis Semiotika Pada Film Dokumenter Jalan Pedang RI dan GAM”*.

Dengan model penelitian deskriptif kualitatif serta model analisis semiotik Roland Barthes penelitian ini mengelaborasi konflik yang dimunculkan dalam dokumenter “Jalan Pedang”.

Studi selanjutnya dilakukan oleh (Mulyawati, 2018) dari UIN Syarif Hidayatullah dengan fokus penelitian mengenai jurnalisme advokasi yang secara lengkap berjudul “*Jurnalisme Advokasi Dalam Film Dokumenter Jakarta Unfair Produksi Watchdoc*”.

Bersandar pada model penelitian kualitatif dengan kerangka berpikir konstruktivis serta memakai model analisis Eni Setiati ikhwal jurnalisme advokasi penelitian ini menunjukkan bagaimana pihak Watchdoc dalam beberapa unsur jurnalisme advokasi dapat dikatakan telah memakai metode tersebut pada pembuatan “Jakarta Unfair”. Kendati begitu, (Mulyawati, 2018) juga mengkritisi kurangnya bukti otentik (legal-formal) yang disodorkan serta tiadanya *cover in both side* dalam dokumenter tersebut.

Studi selanjutnya dilakukan oleh (Putri N. W., 2019) dari Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Katuran Singaraja dengan judul “*Semiotika Pierce Pada Film Dokumenter Sexy Killers*”.

Memakai pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Pierce yang (Putri N. W., 2019) sebut dengan teori segitiga. Penelitian ini menemukan tanda-tanda (*sign*) berupa proses pengeboman perut bumi, konteks sosialnya (*objek*) berupa untuk apa dan di mana peristiwa pengeboman itu terjadi, serta memaknainya sebagai

apa dan bagaimana implikasinya (*interpretant*) yang termuat dalam 7 scene yang menjadi sampel penelitian dalam dokumenter “Sexy Killers” menggambarkan bagaimana menyedihkan dan mengerikannya proses (*denotatif*) serta dampak (*konotatif*) dari pertambangan batu bara yang ada di Samarinda, Kalimantan Timur.

Penelitian lain dilakukan secara bersama oleh (Izar, Afria, & Kamiyatein, 2020) dari Universitas Jambi dengan judul “*Bentuk dan Fungsi Tindak Tutur Ekspresif Dalam Dokumenter The Mahuzes Karya Watchdoc Image*”.

Bersandar pada model penelitian deskriptif kualitatif penelitian ini bertujuan mengelaborasi aspek-aspek kebahasaan yang terkandung dalam dokumenter The Mahuzes. Dengan teknik simak dan catat penelitian ini menyeleksi ungkapan dan memaknainya sebagai sebuah tindak tutur yang mengeskpresikan suatu maksud.

Selanjutnya, penelitian bersama dilakukan oleh (Aprilia & Salman, 2020) dari Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis dengan judul “*Pengaruh Film Sexy Killers Terhadap Citra PT Adimitra Baratama Nusantara*”.

Bersandar pada model penelitian kuantitatif eksplanatif dengan kerangka berpikir positivisme yang memakai metode survei dalam menjangkau data daripada subjek, penelitian ini menemukan adanya pengaruh dokumenter “Sexy Killers” terhadap citra dari PT ABN dengan presentase akhir 25,2%. Di mana jawaban tersebut didominasi oleh responden yang berusia 21-30 tahun.

Studi lain dilakukan oleh (Zanynu, 2020) dari Universitas Halu Oleo dengan judul “*Memori Reformasi dalam Film Dokumenter Mosi Tidak Percaya*”.

Memilih pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing Entman peneliti mengelaborasi keterkaitan antara aksi mahasiswa (2019) yang terepresentasi dalam dokumenter dengan ingatan publik (memori) tentang gerakan reformasi pada 1998. Hasilnya terdapat ingatan yang tersirat (implisit) ikhwal keterkaitan antara dua momen historis antara film “Mosi Tidak Percaya” dan gerakan reformasi.

Selanjutnya studi mengenai rumah produksi film Watchdoc dilakukan oleh (Darmawan, 2020) dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan judul *“Pengaruh Film Seksi Killers Terhadap Penggunaan Hak Pilih Mahasiswa pada Pemilu 2019”*.

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dan teori S-O-R (Stimulus, Organism, Respons) atau pesan, penghantar pesan (komunikasi), dan respon dengan metode survei, di mana peneliti menjadikan 55 mahasiswa UIN Sumatera Utara sebagai responden. Hasil penelitian ini menolak hipotesis mengenai adanya pengaruh film dokumenter “Sexy Killers” terhadap penggunaan hak pilih. Alasannya, responden telah menentukan dari jauh-jauh hari figur/pilihan mereka. Kendati, ada responden yang merasa ragu hingga sangat ragu untuk menentukan pilihan usai menonton dokumenter tersebut.

Studi bersama mengenai tema serupa dilakukan oleh (Ramadhan & Herman, 2021) dari Universitas Tadulako dengan judul *“Analisis Wacana Teun A. Van Dijk pada Film Dokumenter Sexy Killers”*.

Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis wacana dari Teun A. Van Dijk yang melihat wacana dalam tiga tingkatan yakni teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Penelitian ini menemukan gambaran realitas yang dinarasikan (teks/bahasa) oleh film “Sexy Killers” tidak terlepas dari pandangan, ideologi, nilai, pengetahuan, dan pengalaman produser yang memiliki preferensi kritis melihat realitas yang terpinggirkan (kognisi sosial) dari pemberitaan media *maenstreaam*. Olehnya itu, memunculkan berbagai reaksi/gerakan sosial berupa bedah film di antero negeri (konteks sosial).

Studi selanjutnya dilakukan oleh (Ananta, 2021) dari UIN Sunan Ampel dengan judul “*Representasi Anarkisme dalam Film Mosi Tidak Percaya Karya Watchdoc Documentary*”.

Dengan menyandarkan penelitian tersebut pada model penelitian kritis kualitatif serta menggunakan teknik analisis framing, peneliti kemudian menemukan empat alasan mengapa dalam dokumenter “Mosi Tidak Percaya” terbingkai nilai-nilai anarkisme. Pertama, anarkisme hadir untuk memberi perlawanan kepada pemerintah; kedua, anarkisme hadir sebagai ekspresi rasa kecewa; ketiga, anarkisme hadir sebagai ekspresi kepahlawanan (heroisme) demonstran; keempat, anarkisme hadir dalam upaya provokasi. Selain itu, peneliti juga menilai media (Watchdoc Documentary) dalam perspektif islam pada level produksi tidak memberi pandangan yang *cover in both side*.

Studi lain dilakukan oleh (Permana, 2020) dari Universitas Bengkulu dengan judul *“Reception Analysis of Related Audience by Watching Sexy Killers the Documentary Film”*.

Bersandar pada model penelitian deskriptif kualitatif dengan model analisis resepsi yang adalah bagian dari model analisis semiotika, penelitian ini mengelaborasi level pemaknaan pada khalayak setelah menonton film “Sexy Killers”. Dengan melakukan wawancara kepada responden yang berlatarbelakang pejabat dan pengusaha penelitian ini setidaknya mendapatkan dua kelompok pandangan. Pertama, mereka yang mengaku usai menonton film ini mendapatkan pengetahuan baru perihal bagaimana keterkaitan peranan pengusaha yang sekaligus pejabat serta model regulasi mengenai tambang yang lemah. Kedua, kelompok yang merasa bahwa film dokumenter tersebut tidak menyodorkan ruang yang berimbang (cover in both side) dan merasa bahwa permasalahan pertambangan hanya karena kurang ketatnya regulasi mengenai amdal.

Studi bersama juga dilakukan oleh (Afrialdi & Putra, 2018) dari Universitas Telkom dengan judul *“Analisis Wacana Hegemoni Melalui Film Dokumenter Jakarta Unfair”*.

Penelitian ini memilih pendekatan kritis kualitatif dengan model analisis wacana kritis dari Sara Mills guna mengelaborasi sebuah “wacana hegemoni tandingan” *a la* Antonio Gramsci yang terkandung dalam dokumenter “Jakarta Unfair”. Penelitian ini pun menemukan hasil yang menyatakan bahwasanya terdapat sebuah upaya melawan hegemoni ideologis daripada pemberitaan dari media

*mainstream* ( arus utama) sekaligus memberi sebuah perlawanan terhadap pilihan kebijakan publik yang dilaksanakan oleh Pemerintah dengan bertumpu pada pemikiran sebuah pengusuran bukanlah sebuah solusi.

Studi lain dilakukan oleh (Sundari, 2017) dari Universitas Multimedia Nusantara dengan judul lengkap “*Studi Kasus Etno Jurnalisme pada Produksi Film Dokumenter Jakarta Unfair*”.

Menyandarkan penelitiannya pada kerangka pikir eksplanatif kualitatif dengan model pendekatan studi kasus daripada Robert E. Stake coba mengelaborasi aspek-aspek etno jurnalisme daripada level produksi dokumenter “Jakarta Unfair”. Sehingga mendapatkan hasil bahwa pada level produksi pihak produsen belum seutuhnya memakai metode etno jurnalisme sebagai cara untuk membingkai sebuah dokumenter. Oleh karena, (1) tidak pada level produksi tidak ada sebuah teori ihwal etno jurnalisme yang dipakai produsen; (2) tidak menggunakan diksi-diksi yang khas daripada kerja jurnalistik; (3) tidak memilih sebuah wacana yang biasa atau masalah keseharian atau tidak eksklusif.

Studi selanjutnya dilakukan oleh (Reza, 2021) dari UIN Syarif Hidayatullah dengan judul “*Analisis Semiotika Pesan Dakwah Menumbuhkan Pemahaman Kesadaran Cinta Lingkungan Dalam Film Sexy Killers*”.

Dengan model penelitian deskriptif kualitatif serta memilih metode analisis semiotika Roland Barthes penelitian ini menguak makna konotatif, denotatif, dan mitos yang terkandung di dalam dokumenter “Sexy Killers”. Secara denotatif, film

itu mengungkap konsekuensi buruk dari eksploitasi sumber daya alam melalui pertambangan batu bara dan pembangunan PLTU bagi lingkungan hidup; secara konotatif, menggiring sebuah pengetahuan baru atau memajukan level kognisi sosial khalayak ihwal penggunaan energi yang dapat diperbaharui; secara mitos, pembangunan PLTU yang seolah dilaksanakan demi mengejar laju pertumbuhan ekonomi tidak memperhatikan efek jangka panjang dari pertambangan yang jelas memanfaatkan energi yang tidak dapat diperbaharui.

## **1.6 Kerangka Teori**

### **1.6.1 Teori Komunikasi Massa**

Teori ini dipilih penulis sebagai teori yang memayungi teori difusi-inovasi dalam menganalisis letak pengaruh film-film Watchdoc terhadap ekspresi politik dari Kader Hijau Muhammadiyah dan Front Nahdliyin untuk Kedaulatan Sumber Daya Alam. Komunikasi massa merupakan terminologi dari bahasa Inggris yakni mass communication. Sebagaimana pendapat (Ardianto & Erdinaya, 2004) bahwa komunikasi massa adalah proses sebuah organisasi media membuat dan menyebarkan suatu informasi kepada publik yang sifatnya berbeda-beda, tersebar, dan tak dikenal.

Dennis McQuail juga mengungkapkan bahwa yang disebut komunikator dalam komunikasi massa merupakan sebuah organisasi. Artinya, bukan merujuk pada individu atau perorangan. Oleh karenanya, aktivitas tersebut menciptakan suatu pengaruh yang sifatnya luas dalam tenggat waktu yang singkat dan bersamaan terhadap publik (McQuail, 2011)

Dengan begitu dapat kita mengerti bahwasanya komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang memakai media massa sebagai alat untuk menjangkau massa. Sedangkan massa sendiri berarti sebagai publik luas yang secara sosial tidak memiliki hubungan maupun struktur yang jelas

Pendapat lain dikemukakan oleh Gebner dalam (Rakhmat, 2003, p. 188), salah satu pakar komunikasi bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berbasis teknologi dan institusional dari aliran pesan yang berkesinambungan dan paling luas dibagikan dalam masyarakat industri. Senada dengan itu komunikasi massa pada pemahaman Maletzke dalam (Nugroho, 2017, p. 15) merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan kepada masyarakat secara luas dengan memakai instrumen yang memadai guna mencapai tujuan utamanya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa komunikasi massa adalah aktivitas penyampaian pesan dari media (sebagai tempat yang mampu menjangkau secara luas) kepada masyarakat dari berbagai latar belakang melalui instrumen-instrumen tertentu (yang memadai).

Komunikasi massa dalam pandangan Josep A. Devito adalah komunikasi yang tujuannya adalah publik atau orang banyak. Dan juga komunikasi massa sendiri memakai alat komunikasi yang intensionalitasnya lebih luas dan gampang ditemukan pada masyarakat yakni alat-alat komunikasi audio visual semacam surat kabar, buku, majalah, film ataupun televise (Nurudin, 2013).

Dalam pemahaman yang lebih lanjut, Karlina et. al dalam (Nugroho, 2017, p. 15) mengemukakan bahwa komunikasi massa mempunyai ciri-ciri antara lain; pertama, merupakan komunikator yang terlembaga; kedua, isi pesannya bersifat umum; ketiga, penerima pesannya adalah masyarakat luas yang berbeda-beda latar belakangnya; keempat, media massa yang memunculkan keserempakan; kelima, memicu alat indra secara terbatas; keenam, *feedback*-nya (umpan balik) bersifat tertunda. John Vivian menulis dalam bukunya bahwa terdapat lima unsur yang vital dalam apa yang kita sebut sebagai komunikasi massa (Vivian, 2008).

#### A. Komunikator Massa

Hal paling penting dalam komunikasi massa ialah individu-individu yang membuat pesan untuk disebarluaskan melalui media massa. Individu-individu tersebut terdiri antaranya wartawan, jurnalis, para penulis yang karyanya termuat dalam bentuk film, buku, ataupun lagu. Peranan komunikator massa mempunyai ciri yang lain yakni mereka berkomunikasi tanpa harus secara langsung berhadapan bersama audien, oleh karenanya mereka tidak dimungkinkan untuk mendapat *feedback* dari audien secara bersamaan.

#### B. Pesan Massa

"Pesan" adalah jenis yang paling jelas dari hubungan kita dengan komunikasi yang luas. Kita fokus pada media karena kita sangat perlu menerima pesan. Alasannya ialah kita mendengarkan radio bukan karena teknologi yang

terbaru tengah diperdengarkan oleh radio melainkan isi dari siaran radio tersebut, misalnya musik.

#### C. Media Massa

Media massa adalah metode untuk menyampaikan pesan. Di mana hal tersebut dapat menjamin komunikasi yang sangat luas, misalnya melalui buku, majalah, koran, TV, radio, dan film.

#### D. Komunikasi Massa

Proses dari pesan kemudian tersampaikan kepada para audiens itulah yang kita sebut sebagai komunikasi massa (mass communication).

#### E. Audien Massa

Audien massa adalah individu yang mendapatkan pesan massa melalui komunikator massa, atau dapat kita sebut sebagai komunikan massa. Komunikator massa tidak pernah tahu pasti seberapa besar kumpulan individu penerima pesannya, belum lagi dampak pesannya. Kerumunan massa sangatlah dinamis. Apa yang memikat perhatian mereka pada satu waktu mungkin tidak menarik pada waktu lain.

### **1.6.2 Teori Difusi Inovasi**

Penulis memilih teori ini disebabkan oleh indikator-indikator yang ada dalam teori difusi-inovasi dapat menggambarkan bagaimana proses penyebaran dari film-film yang diproduksi Watchdoc yang diterima oleh khalayak di mana itu mengindikasikan adanya suatu pengaruh dari film-film Watchdoc terhadap ekspresi politik dari Kader Hijau Muhammadiyah dan Front Nahdliyin untuk Kedaulatan

Sumber Daya Alam. Difusi inovasi terdiri dari dua kata yang sebanding, yaitu penyebaran khusus atau “difusi” dan kemajuan atau “inovasi”. Adapun, Rogers dalam (Schiffman & Kanuk, 2010) mencirikan difusi sebagai (siklus dimana perkembangan disampaikan melalui saluran tertentu dalam waktu yang singkat di antara individu-individu dari struktur sosial), siklus di mana kemajuan disampaikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara individu. Selain itu, difusi juga dapat dianggap sebagai semacam perubahan yang dapat diterima, khususnya proses kemajuan yang terjadi dalam pembangunan dan kemampuan struktur sosial dalam masyarakat.

Sedangkan inovasi atau kemajuan adalah sebarang pemikiran, praktik, atau hal yang dipikirkan atau dirasakan sebagai sesuatu yang baru oleh individu ataupun khalayak luas. Artikulasi dianggap/dirasakan baru pada suatu pemikiran, praktik, atau hal oleh individu tertentu, tidak menjamin serupa dengan individu yang lain. Semuanya sangat bergantung pada bagaimana perasaan individu atau kelompok tentang pemikiran atau praktik tersebut.

Dari dua kata yang identik di atas, difusi inovasi adalah proses penyebaran retensi pemikiran atau hal-hal baru dengan tujuan akhir untuk mengubah masyarakat umum yang terjadi secara konsisten dimulai dari satu tempat kemudian ke yang berikutnya, dimulai dengan satu periode kemudian ke periode berikutnya, dimulai dengan satu bidang kemudian ke bidang berikutnya ke kumpulan individu dari sistem sosial.

- Elemen Difusi Inovasi

Sesuai dengan pendapat Rogers dalam (Schiffman & Kanuk, 2010), bahwa jalannya difusi inovasi ada empat komponen utama, khususnya: kemajuan, disampaikan melalui saluran korespondensi tertentu, melalui beberapa kerangka waktu yang tidak ditentukan dan terjadi di antara individu-individu dari sistem sosial.

Pertama, inovasi atau kemajuan; adalah suatu pemikiran, kegiatan atau hal yang dipandang baru oleh seseorang. Untuk hal ini, keanehan, keunikan maupun kebaruan inovasi diperkirakan secara emosional yang ditunjukkan oleh perspektif orang yang mendapatkannya. Kedua, saluran komunikasi; merupakan instrumen untuk menyampaikan pesan inovasi dari sumber ke penerima. Apabila komunikasi bertujuan untuk memperkenalkan suatu inovasi terhadap massa yang besar dan luas, saluran korespondensi yang lebih cepat dan lebih produktif adalah media massa. Namun, apabila yang diasumsikan sebagai tujuan saluran komunikasi adalah untuk mengubah sikap atau perilaku penerima pesannya, maka saluran korespondensi yang paling cocok adalah relasional.

Ketiga, jangka waktu; khususnya merupakan siklus pilihan inovasi atau kemajuan dari seseorang yang mengetahui sampai memilih untuk mengakui atau mengabaikannya. Penegasan pilihan erat kaitannya dengan aspek waktu. Pada dasarnya aspek waktu ditemukan dalam siklus dinamis inovasi, daya imajinatif individu agak lebih awal atau lambat dalam menoleransi inovasi, dan kecepatan penerimaan atau adopsi inovasi dalam sistem sosial. Keempat, sistem sosial; adalah

berbagai unit praktis tertentu yang terikat bersama untuk menangani masalah supaya dapat mencapai tujuan bersama.

Inovasi atau kemajuan adalah suatu pemikiran, perilaku, produk, data atau informasi, dan praktik baru yang belum umum diketahui, diakui dan dimanfaatkan ataupun diterapkan, yang dilakukan oleh sebagian besar individu di wilayah tertentu, yang dapat dimanfaatkan atau mendukung terjadinya suatu perubahan di semua bagian; dari kehidupan individu untuk terus mengakui peningkatan dalam kualitas kehidupan pribadi semua individu dari daerah setempat yang bersangkutan (Schiffman & Kanuk, 2010).

- Karakteristik Inovasi

Semua produk tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dikenali oleh pembeli, beberapa item dapat menjadi terkenal hanya dalam satu malam sementara yang lain menghabiskan sebagian besar hari untuk diakui atau bahkan tidak pernah diakui secara umum oleh pembeli. Kualitas barang menentukan kecepatan proses penerimaan pengembangan di tingkat peternak sebagai klien inovasi pertanian. Kecepatan penerimaan promosi tidak sepenuhnya ditentukan oleh beberapa faktor, misalnya saluran korespondensi, sorotan kerangka sosial, latihan khusus dan pekerjaan komunikator. Menurut (Schiffman & Kanuk, 2010) ada lima kualitas produk ini yang dapat digunakan sebagai petunjuk dalam memperkirakan persepsi atau penegasan pilihan orang, yakni:

- ❖ Keuntungan relative (relative advantage), adalah seberapa jauh suatu pemikiran dipandang lebih baik dibandingkan dengan pemikiran-pemikiran sebelumnya.
- ❖ Kesesuaian (compatibility), ialah seberapa jauh riwayat atas suatu inovasi dianggap dapat diprediksi dengan kualitas yang ada, pertemuan sebelumnya, dan kebutuhan pengadopsi (penerima manfaat). Akibatnya pembangunan yang tidak layak dengan unsur-unsur luar biasa dari kerangka sosial tidak akan diambil secepat pemikiran yang layak.
- ❖ Kompleksitas (complexity) adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap relatif sulit untuk dipahami dan digunakan. Kesulitan untuk dipahami dan digunakan, akan menjadi penghambat proses kecepatan adopsi inovasi.
- ❖ Seberapa mungkin hal itu dapat dicoba (trialability) adalah seberapa besar suatu pengembangan dalam skala terbatas. Pemikiran baru yang dapat dievaluasi dalam skala terbatas umumnya diambil lebih cepat daripada inovasi yang tidak dapat dikendalikan terlebih dahulu.
- ❖ Mudah untuk diamati (observability) adalah seberapa besar konsekuensi dari suatu inovasi dapat dengan mudah dilihat sebagai keuntungan praktis ekonomis, dengan cara ini mempercepat siklus penerimaan atau adopsi. Pengadopsi potensial lainnya tidak perlu lagi melalui tahap uji coba, mereka dapat melanjutkan ke tahap penerimaan.

- Saluran Komunikasi

Kecepatan inovasi menyebar ke seluruh pasar bergantung pada seberapa banyak korespondensi antara pengiklan dan pembeli, serta korespondensi antara pembeli (Schiffman & Kanuk, 2010). Rogers dalam (Schiffman & Kanuk, 2010) menyatakan bahwa saluran korespondensi adalah sesuatu yang melaluinya pesan dapat disampaikan dari sumber kepada penerima. Saluran korespondensi dapat diisolasi menjadi saluran relasional dan media massa. Adapun (Cangara, 2009) menyatakan, saluran korespondensi relasional akan menjadi saluran yang mempengaruhi setidaknya dua individu secara dekat dan pribadi.

Pakar lain mencirikan saluran media massa sebagai metode untuk menyampaikan pesan yang memungkinkan sumber untuk menghubungi sekelompok orang dalam jumlah besar yang dapat memasuki batas realitas. Misalnya radio, televisi, film, koran, buku, dan lain sebagainya (Rogers, 2003).

Sumber dan saluran korespondensi mengantarkan rangsangan data kepada seseorang selama pilihan inovasi berjalan. Seseorang awalnya dapat terus-menerus menyadari inovasi, terutama dari saluran media massa. Pada tahap pengaruh atau persuasi, seorang individu menyusun pandangan mereka tentang inovasi dari saluran yang lebih pribadi dan relasional. Seseorang yang telah memilih untuk mengakui atau menerima inovasi pada tahap pilihan mungkin akan melanjutkan atau menunda penggunaannya.

- Sistem Sosial

Sistem sosial adalah bermacam-macam unit praktis yang terikat bersama untuk menangani masalah untuk mencapai tujuan bersama (Rogers, 2003). Kerangka sosial adalah berbagai latihan atau berbagai individu yang memiliki hubungan komplementer yang cukup mantap. Hubungan antara berbagai individu dan aktivitas mereka terus menerus.

Sistem sosial mempengaruhi cara berperilaku manusia, dengan alasan bahwa dalam sistem sosial juga termasuk kualitas nilai dan standar norma yang merupakan prinsip perilaku bagi warga negara. Dalam setiap sistem sosial pada tingkat tertentu umumnya mengikuti batas-batas yang berbeda dan memisahkan mereka dengan lingkungannya saat ini (sistem sosial lainnya).

Demikian juga dalam sistem sosial ada tambahan komponen yang digunakan atau bekerja untuk memertahankan kondisi di dalamnya (Widjajati, 2010). Individu dari sistem sosial dapat dipisahkan menjadi kelompok pengadopsi yang mendapatkan inovasi sesuai dengan tingkat keinovasian mereka (kecepatan mereka mengadopsi inovasi). Salah satu pengelompokan yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber perspektif adalah pengelompokan dalam pandangan kurva penerimaan (Rogers, 2003).

Dalam sistem sosial terdapat suatu struktur sosial yang terdiri dari orang atau perkumpulan orang dengan standar nilai dan norma tertentu. Dengan cara seperti itu, Rogers membuat referensi bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi siklus pilihan

inovasi yang sesuai dengan sistem sosial (Rogers, 2003). Keempat variabel tersebut adalah: struktur sosial, standar norma, pekerjaan perintis (pemimpin) dan pemecah masalah atau agen perubahan.

Struktur sosial (social structure) adalah susunan suatu unit sistem yang memiliki pola tertentu. Adanya sebuah struktur dalam suatu sistem sosial memberikan suatu keteraturan dan stabilitas perilaku setiap individu dalam suatu sistem sosial tertentu. Struktur sosial juga menunjukkan hubungan antar anggota dari sistem sosial. Hal ini dapat dicontohkan seperti terlihat pada struktur organisasi suatu perusahaan atau struktur sosial masyarakat suku tertentu. Struktur sosial dapat memfasilitasi atau menghambat difusi inovasi dalam suatu sistem.

Struktur sosial (social structure) adalah rencana unit kerangka kerja yang memiliki contoh atau pola spesifik. Kehadiran sebuah struktur dalam sistem sosial berdampak pada keteraturan dan stabilitas dalam cara berperilaku setiap orang dalam struktur sosial tertentu. Struktur sosial juga menunjukkan hubungan antar individu dari dalam sistem sosial. Ini dapat dicontohkan seperti yang ditemukan dalam struktur suatu organisasi atau struktur sosial dalam masyarakat adat atau suku tertentu. Struktur sosial dapat bekerja dengan atau menghalangi penyebaran inovasi di dalam suatu sistem.

- Proses Adopsi

Proses adopsi inovasi adalah suatu proses yang menyangkut proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh banyak faktor. (Rogers, 2003)

memberi definisi tentang proses pengambilan keputusan untuk melakukan adopsi inovasi: keputusan menerima atau menolak sebuah inovasi dan konfirmasi tentang keputusan tersebut merupakan suatu proses mental. Proses adopsi inovasi memerlukan sikap mental dan konfirmasi dari setiap keputusan yang diambil oleh seseorang sebagai adopter. Proses adopsi merupakan proses yang terjadi sejak pertama kali seseorang mendengar hal yang baru sampai orang tersebut mengadopsi (menerima, menerapkan, menggunakan) hal yang baru tersebut.

(Rogers, 2003) menerangkan bahwa dalam upaya perubahan seseorang untuk mengadopsi suatu perilaku yang baru, terjadi berbagai tahapan pada seseorang tersebut, yaitu:

- ◆ Tahap pengetahuan.

Pada tahap ini, individu belum memiliki data dan informasi tentang inovasi baru. Oleh karena itu, informasi tentang inovasi tersebut harus disampaikan melalui berbagai jalur korespondensi yang ada, baik melalui media elektronik, media cetak, maupun korespondensi relasional antar daerah. Tahap ini juga dipengaruhi oleh beberapa kualitas arah, seperti ciri sosial tertentu, kualitas atau standar dari individu dan pola korespondensi yang ada.

- ◆ Tahap persuasi.

Pada tahap ini seseorang tertarik terhadap suatu inovasi dan secara efektif mencari informasi/wawasan tentang inovasi tersebut. Tahap selanjutnya ini lebih banyak terjadi pada tingkat penalaran calon

penerima. Inovasi yang dimaksud terkait dengan kualitas yang ada dalam inovasi, misalnya: kelebihan yang ada, tingkat kebaruan, tingkat kesamaan, kerumitan, dapat dicoba dan harus mudah diamati.

- ◆ Tahap pengambilan keputusan.

Pada tahap ini seseorang mengambil gagasan inovasi dan mengukur manfaat/hambatan dalam memanfaatkan inovasi dan memilih apakah akan menerima atau menolak inovasi yang telah diukurnya.

- ◆ Tahap implementasi.

Pada tahap ini memanfaatkan orang untuk berbagai inovasi tergantung pada keadaan. Selama proses ini seseorang memutuskan fungsi daripada inovasi dan dapat mencari lebih banyak data atau informasi tentangnya.

- ◆ Tahap konfirmasi.

Ketika sebuah pilihan dibuat, seorang individu kemudian akan mencoba untuk melegitimasi pilihan mereka. Adalah mungkin bagi seseorang untuk mengubah keputusan yang pada awalnya tidak menerima suatu inovasi setelah ia melakukan suatu evaluasi.

Rogers mengatakan bahwa korespondensi adalah fundamental dalam inovasi yang mungkin diterima dan menggabungkan tiga tahapan, khususnya: inovasi, yang merupakan siklus di mana pemikiran inovatif dibuat dan diciptakan; difusi, yang merupakan interaksi dimana pemikiran baru disebarluaskan ke dalam sistem sosial; dan hasil, khususnya berbagai perubahan yang terjadi dalam sistem sosial karena

penerimaan atau penolakan inovasi (Rogers, 2003). Perubahan sosial merupakan suatu siklus di mana terjadi penyesuaian struktur dan kapabilitas dalam sistem sosial, inovasi tersebut dapat bersifat alamiah (dari dalam) dan dapat bersifat kontak (dari luar). Selama ini difusi inovasi adalah suatu gerakan untuk menyampaikan inovasi melalui saluran-saluran tertentu pada waktu tertentu di antara individu-individu dari suatu sistem sosial.

## **1.7 Definisi Konseptual**

### **1.7.1 Komunikasi massa**

Komunikasi massa adalah bentuk aktivitas komunikasi yang dilakukan secara satu arah oleh media massa kepada masyarakat luas yang dengannya menimbulkan pengaruh terhadap pengetahuan, pemahaman, pandangan, perasaan, serta tindak laku mereka.

### **1.7.2 Difusi inovasi**

Difusi inovasi adalah suatu proses penyebaran serapan ide-ide atau hal-hal yang baru dalam upaya untuk merubah suatu masyarakat yang terjadi secara terus menerus kepada sekelompok anggota dari sistem sosial.

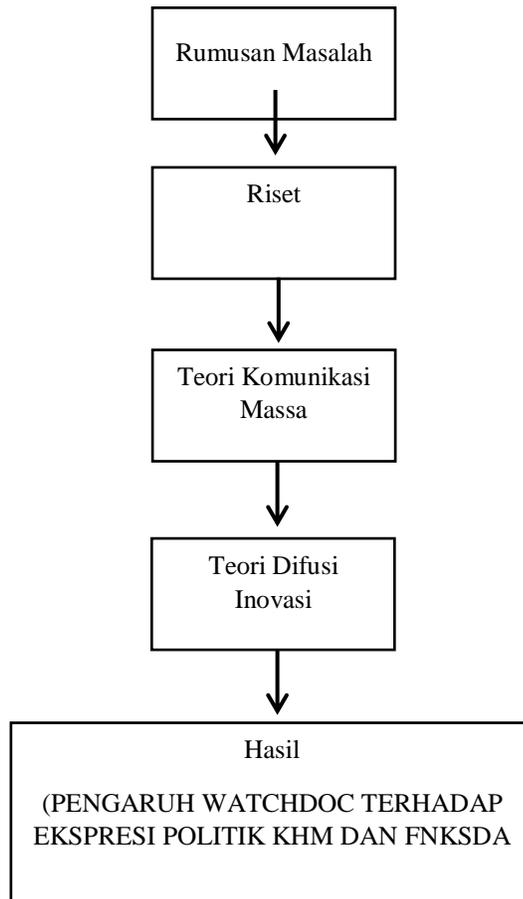
## 1.8 Definisi Operasional

Tabel 1 Definisi Operasional

Teori	Variabel	Indikator
Komunikasi Massa	1. Komunikator Massa	- Penyampai dalam suatu pesan
	2. Pesan	- Isi dari pesan yang disampaikan apakah diterima dengan baik oleh audien
	3. Media Massa	- Media yang dipilih oleh komunikator
	4. Komunikasi	- Proses terjadinya transfer isi pesan kepada audien
	5. Massa Audien	- Massa yang mengerti dan paham dengan isi pesan yang disampaikan dan memberikan <i>feedback</i>

<p>Difusi- Inovasi</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inovasi atau suatu hal yang baru</li> <li>2. Saluran Komunikasi</li> <li>3. Jangka waktu (Proses diterima atau tidaknya suatu inovasi)</li> <li>4. Sistem Sosial</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sesuatu yang baru</li> <li>- Acceptable (dapat diterima)</li> <li>- Aplikatif</li> <li>- Media untuk menyampaikan sebuah inovasi</li> <li>- Masyarakat akan memikirkan dan membuat keputusan untuk menerima inovasi tersebut dalam kehidupan sosialnya dalam jangka waktu singkat</li> <li>- Inovasi akan mudah diterima berkelindan dengan situasi sistem sosial yang ada</li> </ul>
----------------------------	---	--

Bagan 1 Kerangka Pikir Penelitian



## 1.9 Metode Penelitian

### 1.9.1 Jenis Penelitian

(Anggito & Johan, 2018) menerangkan dalam bukunya bahwasanya penelitian yang ilmiah adalah sebuah aktivitas yang dilakukan dalam bingkai sistematis guna menelaah dan menjawab sebuah permasalahan yang olehnya dilandaskan pada data-data empiris.

Dalam kerangka di atas, penelitian ini dirancang untuk mendapatkan sebuah pemahaman mendalam serta menyeluruh tentang hubungan-mempengaruhi dan

keterkaitan yang rumit antara variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Dan oleh sebab itu peneliti memilih jenis penelitian kualitatif dengan model penjabaran data deskriptif sebagai instrumen guna menjawab permasalahan penelitian (Sugiyono, 2012, p. 14).

Adapun model penelitian deskriptif definisinya diterangkan oleh (Sugiarto, 2015, p. 8) sebagai model yang membimbing seorang peneliti agar menelusuri dan merekam realitas sosial yang tengah diamati dengan holistik dan mendalam yang kesemuanya berbentuk rekaman, gambar, atau pun kata-kata.

### **1.9.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian dalam penelitian ini merupakan bentuk-bentuk ekspresi politik dari pada Kader Hijau Muhammadiyah (KHM) dan Front Nahdliyin untuk Kedaulatan Sumber Daya Alam (FNKSDA) Yogyakarta yang distimulasi oleh karya-karya dari Watchdoc Documentary.

### **1.9.3 Jenis Data**

Dalam sebuah penelitian data adalah faktor paling penting agar sebuah penelitian dapat dijalankan dan dipertanggungjawabkan. Jenis data yang digunakan dalam kerangka pemikiran metode penelitian ilmiah ialah terdiri atas dua, data primer dan data sekunder (Anggito & Johan, 2018, p. 147).

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

Data primer didapatkan peneliti dari data-data lapangan yang berupa kata-kata hasil wawancara serta catatan pengamatan terhadap subjek

penelitian. Subjek penelitian di sini dipahami sebagai informan yang melakukan kegiatan dan/atau adalah anggota organisasi Kader Hijau Muhammadiyah (KHM) dan Front Nahdliyin untuk Kedaulatan Sumber Daya Alam (FNKSDA) Yogyakarta.

## 2) Data Sekunder

Data sekunder didapatkan peneliti dengan cara mencari, menelusuri, dan membaca film-film, gambar-gambar, dan literatur-literatur terkait mengenai permasalahan yang diteliti di sini.

### 1.9.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian yang bersifat kualitatif biasanya dibedakan menjadi dua kategori, yaitu teknik interaktif dan teknik non-interaktif (Nugrahani, 2014, pp. 124-125). Teknik interaktif mempunyai potensi saling mempengaruhi antara seorang peneliti dengan sumber penggalian datanya, sedangkan teknik non-interaktif tidak berpotensi terjadi saling mempengaruhi antara peneliti dan sumber datanya disebabkan sumber penggalian datanya merupakan benda atau individu, kelompok, dlsbg yang sama sekali tidak menyadari bahwasanya ia tengah diamati (Nugrahani, 2014, pp. 124-125). Adapun cara-cara mengumpulkan data dalam penelitian ini di dasarkan atas dua (Nugrahani, 2014, pp. 124-132):

#### 1) Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan cara membaca literature-literatur yang terkait dengan penelitian ini. Di mana itu dapat berbentuk dokumen tak tertulis seperti foto dan gambar maupun dokumen

tertulis yang termuat di surat kabar, majalah, jurnal atau buku yang mampu memberikan pemahaman lebih dalam kepada peneliti.

## 2) Wawancara Mendalam (In-depth interviewing)

Wawancara mendalam dipahami sebagai teknik wawancara yang bersifat informal, lentur, dengan model pertanyaan yang berbentuk *open-ended* mengenai fakta dari perilaku atau pandangan subjek penelitian.

Wawancara mendalam dipilih peneliti guna dapat menyajikan fenomena yang diteliti mengenai aktivitas atau perilaku, perasaan subjek, motivasi subjek, tanggapan atau persepsi subjek, pandangan atau opini subjek, serta tingkatan dan bentuk-bentuk keterlibatan subjek.

### 1.9.5 Unit Analisis Data

Dalam penelitian ini memfokuskan unit analisis data yang dasarnya adalah kesatuan antara subjek dan objek yang dijadikan sebagai sumber data. Unit penelitian ini adalah tentang seberapa jauh atau bagaimana pengaruh dari pada karya-karya Watchdoc Documentary (dalam hal ini adalah media komunikasi massa) terhadap bentuk-bentuk ekspresi politik dari Kader Hijau Muhammadiyah (KHM) dan Front Nahdliyin untuk Kedaulatan Sumber Daya Alam (FNKSDA) Yogyakarta.

### 1.9.6 Teknik Analisis Data

Pengertian mengenai teknik analisis data kualitatif peneliti sandarkan pada apa yang diterangkan oleh Miles dan Huberman dalam (Anggito & Johan, 2018, p. 237) yakni terdiri pada tiga kategori yang meski dibedakan namun kesemuanya

berjalan beriringan: Pertama, reduksi data; kedua, penyajian data; ketiga, penarikan kesimpulan atau verifikasi.

#### 1) Reduksi data

Reduksi data adalah teknik analisa yang dilakukan secara intensional (secara terus-menerus) selama penelitian berlangsung di mana peneliti menggunakan catatan kecil, penandaan, mengategorikan, mengelompokkan serta menekankan perhatian secara mengerucut kepada data-data yang telah didapatkan di lapangan guna mendapat pemahaman mendalam mengenai fenomena yang diteliti serta mampu menyajikannya secara konsisten (Nugrahani, 2014, pp. 174-175).

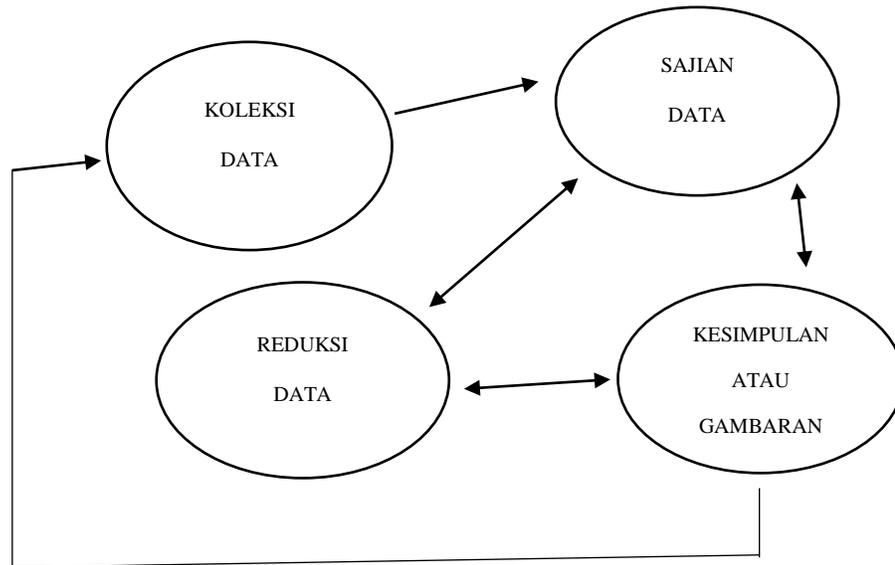
#### 2) Penyajian data

Penyajian data adalah teknik analisa yang dilakukan usai tahapan reduksi dengan cara memberikan gambaran atau ilustrasi melalui bahasa yang mudah dipahami, tabel, bagan, atau pun skema dan lain sebagainya (Nugrahani, 2014, pp. 175-176).

#### 3) Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah teknik terakhir dari pada analisa data yakni melalui penarikan sebuah kesimpulan secara menyeluruh atas dasar interpretasi dan pemahaman yang peneliti dapatkan dari proses analisis sebelumnya (Nugrahani, 2014, p. 176).

Bagan 2 Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman



Sumber: (Nugrahani, 2014, p. 173).