

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan atau Paradigma Penelitian**

Metodologi adalah proses, prinsip dan prosedur yang akan digunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan kata lain, metodologi dipengaruhi atau berdasarkan perspektif teoritis yang kita gunakan untuk melakukan penelitian, sementara perspektif teoritis itu sendiri adalah suatu kerangka penjelasan atau interpretasi yang memungkinkan peneliti memahami data dan menghubungkan data yang rumit dengan peristiwa dan situasi lain (Mulyana, 2008:145).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotika. Penelitian ini digunakan dengan pertimbangan bahwa penelitian ini nantinya akan menganalisis makna pesan media terkonstruksi di balik teks media “Wisata Malam”. Metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisis sebuah fenomena yang terjadi di masyarakat, penelitian ini tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka atau metode statistik (Mulyana, 2008:150).

Metode kualitatif adalah metode yang dapat digunakan dalam berbagai bidang ilmu, seperti ilmu komunikasi, sosiologi, ilmu politik, antropologi, dan sebagainya. Penelitian kualitatif dapat mencakup paradigma fenomenologi, etnografi, dan interaksi simbolik. Namun, dalam perkembangannya metode kualitatif dapat digunakan juga pada paradig lain, “varian lain dari paradigma

kualitatif seperti etnometodologi, pendekatan semiotika, analisis wacana, kajian budaya, dan pendekatan kritis” (Mulyana, 2008:xviii).

### 3.1.1 Semiotika

Secara etimologis, istilah semiotik atau ada yang menyebut dengan semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Eco dalam Sobur, 2009:95). “Tanda” pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain.

Istilah *semeion* tampaknya diturunkan dari kedokteran hipokratik atau asklepiadik dengan perhatiannya pada simtomatologi dan diagnostik inferensial (Sobur, 2009:95).

Secara terminologis, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Sedangkan menurut Van Zoest semiotik adalah ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimnya, dan penerimanya oleh mereka yang mempergunakannya (Sobur, 2009:96).

Sedangkan dalam buku Aart Van Zoest yang berjudul Semiotika: Tentang Tanda, Cara Kerjanya, dan Apa yang Kita Lakukan Dengannya memberi arti semiotika yaitu:

Tanda pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjukkan pada adanya hal lain. Secara terminologis, semiotika adalah cabang ilmu yang berurusan dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan

dengan tanda, seperti sistem tanda dan proses yang berlaku bagi tanda (van Zoest, 1993:1).

Kajian semiotika sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika *komunikasi* dan semiotika *signifikasi*. Yang pertama menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu di antaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan. Yang kedua memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu (Sobur, 2009:15).

Pada jenis yang kedua, tidak dipersoalkan adanya tujuan berkomunikasi. Sebaliknya, yang diutamakan adalah segi pemahaman suatu tanda sehingga proses kognisinya pada penerima tanda lebih diperhatikan dari pada proses komunikasinya.

“Perbedaan istilah itu,” kata Masinambow (2000b:iii), “menunjukkan perbedaan orientasi: yang pertama (semiologi) mengacu pada tradisi Eropa yang bermula pada Ferdinand de Saussure identik dengan “semiotika signifikasi” (1857-1913), sedangkan yang kedua (semiotika) pada tradisi Amerika yang bermula pada Charles Sanders Peirce (1839-1914) yang identik dengan “semiotika komunikasi”.” (Sobur, 2009:12).

Pierce melihat tanda (*representamen*) sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari objek referensinya serta pemahaman subjek atas tanda (*interpretant*). Menurut Eco dalam *A Theory of Semiotics*, adalah semiotika yang menekankan aspek ‘produksi tanda’ (*sign production*), ketimbang ‘sistem tanda’ (*sign system*). Sebagai sebuah ‘mesin produksi makna’, semiotika

komunikasi sangat bertumpu pada ‘pekerja tanda’ (*labor*), yang memilih tanda dari bahan baku tanda-tanda yang ada, dan mengkombinasikannya, dalam rangka memproduksi sebuah ekspresi bahasa bermakna (Sobur, 2009:xii).

Bila Saussure dianggap mengabaikan subjek sebagai agen perubahan sistem bahasa, Pierce, sebaliknya, melihat subjek sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari proses signifikasi. Model *triadic* yang digunakan Pierce (*representamen + object + interpretant = sign*) memperlihatkan peran besar subjek ini dalam proses transformasi bahasa.

Jadi, sesungguhnya kedua istilah ini, *semiotika* dan *semiologi*, mengandung pengertian yang persis sama, walaupun penggunaan salah satu dari kedua istilah tersebut biasanya menunjukkan pemikiran pemakainya: mereka yang bergabung dengan Pierce menggunakan kata *semiotika*, dan mereka yang bergabung dengan Saussure menggunakan *semiologi*.

Dalam teori semiotika, pokok studinya adalah tanda atau bagaimana cara tanda-tanda itu bekerja juga dapat disebut semiologi. Tanda-tanda itu hanya mengemban arti pada dirinya sendiri, dengan kata lain jika diterapkan pada tanda-tanda bahasa, maka huruf, kata, dan kalimat tidak memiliki arti pada dirinya sendiri.

Tanda-tanda itu hanya mengemban arti (*signnificant*) dalam kaitan dengan pembacanya, pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signifie*) sebagai konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan. Segala sesuatu yang memiliki sistem tanda, dapat dianggap teks, contohnya di dalam surat cinta, film, majalah, televisi, iklan, koran, brosur, novel, puisi, poster

politik, dan semua hal yang mungkin menjadi “tanda” bisa dilihat dalam aktivitas penanda: yakni, suatu proses signifikasi yang menggunakan tanda yang menghubungkan objek dan interpretasi (Sobur, 2009:17).

Tiga bidang studi utama dalam semiotika, yaitu:

1. Tanda itu sendiri, hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara-cara tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara-cara tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.
2. Sistem atau kode yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode yang dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
3. Kebudayaan dan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri (Fiske, 2004:60).

Menurut Fiske, fokus utama dalam semiotika adalah teks. Model proses linier memberi perhatian kepada teks tidak lebih seperti tahapan-tahapan yang lain dalam proses komunikasi. Hal tersebut adalah salah satu perbedaan mendasar dari pendekatan proses dan pendekatan semiotika. Dalam semiotika, penerima atau pembaca dipandang memiliki peranan yang lebih aktif dibandingkan sebagian besar model proses. Semiotika lebih memilih istilah ‘pembaca (*reader*)’ dibandingkan dengan istilah ‘penerima (*reciver*)’ karena istilah tersebut menunjukkan derajat aktivitas yang lebih besar dan juga membaca adalah sesuatu yang dipelajari untuk melakukannya. Jadi, hal tersebut ditentukan oleh pengalaman budaya dari pembaca. Pembaca membantu untuk menciptakan makna dari teks dengan membawa pengalaman, sikap, dan emosi yang dimiliki pembaca ke dalam makna.

### 3.1.2 Semiotika John Fiske

*Television Codes* adalah teori yang dikemukakan oleh John Fiske atau yang biasa disebut kode-kode yang digunakan dalam dunia pertelevisian. Dalam bukunya yang berjudul *Television Codes*, John Fiske menerangkan bahwa kode-kode yang muncul atau yang digunakan dalam acara televisi tersebut saling berhubungan sehingga terbentuk sebuah makna. Menurut teori ini pula, sebuah realitas tidak muncul begitu saja melalui kode-kode yang timbul, namun juga diolah melalui penginderaan serta referensi yang telah dimiliki oleh pemirsa televisi, sehingga sebuah kode akan dipersepsi secara berbeda oleh orang yang berbeda juga. Dalam kode-kode televisi yang diungkapkan dalam teori John Fiske (Fiske, 1999:3-5), bahwa peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televisi telah *diencode* oleh kode-kode sosial yang terbagi dalam tiga level sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Pembagian Level**

<b>Pertama</b>	<b>Realitas</b>
	(Dalam bahasa tulis seperti dokumen, wawancara, transkrip, dan sebagainya. Sedangkan dalam gambar seperti pakaian, <i>make-up</i> , perilaku, gerak-gerik, ucapan, ekspresi, suara). Elemen-elemen tadi ditandakan secara teknis.
<b>Kedua</b>	<b>Representasi</b>
	(Dalam bahasa tulis seperti kata, proposisi, kalimat, foto, caption, grafik, dan sebagainya. Sedangkan dalam televisi seperti kamera, tata cahaya, editing, musik, dan sebagainya). Elemen-elemen tersebut ditransmisikan ke dalam kode representasional yang memasukkan di antaranya bagaimana objek digambarkan: karakter, narasi setting, dialog, dan sebagainya.
<b>Ketiga</b>	<b>Ideologi</b>
	Semua elemen diorganisasikan dalam koherensi dan kode-kode ideologi, seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya.

(Eriyanto, 2006:115).

John Fiske menjelaskan bagaimana sebuah peristiwa menjadi “peristiwa televisi” apabila telah *dienkode* oleh kode-kode sosial, yang dikonstruksi dalam tiga tahapan berikut. Pada tahap pertama adalah realitas (*reality*), yakni peristiwa yang ditandakan (*encoded*) sebagai realitas—tampilan, pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, gesture, ekspresi, suara, dan sebagainya. Dalam bahasa tulis berupa, misalnya, dokumen, transkrip wawancara, dan sebagainya.

Pada tahap kedua disebut representasi (*representation*). Realitas yang terenkode dalam *encoded electronically* harus ditampilkan pada *technical codes*, seperti kamera, *lighting*, *editing*, musik, suara. Dalam bahasa tulis ada kata, kalimat, proposisi, foto, grafik, dan sebagainya. Sedangkan dalam bahasa gambar atau televisi ada kamera, tata cahaya, editing, musik, dan sebagainya. Elemen-elemen ini kemudian ditransmisikan ke dalam kode representasional yang dapat mengaktualisasikan, antara lain karakter, narasi, *action*, dialog, *setting*, dan sebagainya.

Tahap ketiga adalah ideologi (*ideology*). Semua elemen diorganisasikan dan dikategorikan dalam kode-kode ideologis, seperti patriarkhi, individualisme, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya. Ketika kita melakukan representasi atas suatu realita, menurut Fiske, tidak dapat dihindari adanya kemungkinan memasukkan ideologi dalam konstruksi realitas (Mursito, 2007 dalam Vera, 2014:35-36).

Dengan menganalisis menggunakan metode yang dipaparkan di atas, maka kita dapat mengetahui makna-makna yang mungkin tersembunyi di balik seperangkat tanda-tanda yang mengkontruksi acara “Wisata Malam” sesuai



dengan persepsi yang kita miliki. Tidak tertutup kemungkinan adanya perbedaan persepsi antara pembuat acara televisi dan penontonnya, bahkan sesama penonton pun dapat berbeda pendapat. Karena persepsi bersifat arbiter atau manusuka.

### **3.2 Subjek-Objek & Wilayah Penelitian dan Sumber Data**

Subjek dalam penelitian ini adalah tayangan Wisata Malam. Sedangkan objek penelitiannya adalah adegan-adegan gambar yang mengandung unsur sensualitas yang peneliti anggap ada pada tayangan Wisata Malam. Wilayah penelitiannya adalah acara Wisata Malam episode Menyapa Budaya di Pulau Samosir tanggal 10 Juni 2014 dan episode Keceriaan di Manado 7 Desember 2014, serta sumber data yang diperoleh melalui dokumentasi, kepustakaan dan wawancara dengan Produser program acara Wisata Malam.

#### **3.2.1 Sejarah Singkat Trans7**

TRANS7 dengan komitmen menyajikan tayangan berupa informasi dan hiburan, menghiasi layar kaca di ruang keluarga pemirsa Indonesia. Berawal dari kerjasama strategis antara Para Group dan Kelompok Kompas Gramedia (KKG) pada tanggal 4 Agustus 2006, TRANS7 lahir sebagai sebuah stasiun swasta yang menyajikan tayangan yang mengutamakan kecerdasan, ketajaman, kehangatan penuh hiburan serta kepribadian yang aktif.

TRANS7 yang semula bernama TV7 berdiri dengan izin dari Departemen Perdagangan dan Perindustrian Jakarta Pusat dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2000. Pada 22 Maret 2000, keberadaan TV7 telah diumumkan dalam Berita Negara Nomor 8687 sebagai PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Dengan



kerjasama strategis antara Para Group dan KKG, TV7 melakukan *re-launching* pada 15 Desember 2006 sebagai TRANS7 dan menetapkan tanggal tersebut sebagai hari lahirnya TRANS7, di bawah naungan PT. Trans Corpora yang merupakan bagian dari manajemen Para Group yang saat ini telah berubah nama menjadi CT Corp.

Akhir tahun 2012 bersama dengan TRANS TV dan Detikcom dalam media CT Corp di bawah naungan payung TRANSMEDIA, TRANS7 diharapkan dapat menjadi televisi yang maju, dengan program-program *in-house productions* yang bersifat informatif, kreatif dan inovatif serta komitmen menyajikan yang terbaik bagi pemirsa keluarga Indonesia dengan berbagai pilihan program berupa hiburan, informasi, olah raga dan program anak disajikan secara lengkap.

### 3.2.1.1 Visi dan Misi

#### Visi

1. Dalam jangka panjang, TRANS7 menjadi stasiun televisi terbaik di Indonesia dan di ASEAN
2. TRANS7 juga berkomitmen selalu memberikan yang terbaik bagi *stakeholders* dengan menayangkan program berkualitas dan mempertahankan moral serta budaya kerja yang dapat diterima *stakeholders*.

#### Misi

1. TRANS7 menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat

2. TRANS7 berkomitmen untuk menjaga keutuhan bangsa serta nilai-nilai demokrasi dengan memperbaharui kualitas tayangan bermoral yang dapat diterima masyarakat dan mitra kerja.

### 3.2.2 Wisata Malam

Wisata Malam adalah program televisi mingguan yang tayang setiap jumat jam 00.00 WIB. Tayang perdana pada tanggal 21 Januari 2011. Namun tayangan ini sempat mengalami pergantian pembawa acara hingga beberapa kali. Yang pertama oleh Fauzi Ba'adilla, lalu oleh Yama Carlos, dan sekarang oleh Albern Sultan. Selain pergantian di *Host* pada tayangan Wisata Malam jam tayangnya pun sempat berganti yang awalnya pada setiap hari Jumat, lalu pindah jam tayang menjadi Selasa pukul 00.15 WIB dan saat ini tayang setiap hari Minggu pukul 23.00 WIB.

Melalui program ini penonton akan diajak untuk menelusuri tempat wisata dan tempat bersejarah di malam hari. Lokasi yang biasanya hanya buka di siang hari akan tetapi memiliki sisi menarik bila dikunjungi di malam hari, sedangkan lokasi yang menyeramkan bisa juga menjadi salah satu tujuan di program ini, tetapi tujuannya bukan untuk uji nyali melainkan untuk menggali sensasi dan informasi dari lokasi tersebut. Program ini dipandu oleh *host* Albern Sultan, serta didampingi oleh seorang narasumber dan dua orang artis perempuan yang menjadi bintang tamu dan selalu berganti-ganti setiap episodenya.

### 3.2.3 Struktur Wisata Malam

Perancang Produksi: Andi Chairil

Penanggung Jawab Produksi: M. Taufik Hidayat

Perancang Eksekutif: Bugie Aryatmo

Perancang Acara: Aria Radjasa

Kreatif: Jaqualine Adam

Asisten Produksi: Ananda Vidya Puspita

Penata Musik: Anugrah M. Prahasta

Penanggung Jawab Operasional Produksi: Sri Rollyan Nova

Penanggung Jawab Pengembangan *Creative* dan Riset Produksi: Teguh S.

Usis

Penanggung Jawab Pendukung Produksi: Sri Rollyan Nova

Pengarah Acara: Diego (Spv), Tim Wisma Trans7

Unit Produksi: Ferdy Al'Amim (Spv), Eko Sriwidodo

Unit Artis: Bangbang Syafrudin (Spv), Mila

Unit Sponsor Produksi: Reza Refhani

Unit Riset Produksi: Dian Rezky (Spv), Yusdi Wibowo, Puteri Christa,

Dewi Fadiah, Putu Ayu Gayatri

Penanggung Jawab Pelayanan Produksi: Imam Martono

Penata Gambar: Darmawan (Spv), Tri Wahyu Anzasmara, Triana Paramita

Penata Suara: Ali Ridwan (Spv)

Penyunting Gambar: Alfino Z.W (Spv), Rheva Lubis, Galih Gumilang,

Satrio Helbi

Penanggung Jawab Peralatan: Lambok Sabarani

Penata Busana: Ika Retno B (Spv)

Penanggung Jawab Pendukung Peralatan Siar: Lilik Suherman

Penata Cahaya: Ratno Bayu S. A (Spv), Budi Septiantama

Penanggung Jawab Transmisi: Budi Setyawan

Penanggung Jawab Teknologi Informasi: Winno Adipranoto

Teknologi Informasi: Firman Wahyudi (Spv), Bambang H, Geo Sukarno, dkk.

Penanggung Jawab Sales & Marketing: Atiek Nurwahyuni

Penanggung Jawab Promosi Siaran: Joseph Lukman

Promosi Siaran: Agatha SF (Spv), Huda

Penata Grafis: Triya B. Mulyadi (Spv), M. Farid Abdillah

Penanggung Jawab Program: Achmad Ferizqo Irwan

Penanggung Jawab Keuangan: Suswati Handayani

Penanggung Jawab Pengadaan: Mazli Febriansyah, Kurniawan Adi Cahyono

Dokumentasi Kaset: Teguh Septiadi (Spv), Danu Setiawan, Yoseph Wedjo, dkk.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk melengkapi data dari penelitian tersebut penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Dokumentasi: mengumpulkan teks atau gambar dari tayangan Wisata Malam.
2. Kepustakaan: memperoleh data dari berbagai literatur. Seperti buku-buku, jurnal, internet, dan media lainnya.
3. Wawancara: yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab pada pihak tertentu guna memperoleh data-data mengenai permasalahan yang dibahas. Wawancara dilakukan kepada beberapa orang yang berkaitan dengan penelitian ini, salah satunya dengan Produser program acara Wisata Malam.

#### **3.4 Teknik Analisis Data**

Analisis data dilakukan dengan menganalisis makna tanda yang dimunculkan bintang tamu perempuan dalam acara Wisata Malam yang mengandung unsur sensualitas. Bintang tamu perempuan dalam acara ini dianggap dapat merepresentasikan eksploitasi tubuh perempuan yang ditampilkan dalam acara Wisata Malam. Setelah menganalisis makna tanda selanjutnya diinterpretasikan dengan menggunakan Kode-kode televisi John Fiske. Seluruh data yang diperoleh tersebut nantinya akan dianalisis.

Analisis yang digunakan dalam proses penelitian ini dengan cara memfokuskan pada teks (tayangan Wisata Malam), lalu membaginya ke dalam kode-kode televisi yang diungkapkan John Fiske, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. Setelah menganalisis dan menginterpretasi data, berdasarkan kebudayaan yang ada di Indonesia dan *Frame of reference* peneliti.

Peneliti menginterpretasi hasil analisis untuk mengungkapkan representasi unsur sensualitas dalam acara Wisata Malam episode Menyapa Budaya di Pulau Samosir tanggal 10 Juni 2014 dan episode Keceriaan di Manado 7 Desember 2014. Interpretasi juga didasari oleh *Frame of Reference* dan *Field of Experience* yang dimiliki peneliti, didukung dengan temuan data-data yang memperkuat interpretasi peneliti. Kemudian hasil analisa dan interpretasi peneliti kemudian dikembangkan menjadi argumen-argumen, kemudian ditarik menjadi kesimpulan.

Peneliti teks ini tidak berinterpretasi untuk membandingkan sejauh mana perbedaan antara konstruksi realitas dengan realitas sebenarnya, tetapi bagaimana konstruksi realitas itu dimaknai. Analisis pada paradigma kritis mendasarkan diri pada penafsiran peneliti pada teks. Hal ini sangat berbeda ketika menggunakan analisis is kuantitatif (positivistik) yang menghindari penafsiran. Paradigma kritis lebih ke penafsiran karena dengan penafsiran kita dapatkan dunia dalam, masuk menyelami dalam teks, dan menyikapi makna yang ada di baliknya. Hal ini yang tidak terdapat dalam analisis pada paradigma positivistik, yang bergerak pada apa yang terlihat dalam teks sehingga makna dalam atau di balik teks tersebut tidak dapat disingkap.

Dalam penelitian kritis, tidak dapat dihindari unsur subjektivitas. Ketika menafsirkan suatu teks, pengalaman, latar belakang budaya peneliti, pendidikan, afiliasi politik, bahkan keberpihakan mempengaruhi hasil interpretasi.

Dalam pandangan kritis, bukan dengan reliabilitas dan validitas mutu sebuah penelitian harus diukur. Penelitian dalam pandangan kritis dipandang

bagus jikalau peneliti mampu memperhatikan konteks sosial, ekonomi, politik, dan analisis komprehensif yang lain (Eriyanto, 2006:61-62).

### 3.5 Uji Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik apa yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagian unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk memeriksa keabsahan data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Dezin (1978) membedakan empat macam triangulasi yaitu, triangulasi dengan sumber, metode, penyidik, dan teori (Moleong, 2001: 178). Namun, pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua triangulasi, karena dianggap sesuai dengan penelitian ini. Dua triangulasi tersebut:

1. Triangulasi Sumber Data

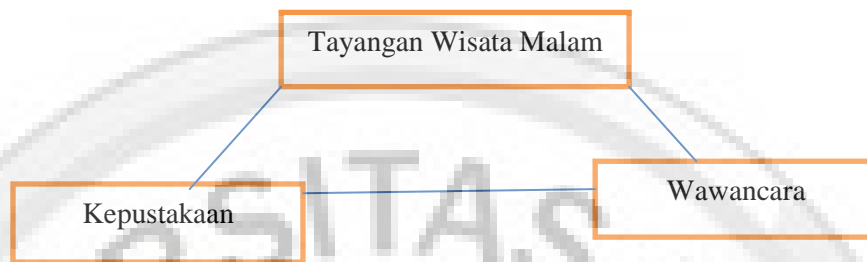
Menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya peneliti bisa menggunakan dokumentasi, kepustakaan, dan wawancara.

2. Triangulasi Teori

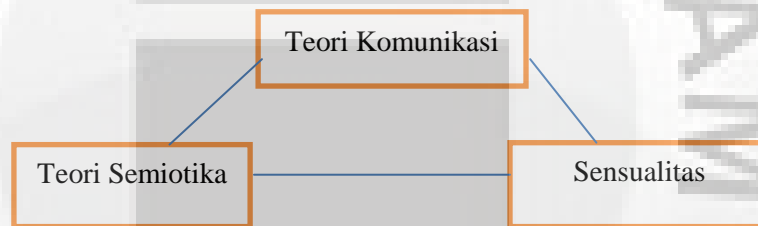
Triangulasi teori menurut Patton (1987:327) yaitu bahwa triangulasi dengan teori, dapat dilakukan dengan melaksanakan penjelasan banding (*rival explanation*) dengan melibatkan satu atau lebih teori.



Peneliti membandingkan analisa yang didapat dari berbagai sumber data yang selanjutnya dibandingkan dengan teori-teori terkait.



**Gambar 3.1**  
**Triangulasi Sumber Data**



**Gambar 3.2**  
**Triangulasi Teori**