

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan atau paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan Metode penelitian Kualitatif, pengamatan kualitatif melibatkan pengukuran tingkatan suatu ciri tertentu. Untuk menemukan sesuatu dalam pengamatan maka dalam pengamatan itu harus menemukan suatu ciri tertentu. Kirk dan miller mendefinisikan penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu fenomena secara detil (untuk menggambarkan apa yang terjadi) (dalam Wibowo, 2013:163).

Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Penelitian *kualitatif* dapat digunakan untuk meneliti tentang hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang subjek penelitian, menemukan *perspektif* baru tentang hal-hal yang sudah banyak diketahui, peneliti yang bermaksud meneliti sesuatu secara mendalam, dapat dimanfaatkan peneliti yang berminat untuk menelaah suatu latar belakang misalnya tentang motivasi, peranan, nilai, sikap, dan persepsi. Penelitian ini juga dapat digunakan oleh peneliti yang berkeinginan untuk menggunakan hal-hal yang belum banyak diketahui ilmu pengetahuan maupun digunakan oleh peneliti yang ingin meneliti sesuatu dari segi prosesnya. (Moleong, 2006:7).

Menurut bodgan and Taylor (1992:22) mengatakan penelitian kualitatif :

Penelitian kualitatif diharapkan dapat menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku dan individu, masyarakat,

kelompok atau organisasi tertentu dalam suatu konteks setting yang dikaji dengan sudut pandang yang utuh komprehensif, dan *holstic*.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat kita amati bahwa pada penelitian ini peneliti ingin memaknai mengenai logo pada PT. Telkom Tbk. yang merupakan sebagai *corporate identity*, dengan menggunakan penelitian kualitatif yang didukung oleh metode analisis semiotika.

3.1.1 Pendekatan Analisis Semiotik (*Semiotic Analysis*)

Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika. Semiotika merupakan suatu studi tentang segala yang berhubungan dengan tanda baik cara berfungsinya, hubungan dengan tanda-tanda lain, pengirimannya, maupun penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya (Zoes, 1991:5). Menurut ahli sastra Teew, (Teew, 1984:5), memberikan batasan semiotika sebagai tanda dalam tindak komunikasi.

Pengertian *semiotika* secara *terminologis* adalah ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Secara etimologis, menurut Littlejohn istilah semiotika berasal dari kata Yunani Semeion yang berarti tanda. Tanda-tanda (signs) adalah basis dari keseluruhan komunikasi. Manusia dengan perantaraan tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal yang bisa dikomunikasikan di dunia ini (dalam Sobur, 2013:15)

Zoest berpandangan bahwa :

Segala sesuatu yang dapat diamati atau dibuat teramati dapat disebut tanda. Tanda tidaklah terbatas pada benda. Adanya peristiwa, tidak adanya peristiwa, struktur yang ditemukan dalam sesuatu, suatu kebiasaan, semua itu dapat disebut tanda. Sebuah bendera kecil, isyarat tangan, sebuah kata, keheningan, kebiasaan makan, dll, semua dianggap sebagai tanda. (dalam Tinarbuko, 2009:12).

Secara singkat dapat dikatakan bahwa studi semiotika disusun dalam tiga poros. Poros horizontal menyajikan tiga jenis penyelidikan semiotika (murni, deskriptif, dan terapan); poros vertikal menyajikan tiga tataran hubungan semiotik (sintaktik, semantik, dan pragmatik); poros yang menyajikan tiga kategori sarana informasi (*signal, sign, dan symbol*) (Sobur, 2013:19).

3.1.2 Semiotika Charles Sanders Peirce

Memahami semiotika tentu tidak bisa melepaskan pengaruh dari Charles Sander Peirce. Peirce meletakkan dasar-dasar bagi kajian semiotika. Peirce dikenal sebagai pemikir argumentatif dan filsuf Amerika yang paling originil dan multidimensiosial. Peirce lahir dalam keluarga intelektual pada tahun 1839. Ayahnya, Benyamin adalah seorang profesor matematika pada Universitas Harvard. Peirce berkemabang pesat dalam pendidikannya di Harvard. Pada tahun 1859 dia menerima gelar BA, kemudian pada tahun 1862 dan 1863 secara berturut-turut dia menerima gelar M.A dan B.Sc dari Universitas Harvard.

Peirce terkenal karena teori tandanya. Di dalam lingkup semiotika, Peirce, sebagaimana dipaparkan Lechte (2001:227), seringkali mengulang-ulang bahwa secara umum tanda adalah yang mewakili sesuatu bagi seseorang. Teori dari Peirce seringkali disebut sebagai grand theory dalam semiotika, karena gagasan Peirce bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan. Peirce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktural tunggal.

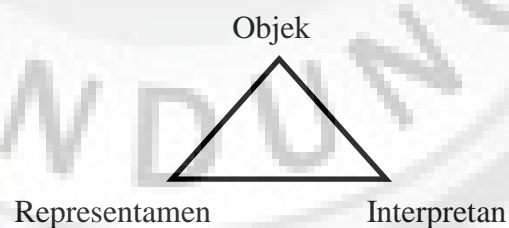
Charles Sanders Peirce sudah menciptakan semiotika agar dapat memecahkan dengan lebih baik bahwa ihwal inferensi (pemikiran logis). Peirce lebih menekankan logika dan filosofi dari tanda-tanda yang ada di masyarakat. Peirce terkenal karena teori tandanya. Dalam lingkup semiotika, Peirce sebagaimana dipaparkan Letche. Letche memaparkan bahwa secara umum tanda adalah sesuatu yang mewakili sesuatu bagi seseorang.

Peirce mengatakan bahwa tanda itu sendiri merupakan contoh dari *kepertamaan*, yang mengacu pada objeknya yang disebutnya kekeduaan, dan penafsiran—unsur pengantara—adalah contoh dari keketigaan. Keketigaan yang juga lebih kita kenal dengan istilah *triadik* ini yang ada dalam konteks pembentukan tanda juga membangkitkan semiotika yang tak terbatas, selama suatu penafsir (gagasan) yang membaca tanda sebagai tanda bagi yang lain (yaitu sebagai

wakil dari suatu makna atau penanda) bisa ditangkap oleh penafsir lainnya.⁶

Bagi Peirce (Pateda, 2001:44), tanda “*is something which stands to somebody for something in some respect or capacity.*” Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Peirce disebut ground. Kesenkungannya, tanda (*sign atau representamen*) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground, object* dan *interpretant*. Atas dasar hubungan ini, Peirce (lihat Pateda, 2001:44) mengadakan klasifikasi tanda.

Menurut Peirce analisis semiotika berupaya menemukan makna tanda yang tersembunyi di balik sebuah tanda (teks, iklan, berita). Sistem tanda sifatnya amat kontekstual yang bergantung pada penggunaan tanda tersebut. Pemikiran penggunaan tanda merupakan hasil pengaruh dari berbagai konstruksi sosial dimana penggunaan tanda tersebut berada. Semiotika berangkat dari tiga elemen utama yaitu :



Gambar 3.1 : Teori Simbol Charles Sanders Peirce

⁶ http://achmad-r-r-fib09.web.unair.ac.id/artikel_detail-60865-Umum-teori%20Peirce.html
diunduh tgl 17-2-2014 pk1 2.20

- Representamen

Adalah bentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk pada hal lain di luar tanda tersebut yang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas.

- Objek

Merupakan konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda.

- Interpretant

Konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.

Tanda yang dikaitkan dengan ground dibaginya menjadi *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*. *Qualisign* adalah kualitas yang ada pada tanda. *Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda. *Legisign* adalah norma yang dikandung oleh tanda. Berdasarkan objeknya Peirce membagi tanda atas icon (ikon), index (indeks), dan symbol (simbol).

- *Icon* (ikon) adalah tanda yang mengandung kemiripan 'rupa' sehingga tanda itu mudah dikenali oleh para pemakainya. Di dalam ikon hubungan antara representamen dan objeknya terwujud

sebagai kesamaan dalam beberapa kualitas yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah

- *Index* (indeks) adalah tanda yang memiliki keterkaitan fenomenal atau eksistensial di antara representamen dan objeknya. Di dalam indeks, hubungan antara tanda dengan objeknya bersifat kongkret, aktual dan biasanya melalui suatu cara yang sekuensial atau kausal, atau hubungan sebab akibat atau yang mengacu pada kenyataan.
- *Symbol* (simbol) merupakan jenis tanda yang bersifat arbitrer dan konvensional sesuai kesepakatan atau konvensi sejumlah orang atau masyarakat. Tanda-tanda kebahasaan pada umumnya adalah simbol-simbol yang hubungannya berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat.

Dari keterangan di atas yang telah dipaparkan untuk lebih mudah dapat dilihat pada tabel berikut berdasarkan Trikotomi/kategori :

Tabel 3.1 : Tabel Trikotomi berdasarkan Charles Sanders Peirce

Trikotomi Kategori	Representament	Objek	Interpretan
<i>Firstness</i> Otonom	<i>Qualisign</i> -propersign -tanda potensial -ada apanya -kualitas	Ikon -kopi -tiruan -keserupan -kesamaan	<i>Rheme</i> -classname -propername -masih terisolasi dari konteks
<i>Secondness</i> Dihubungkan dengan realitas	<i>Sinsign</i> -token -pengalam -perilaku -perbandingan	Indeks -penunjukan -kasual	<i>Dicent</i> -tanda dari eksistensi aktual
<i>Thirdness</i> Dihubungkan dengan aturan Konvensi atau Kode	<i>Legisign</i> -tipe -memori -sintesis -mediasi -komunikasi	Simbol -konvensi -kesepakatan	<i>Argument</i> -gabungan dari dua premis

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

3.2.1 Objek

3.2.1.1 Sekilas tentang PT. Telkom Tbk.

Pada tahun 1882, didirikan sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf. Layanan komunikasi kemudian dikonsolidasikan oleh Pemerintah Hindia Belanda ke dalam jawatan *Post Telegraf Telefoon* (PTT). Sebelumnya, pada tanggal 23 Oktober 1856, dimulai pengoperasian layanan jasa telegraf elektromagnetik pertama yang menghubungkan Jakarta (Batavia) dengan Bogor (Buitenzorg). Saat inilah, pengabdian PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (TELKOM) dimulai.



Gambar 3.2 : Logo PN Postel tahun 1961

Pada tahun 1961, status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional. Tahun 1980 seluruh saham



Gambar 3.3 : Logo Perumtel tahun 1991

PT Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Indosat) diambil alih oleh pemerintah RI menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel. Pada tahun 1989, ditetapkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi, yang juga mengatur peran swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.



Gambar 3.4 : Logo Telkom lama tahun 2000

Pada tahun 1991, Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1991. Pada tanggal 1 Januari 1994 dilakukan Penawaran Umum Perdana saham Telkom. Sejak itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), Bursa Saham New York (NYSE) dan Bursa Saham London (LSE).

Saham Telkom juga diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa Saham Tokyo. Tahun 1999 ditetapkan Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Penghapusan Monopoli Penyelenggaraan Telekomunikasi. Memasuki abad ke-21, Pemerintah Indonesia melakukan deregulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, Telkom tidak lagi memonopoli telekomunikasi Indonesia.

Tahun 2001 Telkom membeli 35% saham Telkomsel dari PT Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara Telkom dan Indosat. Sejak bulan Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal. Pada 23 Oktober 2009, Telkom meluncurkan "New Telkom" ("Telkom baru") yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan. Ini adalah untuk menandai transformasi Telkom dari infocomm company untuk menjadi T.I.M.E (*TeleCommunications, Information, Media & Edutainment*).



Gambar 3.5 : Logo Telkom 2009

Transformasi “NEW TELKOM” Indonesia adalah transformasi dalam bisnis, transformasi infrastruktur, transformasi sistem dan model operasi dan transformasi sumber daya manusia. Transformasi tersebut

resmi diluncurkan kepada pihak eksternal bersamaan dengan *New Corporate Identity* TELKOM pada tanggal 23 Oktober 2009, pada hari ulang tahun TELKOM yang ke 153. TELKOM juga memiliki tagline baru, “*The World in Your Hand*”. Sejalan dengan lahirnya NEW TELKOM Indonesia, berbekal semangat *positioning* baru *Life Confident* manajemen dan seluruh karyawan TELKOM berupaya mempersembahkan profesionalitas kerja, serta produk dan layanan terbaik bagi pelanggan dan *stakeholders*.

Perayaan Hari Ulang Tahun Kemerdekaan Republik Indonesia, 17 Agustus 2013 memiliki arti khusus bagi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom), karena bersamaan dengan hari jadi tersebut Telkom mempersembahkan tiga Mahakarya untuk Indonesia, yakni Telkomsel, Indonesia Digital Network dan International Expansion. Bertepatan dengan momen Hari Kemerdekaan RI tersebut, Telkom mendeklarasikan penampilan baru logo Telkom Indonesia di tahun 2013 yang mencerminkan komitmen Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa Indonesia.

Presiden Republik Indonesia telah mencanangkan MP3EI (Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia) yang tujuannya adalah mewujudkan masyarakat Indonesia yang mandiri, maju, adil dan makmur dengan mendorong terwujudnya pertumbuhan ekonomi yang tinggi, berimbang, berkeadilan dan berkelanjutan.

“Dalam kaitannya dengan MP3EI ini, sebagai satu-satunya *flag carrier* dalam industri TIMES (Telecommunication, Information, Media, Edutainment & Service) di Indonesia, apa yang bisa Telkom Indonesia berikan?” ujar Direktur Utama Telkom, Arief Yahya. Menurutnya, Telkom ada untuk memberikan yang terbaik bagi Bangsa Indonesia dan bahkan bagi semesta alam!

Telkom melalui IDN 2015 mendorong pengembangan ekonomi dengan pengembangan infrastruktur seluruh kawasan Indonesia. Ketersediaan infrastruktur telekomunikasi terutama infrastruktur layanan broadband merupakan salah satu pendorong pengembangan ekonomi. Oleh karena itu Telkom mengembangkan infratsruktur broadband melalui program Indonesia Digital Network 2015 (IDN 2015), yang merupakan Mahakarya Telkom Indonesia.

Selain IDN 2015, Mahakarya Telkom Indonesia lainnya yang adalah *International Expansion* dan Telkomsel. Dalam konteks Mahakarya Merah Putih untuk Indonesia pada 17 Agustus 2013, Telkomsel telah menetapkan 3 hal, yaitu Kota Broadband Indonesia (KBI), Aplikasi Lokal Tuan Rumah di negeri sendiri, dan Mobile GraPARI untuk Indonesia; sedangkan untuk *international expansion* telah ditetapkan 3 hal proyek, yaitu Macau Project, Taiwan Project dan Malaysia Project.

Dengan mengambil semangat HUT RI ke-68, Telkom memperkenalkan penampilan baru logo Telkom yang mencerminkan komitmen Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa Indonesia.



Gambar 3.6 : Logo Telkom baru 2013

Penampilan logo baru tersebut mencakup perubahan logo secara menyeluruh dan terintegrasi dengan empat aspek dasar perusahaan, yaitu transformasi bisnis, infrastruktur, sistem dan model operasi serta sumber daya manusia. Filosofi Warna logo Telkom yang baru yaitu merah melambangkan berani, cinta, energi, ulet yang mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan. Putih yaitu suci, damai, cahaya, bersatu yang mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa. Hitam merupakan warna dasar melambangkan kemauan keras. Abu adalah warna transisi melambangkan teknologi.

Dengan tetap mengacu kepada filosofi *Telkom Corporate*, yaitu *Always The Best* – sebuah keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik, dan pada akhirnya akan membawanya menjadi yang terbaik.

3.2.2 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah logo PT. Telkom Tbk. Itu sendiri yang dimana memiliki kewenangan untuk dijadikan sumber informasi dengan rincian satu orang yang merupakan sumber informasi untuk diperolehnya data yang akurat serta yang berwenang dan mengetahui mengenai makna logo pada PT. Telkom Tbk.

3.2.3 Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah kota Bandung, Jawa Barat yang bertempat di PT. Telkom Tbk. di Jl. Jenderal Gatot Subroto Kav. 52 Jakarta Selatan 12710.

3.2.4 Sumber Data

1. Peneliti
2. Humas PT. Telkom

Yanyan Suryana, *Senior Officer News Management Public Relations* Telkom

3. Penulis Buku Semiotika Komunikasi

Alex Sobur, Drs., M.Si.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data yang dianggap relevan dalam penelitian ini. Data penelitian dikumpulkan melalui cara-cara sebagai berikut:

1. Analisis teks, Observasi partisipatif adalah pengamatan langsung melalui partisipasi aktif dilakukan terhadap subjek penelitian, yaitu PR PT. Telkom Tbk. dalam bentuk tulisan guna mengumpulkan bahan-bahan relevan. Dalam penelitian ini, peneliti langsung memasuki lingkungan penelitian.
2. Wawancara dengan narasumber, dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan salah seorang PR PT. Telkom Tbk. Maksud mengadakan wawancara, seperti ditegaskan oleh Lincoln dan Guba (1985:266), antara lain: mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain. Sedangkan wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Inti dari teknik pengumpulan data dengan wawancara ini bahwa di setiap penggunaan teknik ini selalu ada beberapa pewawancara, responden, materi wawancara, dan pedoman wawancara.
3. Kepustakaan, Studi Pustaka adalah mengadakan seleksi dari bermacam – macam bahan yang mengandung sudut pandang yang

berbeda – beda dan bertentangan satu sama lain, bagaimana ia dapat memilih, menumbang, menolak dan menyusun kembali bahan- bahan tadi ke dalam suatu bentuk akhir yang dapat diterima oleh seorang pembaca dan segala lapisan masyarakat. Studi Pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang terdapat pada buku atau literatur dari perpustakaan yang ada kaitannya dengan objek yang diteliti.

4. Website, dilakukan dengan cara sistem *online* untuk mengambil data yang dibutuhkan mengenai penelitian ini.

3.4 Teknik analisis data

Analisis adalah proses menyusun data agar dapat ditafsirkan. Menyusun berarti menggolongkannya dalam pola, tema atau kategori. Laporan yang ditulis akan dapat meningkatkan mutunya bila ada waktu antara pengumpulan data dan penulisannya. Mengadakan interpretasi yang bermakna tidak dapat dilakukan terburu-buru (Nasution, 2003:126-127). Tugas peneliti adalah mengadakan analisis tentang data yang diperoleh agar diketahui maknannya.

Menurut Nasution (2003) (dalam Elvinaro, 2011:216), analisis data dalam penelitian kualitatif harus dimulai sejak awal. Data yang diperoleh dalam lapangan harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan data analisis. Salah satu cara yang dianjurkan yaitu mengikuti 3 teknis analisis data menurut Miles & Huberman (1992:19) :

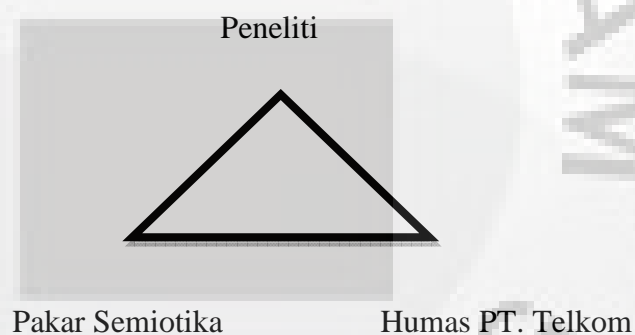
- Reduksi, bukan sesuatu yang terpisah dari analisis. Ia merupakan bagian dari analisis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan. Reduksi data terjadi secara berkelanjutan hingga laporan akhir. Bahkan sebelum data secara aktual dikumpulkan, reduksi data antisipasi terjadi sebagaimana diputuskan oleh peneliti (sering tanpa kesadaran penuh). Sebagaimana pengumpulan data berproses, terdapat beberapa bagian selanjutnya dari reduksi data (membuat rangkuman, membuat tema-tema, membuat gugus-gugus, membuat pemisahan-pemisahan, menulis memo-memo).
- Model data (*data display*), kita mendefinisikan model sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pedeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang paling sering dari model data kualitatif selama ini adalah *teks naratif*.
- Penarikan/Verifikasi kesimpulan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memustuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi-proposisi (dalam Elvinaro, 2011:223).

3.5 Uji Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data-data yang diperlukan, peneliti menggunakan Triangulasi. Triangulasi menurut William Wiersma (1986) dalam Sugiyono dengan bukunya *Memahami Penelitian Kualitatif*

menyatakan “*Triangulation is qualitative cross-validation. It assesses the sufficiency of the data collection procedures*”(2012:125).

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Triangulasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu Triangulasi sumber. Menurut Sugiyono (2012:127) “Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber”. Beberapa hal yang dapat dilakukan adalah membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara lalu membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.



Gambar 3.7 : Triangulasi Data