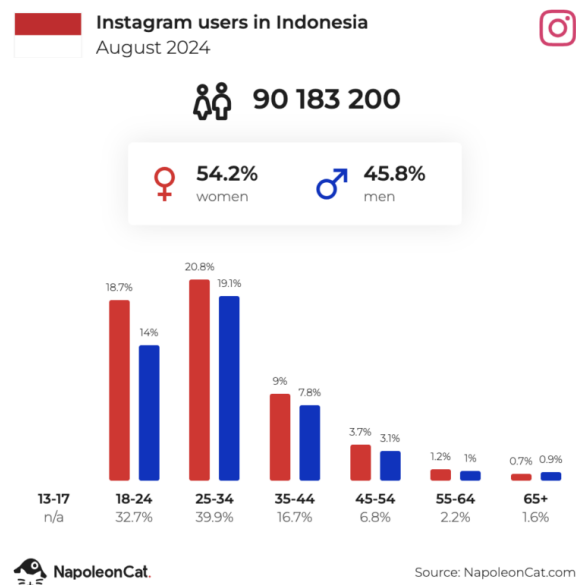


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu media sosial yang populer di Indonesia sekarang adalah Instagram. Dapat diamati berdasarkan data pada gambar 1.1, jumlah pengguna Instagram di Indonesia per Agustus 2024 tercatat sebanyak 90.183.200 jiwa, dengan persentase pengguna Instagram berjenis kelamin perempuan sebesar 54,2% dan pengguna berjenis kelamin laki-laki sebesar 45,8%. Banyaknya fitur yang menarik dan mudah membuat media sosial Instagram memiliki banyak peminat khususnya di Indonesia.



Sumber : <https://upgraded.id/data-jumlah>

Gambar 1. 1 Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2024

Instagram dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang diterbitkan pertama kali pada tanggal 6 Oktober 2010. Asal nama Instagram diambil dari kata “Insta” yang bermakna instan. Diilustrasikan seperti kamera polaroid yang pada saat itu populer disebut “foto instan”. Instagram dapat mengunggah serta membagikan foto-foto secara instan. Sementara, kata “gram” diambil dari kata telegram yang berfungsi untuk menyampaikan informasi kepada pengguna lain secara cepat. Instagram adalah aplikasi yang berfungsi untuk membagikan gambar dan video dengan waktu yang singkat, hal ini dapat membuat informasi yang dibuat dan diterima dengan cepat dan tepat pada tujuan penyampaiannya. Instagram memiliki fitur-fitur seperti profil, dimana pengguna Instagram atau biasa disebut *user* bisa mendapatkan informasi secara lengkap. Fitur ini menampilkan beberapa fitur lagi diantaranya foto profil, jumlah pengikut (*followers*), pengaturan edit profil, pengaturan unggah foto atau video (*upload*), dan pengaturan tambah akun Instagram yang lain. gambar atau video terpopuler dari pengguna Instagram disertakan dalam fitur *explore*. Video atau gambar yang muncul di *explore* berasal dari pengguna, baik yang sudah diikuti maupun yang belum. *Homepage* merupakan halaman utama atau beranda untuk menampilkan *timeline* foto atau video yang diunggah oleh sesama pengguna yang diikuti. *Like & Comment*, Pada fitur ini pengguna dapat menyukai dan memberikan komentar di unggahan foto atau video dari pengguna yang sudah diikuti maupun yang belum. Instagram *story*, fitur ini berawal terinspirasi dari Snapchat sehingga pada fitur ini Instagram dapat mengunggah *story* dalam bentuk foto atau video berdurasi paling lama 60 detik dan akan terhapus secara otomatis bila sudah 24 jam pengunggahan. Pada fitur

Instagram *story* terdapat filter Instagram, *sticker*, *gift*, *mention*, musik, tagar, lokasi, tanggal, penulisan tautan, memberikan pertanyaan, *polling*, kuis pada pengikut di Instagram, memberikan keterangan tulisan atau *caption*, dan Instagram *story* terdapat fitur *save* yang nantinya akan langsung tersimpan ke galeri. Instagram *reels*, mengikuti gaya aplikasi TikTok Instagram menciptakan fitur Instagram *reels*, dimana pengguna dapat mengunggah video dengan durasi 1 menit dan penonton menyaksikannya hanya dengan di *scroll* kebawah. Instagram *live*, pada fitur ini pengguna Instagram dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya secara siaran langsung. *Direct message*, pada fitur ini sesama pengguna Instagram dapat saling bertukar pesan, mengirim pesan suara, panggilan suara atau video, mengirim gambar atau *sticker*, dan terdapat fitur utama tema *wallpaper chat* sesuai selera yang disukai.

Penggunaan media sosial Instagram tidak hanya digunakan untuk yang hubungannya dengan bisnis atau interaksi dengan teman saja. Melainkan Instagram sebagai media informasi publik untuk menyampaikan informasi-informasi penting tentang organisasi atau instansi. Informasi yang dikelola atau diperoleh suatu badan publik berdasarkan ketentuan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. Pada UU No. 14 Tahun 2008 terkait Keterbukaan Informasi Publik, yang mengatur bahwa setiap orang berhak untuk mengakses dan mendapatkan informasi publik dan harus dapat diakses oleh semua pengguna informasi, salah satu penerapan dari peraturan tersebut dengan mengelola informasi publik melalui media sosial. Undang-Undang tersebut juga melindungi hak warga negara untuk mengikuti

kegiatan, kebijakan, serta prosedur yang digunakan untuk membuat keputusan publik serta faktor-faktor yang menyebabkan pengambilan keputusan tersebut.

Pada Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, *platform* media sosial yang digunakan sebagai media informasi publik dan publikasi adalah Instagram. Berdasarkan data yang didapat dari Napoleoncat yang membuktikan bahwa tingginya pengguna media sosial Instagram di Indonesia dapat menjadi suatu alasan bagi Instansi untuk menjadikan Instagram sebagai media yang efektif untuk membagikan informasi serta publikasi terkait Instansi tersebut.



Sumber : Akun Instagram Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia

Gambar 1.2 Akun Instagram @kemendagri

Instagram dari Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia dengan *username* @kemendagri dibuat pada tahun 2016 dengan memanfaatkan fitur *feeds* untuk mengunggah aktivitas kegiatan yang dilakukan oleh Pimpinan Kementerian Dalam Negeri. Pada bulan September 2024 Instagram @kemendagri memiliki jumlah 440 ribu *followers*, 2.146 unggahan, dan 51 *following*. Dalam rentang waktu

selama delapan tahun sejak akun Instagram tersebut dibuat, setiap konten yang diunggah cenderung lebih terfokus pada agenda kegiatan pimpinan Kementerian Dalam Negeri saja.

Berdasarkan pengamatan awal yang peneliti lakukan sebelum memulai penelitian, melalui tangkapan layar beranda *feeds* yang diunggah akun Instagram @kemendagri, membuktikan bahwa konsep konten yang diunggah pada akun Instagram @kemendagri merupakan bentuk laporan agenda kegiatan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia dan Wakil Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia.



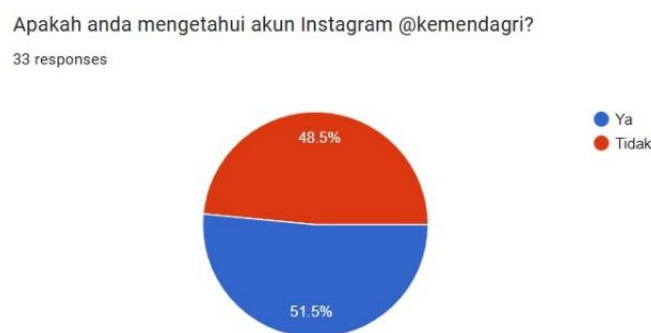
Sumber : Akun Instagram Kementerian Dalam Negeri

Gambar 1.3 Beranda Feeds akun Instagram @kemendagri

Hasil tangkapan layar yang tertera pada gambar 1.3 memberikan bukti bahwa beranda *feeds* akun Instagram @kemendagri menyajikan konten yang bersifat *monitoring* kegiatan saja, sehingga hanya berisi berita harian agenda pimpinan, tanpa adanya ide konsep konten lain yang dapat menjadi sarana edukasi masyarakat

terhadap program Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, dimana banyak Instansi pemerintah yang menggunakan Instagram sebagai media untuk berbagi konten informasi yang kreatif dan edukatif sehingga lebih menarik perhatian *followers* dan bermanfaat sebagai media komunikasi dua arah. Pengelolaan media sosial Instagram pada akun @kemendagri dikelola langsung oleh Substansi Humas Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. Tentu dalam pengelolaan media sosial harus mengikuti perkembangan yang ada.

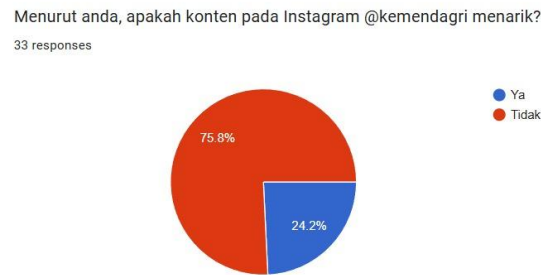
Sebagai data pendukung penelitian, telah dilakukan penyebaran kuesioner yang berhubungan dengan konten media sosial Instagram @kemendagri guna memperkuat observasi penelitian dengan melibatkan 33 responden melalui beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan apa yang diteliti. Berdasarkan data yang diperoleh melalui responden, yang mengetahui akun Instagram @kemendagri mencapai (51,5%) dan tidak mengetahui sebesar (48,5%), dapat dilihat pada Gambar 1.4 dibawah ini.



Sumber : Data penelitian melalui *G-form*

Gambar 1.4 Data yang mengetahui akun Instagram @kemendagri

Setelah itu, melalui hasil data yang dibuktikan melalui Gambar 1.5 dapat diketahui bahwa persentase responden yang menilai bahwa konten pada media sosial Instagram @kemendagri menarik sebesar (24,2%) dan yang menilai bahwa tidak menarik sebesar (75,8%),



Sumber : Data penelitian melalui *G-form*

Gambar 1.5 Data penilaian terhadap konten Instagram @kemendagri

Menurut Emha dan Meylia (2014), salah satu penentu kelangsungan dan kemajuan kegiatan yang dijalankan oleh sebuah organisasi adalah praktisi Humas. Humas selain bertugas secara *offline* maupun secara langsung, juga bertugas menyampaikan informasi media sosial yang ada. Sahandang (2004), menjelaskan bahwa Humas atau *Public Relations* merupakan sebuah komunikasi dan interpretasi, serta gagasan dari sebuah lembaga ke khalayak. Tidak hanya itu, pandangan khalayak terhadap lembaga tersebut harus mengoptimalkan kepentingan bersama sehingga terciptanya sebuah keserasian dari lembaga dengan masyarakat.

Sebagai pendukung permasalahan yang terjadi, dapat dideskripsikan bahwa pada dasarnya di era digitalisasi mayoritas publik mulai beradaptasi dengan menggunakan media sosial dalam mengakses segala informasi. Media sosial dapat digunakan sebagai wadah dalam berkomunikasi dan menyampaikan informasi. Saat

ini, penggunaan media sosial telah mempengaruhi cara masyarakat dalam berkomunikasi dikarenakan dengan adanya media sosial, komunikasi yang berlangsung tak terbatas oleh jarak, ruang, dan waktu. Media sosial ada untuk memungkinkan orang dalam berkomunikasi tanpa bertemu secara langsung satu sama lain atau istilah saat ini disebut *virtual*. Jarak dan waktu bukan lagi kendala yang membatasi masyarakat dalam berkomunikasi. Dengan kemudahan ini, siapa pun dapat menggunakan dan memanfaatkan media sosial. Media sosial hadir sebagai media baru dimana semua dapat diakses secara *online* yang tentunya memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatannya. Penggunaan *social media* dianggap sebagai strategi yang efisien dan efektif dalam berkomunikasi. Masyarakat tentunya dapat memanfaatkan *social media* sebagai wadah untuk memberikan saran dan kritik bagi organisasi atau instansi. Hal itu terjadi karena *social media* lebih mudah dan lebih cepat diakses.

Media sosial dinilai efektif karena dapat mengirim dan menerima pesan secara langsung melalui fitur kolom komentar. Sehingga *feedback* atau timbal balik juga dapat diterima secara langsung. Shirky (melalui Nasrullah, 2015), mengemukakan bahwa media sosial merupakan media di Internet yang memungkinkan orang dapat melakukan *branding* terhadap diri mereka sendiri serta terlibat dalam interaksi dan hubungan *virtual* dengan pengguna lain. Makna sosial yang terbentuk melalui media sosial dapat dilakukan dengan 3 cara yang berbeda yakni melalui komunikasi, kerja sama, dan kognisi. Sedangkan, Van Dijk menyatakan bahwa media sosial merupakan salah satu sarana media yang menampilkan kehadiran pengguna dalam membantu mereka melakukan suatu kegiatan atau kerja sama. Hal

tersebut membuat media sosial dianggap sebagai *media online* (fasilitator) yang mampu meningkatkan interaksi antar pengguna dan ikatan sosial (Nasrullah, 2015).

Pada hakekatnya, *social media* adalah media yang memungkinkan terjadinya berbagai bentuk komunikasi, kolaborasi, dan saling pengertian secara dua arah baik tertulis, *audio visual* maupun *visual*. Dengan adanya media sosial dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap cara kita dalam berkomunikasi. Menurut data yang dihimpun dari databoks katadata jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2024 menyentuh angka 191 juta pengguna (Panggabean. 2024). Di Indonesia persentase pengguna media sosial dikuasai oleh masyarakat berusia 18-34 tahun (54,1%), dengan kategorial laki-laki mencapai (48,7%) dan perempuan (51,3%), dapat diakumulasikan rata-rata waktu 3 jam 14 menit/hari dan 81% mengakses dalam setiap hari. Beragam aktivitas yang bisa dilakukan melalui media sosial, seperti berkomunikasi (79%), berbagi video/foto (81%), mengakses berita (73%), dan berbelanja *online* (61%).

Melalui data tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial mempunyai kualitas yang tidak dimiliki oleh media lain. Media sosial memiliki beberapa komponen karakteristik didalamnya yakni jaringan (*network*), menjadi penghubung antara sistem komputer dengan perangkat keras (*hardware*) lainnya. Pada media sosial informasi (*information*) menjadi hal yang penting, dikarenakan pengguna media menggambarkan kepribadian diri mereka, membuat konten, dan terlibat dalam interaksi melalui informasi yang diunggah. Setiap pengguna dapat memperoleh dan membagikan informasi yang ada di media sosial. Arsip (*archive*),

menjadi suatu penanda bahwa informasi yang telah dibagikan dan tersimpan dapat diakses kapan pun melalui perangkat gawai apapun. Interaksi (*interactivity*) yang menjadi suatu ciri mendasar di media sosial. Simulasi sosial (*simulation of sociality*) media sosial menjadi wadah dimana masyarakat melakukan interaksi secara *virtual*. Konten (*user generated content*) memiliki arti bahwa konten yang dibuat atau yang diproduksi menjadi milik sepenuhnya dari pengguna (Nasrullah, 2015).

Sehingga yang menjadi benang merah pada penelitian ini adalah pengelolaan media sosial Instagram Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia yang merujuk pada beberapa fakta, yaitu jenis konten yang monoton, jumlah *followers* yang tidak bertambah pesat, dan komentar yang tidak sesuai dengan isi konten. Oleh karena itu berdasarkan permasalahan yang telah diamati menjadi suatu ketertarikan bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @kemendagri Sebagai Media Publikasi dan Informasi Publik.”

1.2 Rumusan Masalah

Adanya kemudahan fitur pada media sosial tentu membuat masyarakat merasa terbantu dan dimudahkan dalam menjalani kehidupan. Kemajuan teknologi yang ada juga dapat digunakan oleh semua pihak termasuk Substansi Humas Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia dalam mengelola konten media sosial Instagram sesuai dengan ketentuan UU No. 83 Tahun 2022 yang menetapkan tentang aturan pengelolaan dan pemanfaatan media sosial oleh

instansi pemerintah. Pada zaman sekarang, peran humas memerlukan kekreatifan untuk memiliki inovasi baru dalam mengelola konten media sosial yang tepat terutama pada lingkup instansi pemerintahan termasuk akun Instagram @kemendagri. Seperti yang sudah dibahas bahwa melalui konten pada media sosial Instagram informasi dan publikasi dapat dikemas dengan mudah, lengkap, dan menarik perhatian masyarakat.

Akan tetapi dalam pengaplikasiannya akun Instagram @kemendagri masih berisikan mengenai *monitoring* agenda kegiatan Menteri Dalam Negeri serta Wakil Menteri Dalam Negeri. Selain itu, beberapa fakta lain juga didapatkan pada permasalahan tersebut diantaranya jenis konten yang monoton, jumlah *followers* yang tidak bertambah pesat, dan komentar yang tidak sesuai dengan isi konten. Maka dari itu dibutuhkan alur pengelolaan yang baik sebelum menerbitkan konten pada akun media sosial. Sehingga berdasarkan latar belakang yang diperoleh, penulis merumuskan permasalahan yang ada yaitu “Bagaimana Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @kemendagri sebagai Media Publikasi dan Informasi Publik?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah mendeskripsikan penunjang kegiatan pengelolaan konten media sosial Instagram @kemendagri sebagai media publikasi dan informasi publik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat bagi masyarakat luas, pihak instansi, dan bagi peneliti pribadi. Adapun manfaat penelitian dapat dijabarkan dari manfaat teoretis, manfaat praktis, dan manfaat sosial yang diantaranya sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini bisa menjadi sumbang pemikiran dalam pembaharuan atas pengembangan konsep dan teori yang berkaitan dengan bidang kehumasan khususnya memberikan wawasan mengenai pengelolaan konten media sosial Instagram @kemendagri sebagai media publikasi dan informasi publik. Selain itu penelitian ini ditujukan untuk mendukung teori media sosial yang ada dan bermanfaat untuk mengembangkan penelitian sebelumnya oleh suatu instansi atau organisasi.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia sebagai bentuk memperluas informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial Instagram pada Instansi Pemerintahan, serta memberikan pedoman guna meningkatkan kualitas kerjasama tim untuk memaksimalkan pelayanan pada masyarakat melalui media sosial Instagram.

1.4.3. Manfaat Sosial

Secara sosial, penelitian ini dapat memberikan manfaat pada masyarakat terkait pentingnya pengelolaan media sosial Instagram dalam

lingkup pemerintahan yang memiliki fungsi untuk memberikan segala informasi mengenai kegiatan atau program Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. Sehingga masyarakat bisa mendapatkan informasi bermanfaat dan terbaru secara rutin.

1.5 Sistematika Penulisan

Guna memudahkan susunan penelitian ini, penulis menyusun sistemasi penulisan yang terdiri dari empat bab dan beberapa sub bab diantaranya adalah:

Bab 1 yang berisikan tentang pendahuluan, disini penulis menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, serta tujuan penelitian. Ada juga manfaat penelitian yang terbagi menjadi tiga diantaranya manfaat teoretis, manfaat praktis, dan manfaat sosial. Pada penelitian ini juga terdapat sistematika penulisan dan metode penelitian.

Bab 2 berupa Penelitian terdahulu (*State of The Art*), operasional konsep, profil instansi yang menjelaskan tentang sejarah singkat, visi, misi, struktur organisasi, serta tugas dan fungsi pokok komponen instansi.

Bab 3 peneliti membahas dan menjelaskan tentang pengelolaan konten media sosial Instagram @kemendagri sebagai media publikasi dan informasi publik. Pada Bab ini penulis juga melakukan analisis data atas permasalahan yang diteliti tersebut. Setelah itu dapat dilakukan interpretasi hasil terkait penelitian yang telah dianalisis.

Bab 4 pada bab ini merupakan kajian terakhir yang merangkum hasil penelitian sehingga dapat dijabarkan melalui simpulan serta saran untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, pada akhir penyusunan Tugas Akhir ini terdapat daftar

pustaka yang menjadi sumber referensi dalam penelitian ini dan lampiran yang berisi informasi pendukung dalam penelitian ini seperti dokumentasi, *interview guide*, surat izin penelitian, dan lain-lain.

1.6 Metode Penelitian

Pada Tugas Akhir yang berjudul Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @kemendagri Sebagai Media Publikasi dan Informasi Publik. Untuk menunjang penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif, metode ini adalah metode pendekatan yang diperuntukkan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara kompleks dan lebih berfokus pada pemahaman mendalam dibandingkan dengan statistik. Pada metode ini data penelitian didapatkan melalui wawancara, observasi, dan analisis data untuk menjelaskan makna, peristiwa, sikap, persepsi, dan pandangan subjektif individu ataupun kelompok terkait dengan fenomena yang diteliti. Sumber data yang dikumpulkan di tempat penelitian menjadi data utama dari kejadian dan masalah dalam proses observasi yang dilakukan (Sutopo. A. H., & Adrianus Arief., 2010).

Penelitian yang menggambarkan mengenai objek, fenomena atau peristiwa yang terjadi kemudian dituangkan dalam bentuk tulisan naratif disebut dengan penelitian kualitatif deskriptif. Metode kualitatif deskriptif ini berisi kutipan-kutipan data yang merupakan fakta terhadap apa yang disajikan dalam laporan. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini karena fokus yang ingin diteliti tidak dapat diukur. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif deskriptif karena, permasalahan yang dibahas pada penelitian ini bukan berupa angka. Namun, terkait penguraian, penggambaran, dan penjelasan mengenai suatu

masalah yang terjadi. Selain itu, alasan mengapa peneliti memakai metode penelitian kualitatif deskriptif adalah dalam penelitian ini berisi penjelasan atau deskriptif mengenai pengelolaan konten Instagram yang dilakukan oleh Substansi Humas Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia sebagai media publikasi dan informasi publik.

1.6.1 Subjek Penelitian

Subjek Penelitian ini adalah dimana peneliti dapat memperoleh sumber data penelitian, melalui sumber data peneliti dapat memperoleh informasi sesuai dengan yang dibutuhkan (Moeloeng, 2010). Disimpulkan bahwa subjek penelitian yaitu informan yang bermanfaat untuk memberikan informasi secara lengkap mengenai situasi serta kondisi pada objek penelitian. Pada penelitian ini yang akan menjadi informan yaitu Sub Koordinator Analisa Media Massa dan Sosial Substansi Humas Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia.

1.6.2 Jenis Data dan Sumber Data

Sumber data dan informasi yang digunakan sebagai upaya melengkapi keakuratan pada penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang didapatkan melalui informan atau sumber data pertama di lokasi penelitian. Informan memiliki pemahaman secara lengkap mengenai fenomena yang sedang diteliti. Hasil dari wawancara peneliti dengan Sub Koordinator Analisa Media

Massa dan Sosial Humas Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia merupakan data primer dari penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari sumber selain data primer. Jenis data yang menjadi bagian data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dari instansi terkait serta dokumentasi unggahan pada akun @kemendagri.

1.6.3 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini diperoleh untuk memperkuat penelitian melalui data pendukung berdasarkan fakta. Teknik dan alat pengumpulan data yang digunakan adalah :

a. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik dalam mengumpulkan data yang dilakukan secara tatap muka antara peneliti dengan informan dengan mengajukan pertanyaan mengenai penelitian yang nanti akan terpandu melalui *interview guide*. Pada tahap ini peneliti akan melakukan wawancara terhadap Sub Koordinator Analisa Media Massa dan Sosial Humas Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia selaku narasumber yang memiliki peran dalam pengelolaan konten media sosial Instagram pada Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia.

b. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung atau observasi ke lokasi penelitian yaitu Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. Hal ini bertujuan untuk memastikan kondisi yang ada serta agar mendapatkan data yang pasti dan sesuai dengan keadaan di lokasi penelitian. Tahap ini peneliti mengobservasi mengenai akun Instagram @kemendagri.

c. Dokumentasi

Teknik mengumpulkan data secara dokumentasi merupakan metode untuk mengumpulkan serta melengkapi data yang sudah didapatkan. Dokumentasi nantinya akan dimasukkan juga pada hasil penelitian. Pada penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan catatan berupa tulisan dan gambar yang menjadi pelengkap dari metode wawancara dan observasi.

d. Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode atau cara yang digunakan oleh peneliti ketika mengolah suatu data menjadi informasi agar karakteristik pada data lebih mudah dimengerti. Teknik analisis data juga bertujuan untuk menemukan sebuah solusi atau mengambil suatu kesimpulan pada permasalahan yang diangkat oleh peneliti dalam penelitian. Peneliti akan menganalisis serta mendeskripsikan secara lebih ringkas tentang data yang telah dikumpulkan.