

**MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA  
*LIVE MUSIC* INTERAKTIF LEYEH-LEYEH DI RBTV**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh  
SHABIRA DWI FADHILAH  
20140530257**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Rabu  
Tanggal : 31 Januari 2018  
Tempat : Ruang Editing  
Nilai :

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal : 5 Februari 2018

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing



**Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si.**

**MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA *LIVE MUSIC* INTERAKTIF  
LEYEH-LEYEH DI RBTV**

**Shabira Dwi Fadhillah**

Program Studi Ilmu Komunikasi UMY, Kampus Terpadu UMY

Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183

*E-mail:* shabiradf@gmail.com

***Abstract***

*A program is a basic commodity sold, so it must be considered by the television media. In realizing a program, of course, required teamwork to implement a production management. RBTV is one of the private networked television station in Yogyakarta area. Based on previous surveys, it can be seen that Leyeh-leyeh's interactive music program is one of the flagship programs owned by RBTV television.*

*Therefore, the issue raised is how the production management program interactive live music program Leyeh-leyeh on RBTV television. The purpose of this research is to know the production program management applied by RBTV with Leyeh-leyeh's superior program covering pre-production, production, and post-production stages. The theoretical framework used is the stages of the production management process of the program consisting of pre-production, production, and post-production stages.*

*The results of this study indicate that the production management implemented by Leyeh-leyeh's interactive music program has not been applied professionally. This can be seen from the pre-production meetings that were only held at the beginning of the program's production, the absence of a contract with the performers, the lack of discipline of the production team, the minimal amount of Human Resources Development (HRD), the double program production crew, a rare evaluation.*

***Keywords: Production Management, Local Television, Private Television Network.***

### **Abstrak**

Suatu program acara merupakan sebuah komoditi pokok yang dijual, sehingga harus diperhatikan oleh media televisi. Dalam merealisasikan suatu program acara, tentunya diperlukan kekompakan tim untuk melaksanakan suatu manajemen produksi. RBTV merupakan salah satu stasiun televisi swasta berjaringan di wilayah Yogyakarta. Berdasarkan survei yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diketahui bahwa program acara *live music* interaktif Leyeh-leyeh merupakan salah satu program unggulan yang dimiliki oleh stasiun televisi RBTV.

Maka dari itu, permasalahan yang diangkat adalah bagaimana manajemen produksi program acara *live music* interaktif Leyeh-leyeh pada stasiun televisi RBTV. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen produksi program yang diterapkan oleh RBTV dengan program unggulannya Leyeh-leyeh yang meliputi tahapan pra-produksi, produksi, dan juga pasca-produksi. Kerangka teori yang

digunakan adalah tahapan dari proses manajemen produksi program yang terdiri dari tahap pra-produksi, produksi, dan juga pasca-produksi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen produksi yang diterapkan oleh program acara *live music* interaktif Leyeh-leyeh belum diterapkan secara profesional. Hal ini dapat dilihat dari rapat pra-produksi yang hanya dilaksanakan saat awal produksi program, tidak adanya kontrak kerja dengan pengisi acara, ketidakdisiplinan tim produksi, jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) yang sangat minim, kru produksi program yang berperan ganda, sampai dengan rapat evaluasi yang jarang dilaksanakan.

**Kata kunci: Manajemen Produksi, Televisi Lokal, Televisi Swasta Berjaringan.**

## **Pendahuluan**

Sebagai sebuah perusahaan yang memfokuskan diri pada bidang penyiaran, tentunya sebuah stasiun televisi memiliki visi, misi, serta target *audiences* tersendiri. Hal ini tentunya turut memengaruhi berbagai program acara yang akan diproduksi. Tak hanya sampai disitu saja, setiap stasiun televisi tentunya juga memiliki program acara unggulan yang paling digemari oleh masyarakat sebagai penontonnya. Program acara tersebut dapat berupa program yang diproduksi sendiri oleh sebuah stasiun televisi, program yang disiarkan dari luar atau membeli dari *production house* (PH), dan juga program yang diproduksi karena permintaan *klien*. Masalah program acara dan juga produksi acara, tentu menjadi hal terpenting dalam sebuah perusahaan stasiun televisi. Salah satu komponen penting yang perlu diperhatikan

dalam memproduksi suatu program adalah ketersediaan sumber daya manusia yang profesional di bidangnya dan juga manajemen yang baik. Hal ini meliputi tahap ide atau perencanaan, materi produksi, pelaksanaan, sampai dengan peralatan yang digunakan. Bagi suatu stasiun penyiaran yang berskala nasional, istilah manajemen produksi sudah tidak asing lagi dan sudah pasti diterapkan dalam pelaksanaannya. Namun bagi televisi lokal yang jangkauan siarannya masih relatif kecil, bisa saja hal ini masih kurang diterapkan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melihat bagaimana strategi manajemen produksi program acara unggulan dalam sebuah stasiun televisi, dimana dalam penelitian ini peneliti memilih stasiun penyiaran swasta berjaringan sebagai objek yang akan diteliti. Stasiun penyiaran swasta berjaringan dipilih dikarenakan peneliti ingin melihat apakah stasiun penyiaran swasta berjaringan, yang notabene bekerja sama dengan televisi “nasional” yang memiliki sumber daya yang sudah maju serta jangkauan siarannya yang luas, sudah menerapkan dengan baik dan maksimal manajemen produksi program acaranya sesuai dengan *Standard Operational Procedur (SOP)* yang berlaku.

Peneliti memilih stasiun televisi RBTv dengan salah satu manajemen produksi program *live music* interaktifnya, yakni Leyeh-Leyeh sebagai objek yang akan diteliti. Hal ini dikarenakan stasiun televisi RBTv merupakan stasiun televisi lokal asal Yogyakarta yang sudah cukup lama mengudara, yakni sejak tahun 2005. Pada tahun 2011, RBTv memutuskan untuk melakukan kerja sama dengan salah satu televisi “nasional”, yakni KOMPAS TV dengan pembagian jam siaran RBTv selama 4,5 jam dan KOMPAS TV selama 19,5 jam. Dengan adanya kerja sama tersebut, masing-masing pihak dapat memperoleh keuntungan. Dimana KOMPAS TV sebagai stasiun televisi yang belum

lama berdiri dapat memperkenalkan kehadirannya di masyarakat dengan lebih luas, sementara bagi RBTV sebagai stasiun televisi lokal yang berjaringan, diharapkan mendapat pemasukan iklan yang lebih dan juga *rating* yang terus meningkat sebagai akibat dari kerjasamanya dengan stasiun televisi KOMPAS TV (Wahyu Sudarmawan, Presiden Direktur RBTV, hasil wawancara, 4 November 2016). Selain itu juga, RBTV merupakan stasiun televisi lokal yang paling diminati para pemirsanya apabila dibandingkan dengan stasiun televisi lain di wilayah Yogyakarta.

Pemilihan program *live music* interaktif Leyeh-leyeh juga bukan tanpa alasan. Pemilihan program *live music* Leyeh-leyeh sebagai objek yang akan diteliti dikarenakan program yang ditayangkan setiap hari Jum'at pukul 09.00 Waktu Indonesia Barat (WIB) tersebut merupakan salah satu program unggulan RBTV yang dihadirkan untuk mendekatkan masyarakat dengan budaya lokal Jawa. Baik itu berupa *dagelan* khas Jogja maupun berbagai lagu campursari. Hal ini semakin diperkuat dengan penggunaan perpaduan Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa dalam penyampaian materi yang disampaikan. Selain itu program tersebut juga disiarkan secara langsung (*live*) serta mengajak para penontonnya turut berpartisipasi dengan cara menyajikan layanan telepon interaktif.

Hal ini menjadi penting dikarenakan memproduksi suatu program di televisi tidaklah mudah, terlebih lagi jika acaranya disiarkan secara langsung (*live*), maka perlu manajemen dan perencanaan yang matang. Selain itu, jika manajemen produksinya tidak dijalankan dengan baik, akan menyebabkan berbagai kendala. Seperti tayangan yang terlambat disiarkan, ide dari setiap episode program yang tidak berkembang, sampai dengan peralatan yang tiba-tiba rusak ketika proses *shooting* sedang berlangsung. Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, penulis

akhirnya memutuskan untuk meneliti lebih lanjut mengenai manajemen produksi salah satu program acara *live music* interaktif di stasiun televisi RBTV yakni Leyeh-leyeh dengan judul penelitian “**Manajemen Produksi Program Acara *Live Music* Interaktif Leyeh-leyeh di RBTV**”.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan kualitatif, yakni suatu penelitian yang berusaha untuk memahami fenomena yang mencakup pengumpulan beragam material empiris yang digunakan, seperti: studi kasus, pengalaman personal, introspektif, kisah hidup, teks wawancara, observasi, sejarah, interaksional, dan teks visual yang mendeskripsikan makna dalam kehidupan individual. Penelitian kualitatif juga merupakan jenis penelitian yang tidak menggunakan alat-alat prosedur statistik dan juga data yang diperoleh bersifat alamiah, yang mana diperoleh berdasarkan hasil ungkapan langsung dari subjek peneliti yang sangat cocok untuk memecahkan suatu masalah penelitian yang tidak diketahui variabel-variabel dan perlu dieksplorasi (Ahmadi, 2016: 115-116).

Penelitian kualitatif tersebut dipilih dikarenakan dalam permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti tidak berpedoman kepada metode statistik dan lebih menitikberatkan pada penjelasan serta kedalaman mengenai situasi yang terjadi, yang dalam hal ini adalah manajemen produksi dari program acara *live music* interaktif Leyeh-leyeh melalui bukti-bukti kualitatif yang dikumpulkan dan juga bersifat



subjektif. Selain menggunakan metode kualitatif, peneliti juga menggunakan studi kasus sebagai metode penelitian.

Studi kasus merupakan sebuah metode penelitian yang bertujuan untuk menggali informasi di balik peristiwa tertentu. Di dalam sebuah penelitian yang menggunakan metode studi kasus, subjek yang diteliti dapat berupa sebuah lembaga, kelompok, dan bahkan individu. Namun studi kasus yang individual memiliki daya ungkap yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan yang melibatkan kelompok. Hal ini dikarenakan setiap individu memiliki keunikannya masing-masing (Suwartono, 2014: 124).

Menurut Robert K. Yin, studi kasus ini merupakan kasus unik, yang dapat dipelajari dengan sendirinya. Meskipun mencakup situasi tertentu, kasus ini masih dapat menghasilkan wawasan yang tidak biasa yang menjamin studinya. Sebagai alternatif, bahwa studi kasus tidak hanya menyajikan situasi tertentu namun juga ingin menginformasikan situasi atau kasus lain, dan mempertanggungjawabkan studi kasus instrumental ini (Yin, 2011: 18).

Dalam hal ini, peneliti akan melakukan studi kasus terhadap manajemen produksi program acara *live music* interaktif Leyeh-leyeh dan mencari kesimpulan sehingga dapat diterapkan oleh stasiun televisi program lainnya yang memiliki program acara dengan format sejenis.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam. Dalam teknik ini si peneliti melakukan kegiatan wawancara secara mendalam dan terus-menerus untuk menggali informasi dari informan (Hariwijaya, 2007: 89). Dalam hal ini, peneliti nantinya akan menggunakan proses wawancara *intensive interviews*, dimana peneliti akan menggali informasi secara terus menerus dari informan yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti, yakni produser, *program director*, dan *camera person* dari program *live music* interaktif Leyeh-leyeh. Selain wawancara mendalam, peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data observasi.

Dalam penelitian yang mengkaji proses dan perilaku ini nantinya, peneliti akan menggunakan tahapan observasi non-partisipan. Observasi non-partisipan merupakan tahapan observasi yang menekan bias dengan cara memperbanyak kehadiran peneliti, sehingga narasumber sebagai subjek yang diamati akan terbiasa dengan kehadiran peneliti (Suwartono, 2014: 43). Peneliti akan mengamati proses manajemen produksi program *live music* interaktif Leyeh-leyeh yang terdiri dari tahapan pra-produksi, produksi, sampai pasca-produksi langsung di dalam studio milik stasiun televisi RBTv.

Teknik dokumentasi juga peneliti gunakan di dalam penelitian ini. Dimana teknik dokumentasi merupakan bentuk catatan peristiwa dari peristiwa yang sudah berlalu dalam bentuk tulisan, gambar, maupun karya monumental seseorang

(Sugiyono, 2013: 240). Peneliti nantinya akan melakukan dokumentasi berupa pengambilan foto, pencatatan hasil wawancara dengan narasumber, maupun rekaman suara narasumber melalui *handphone*.

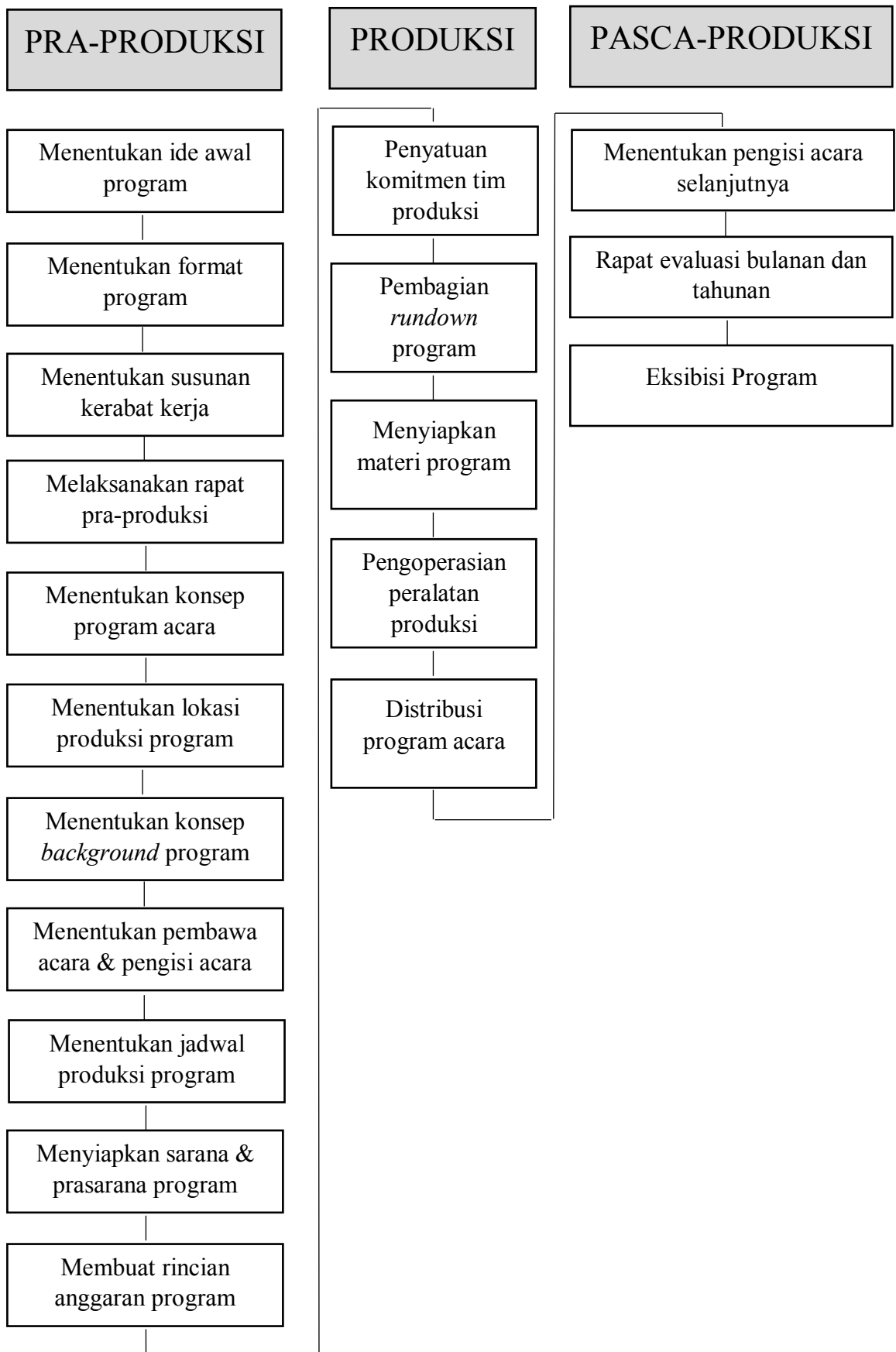
Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik analisis interaktif yang merupakan model analisis data dari Miles dan Huberman. Analisis interaktif merupakan suatu proses analisis yang terdiri dari tiga tahapan kegiatan yang terjadi secara bersamaan yakni: reduksi data, penyajian data, dan juga penarikan kesimpulan (Miles dan Huberman dalam Prastowo, 2012: 241).

Dalam tahapan reduksi data ini, peneliti akan merangkum dan memilah data dari hasil wawancara dengan narasumber yang berkaitan dengan subjek dan objek penelitian, yang dalam hal ini adalah berasal dari produser, *program director*, dan juga *camera person* dari program acara *live music* interaktif Leyeh-leyeh. Dalam tahap penyajian data, peneliti akan menyusun seluruh data yang diperoleh dari produser, *program director*, dan juga *camera person* program acara *live music* Leyeh-leyeh sebagai subjek penelitian dan juga hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi sebagai objek penelitian, dalam bentuk narasi maupun grafik agar lebih mudah dipahami. Sementara pada tahapan menarik kesimpulan, peneliti akan memberikan interpretasi serta menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah disusun tersebut untuk dapat menjawab permasalahan yang ada, yakni berupa manajemen produksi

yang diterapkan oleh stasiun televisi RBTv pada program acara *live music* interaktif Leyeh-leyeh.

### **Pembahasan**

Dalam pembahasan ini akan diuraikan secara rinci mengenai analisis manajemen produksi di RBTv, khususnya pada program acara Leyeh-leyeh, apakah produser program acara sudah menerapkan dengan maksimal manajemen produksi tersebut. Selain itu, penulis juga akan menguraikan serta mengaitkan penerapan manajemen produksi program acara "Leyeh-leyeh" dengan hal-hal yang bersifat teoritis, yang menyangkut proses pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi pada program acara *live music* interaktif Leyeh-leyeh di RBTv. Untuk mempermudah dalam memahami proses manajemen produksi program Leyeh-leyeh, berikut disajikan alur dari proses manajemen produksi program acara Leyeh-leyeh:



Gambar 1. Alur Proses Manajemen Produksi Program Leyeh-Leyeh.

## 1. Pra-produksi Program Leyeh-leyeh

Program acara Leyeh-leyeh pada awalnya diproduksi untuk menaati aturan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mengenai kewajiban suatu lembaga penyiaran lokal untuk memproduksi program dengan unsur muatan lokal di dalamnya. Adapun tujuan program acara Leyeh-leyeh adalah semakin mendekatkan musik campursari ke masyarakat serta memadukan unsur musik campursari masa lalu dan masa kini sehingga dapat dinikmati oleh segala kalangan usia.

Pembuatan program acara Leyeh-leyeh melalui tahapan pra-produksi yang cukup panjang. Hal ini mencakup ide, penyusunan tim produksi, konsep program, karakter acara, pembawa acara, pengisi acara, pembawaan presenter, jadwal produksi program, rencana anggaran, keperluan administrasi, sarana dan prasarana, lokasi, *background* studio, kostum yang digunakan, sampai dengan pembuatan *rundown* sebagai pedoman produksi. Namun sayangnya, tim produksi program acara Leyeh-leyeh hanya melaksanakan perencanaan yang matang pada saat awal mula produksi program, namun bersifat santai ketika program tersebut telah menjadi rutinitas. Hal ini menyebabkan ide dari setiap episode program yang ditayangkan tidak berkembang. Padahal, suatu produksi program yang baik sangat ditentukan oleh kreativitas kerabat kerja secara terpadu dalam mengembangkan ide dengan dedikasi penuh dari produser, sutradara, penulis skenario, teknisi, dan pemain agar menghasilkan program yang baik (Mabruri, 2013: 28). Selain itu pula, materi program yang diunggulkan pada program Leyeh-leyeh hanyalah musik campursari dan juga komedi khas Jawa yang berasal dari

improvisasi para pembawa acara, sehingga dapat dikatakan pembawa acaralah yang memikirkan materi komedi di setiap episodenya agar tidak terkesan membosankan.

Untuk menentukan para pengisi acara yang hadir setiap minggunya, tim produksi program acara Leyeh-leyeh telah bekerjasama dengan salah satu koordinator yang merupakan *keyboardist* sekaligus anggota grup campursari. Namun sayangnya kesepakatan maupun kontrak kerja ini tidak didukung dengan adanya perjanjian tertulis dari pihak tim produksi Leyeh-leyeh.

Struktur tim produksi merupakan bentuk kerja sama antara sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan. Maka dari itu jika dilihat dari tim produksi program acara Leyeh-leyeh, dapat dikatakan jauh dari standar organisasi ideal pada umumnya. Hal ini dikarenakan masih terdapat beberapa kekurangan, seperti minimnya jumlah SDM dan beberapa kru produksi yang berperan ganda. Hal ini dapat dilihat dari jumlah tim produksi yang minim pada saat proses produksi program berlangsung. Padahal, sebuah produksi program yang baik selain ditentukan oleh konsep kreativitas, juga bergantung pada kemampuan profesionalisme dari seluruh kelompok kerja (*team work*) di dunia penyiaran dengan seluruh mata rantai divisinya, yakni dari pra-produksi, produksi, sampai dengan pasca-produksi. Keseluruhannya harus saling menunjang dan tidak bisa berdiri pada posisi masing-masing (Mabruri, 2013: 29).

Komponen utama dalam produksi suatu program adalah sarana dan prasarana. Tanpa adanya peralatan, mustahil suatu program acara dapat diproduksi. Peralatan yang digunakan untuk produksi program acara Leyeh-leyeh dapat dikatakan sangat

baik, dikarenakan peralatan yang digunakan telah setara dengan standar penyiaran televisi “nasional” dan juga telah siap dalam menghadapi era penyiaran digital di masa mendatang.

## **2. Produksi Program Leyeh-leyeh**

Tahapan produksi program acara Leyeh-leyeh tanpa diawali dengan adanya *briefing* maupun *rehearsal* dikarenakan program acara Leyeh-leyeh merupakan program acara yang rutin dilaksanakan setiap minggunya. Sesaat sebelum produksi program berlangsung, masing-masing kru produksi akan menerima *rundown* proses produksi dengan durasi selama satu jam yang terbagi menjadi tiga segmen. Untuk materi program, produser menyerahkan seluruh materi program kepada pembawa acara untuk melakukan improvisasi materi komedi dengan unsur Jawa yang dibawakan serta menyerahkan pemilihan materi lagu kepada pengisi acara. Padahal, Secara teoritis, materi produksi tersebut harus dibuat konsep naskah produksi yang dibuat langsung oleh penulis skenario dalam bentuk tulisan sesuai dengan kaidah-kaidah penulisan naskah program acara televisi (Mabruri, 2013: 26).

## **3. Pasca-produksi Program Leyeh-leyeh**

Pada tahapan pasca-produksi program acara Leyeh-leyeh, rapat evaluasi dilaksanakan dengan jangka waktu sebulan dan setahun sekali. Seharusnya dalam manajemen produksi yang baik, kegiatan evaluasi harus dilaksanakan secara rutin dan terjadwal dalam pra-produksi setiap minggunya, bukan hanya sebulan dan setahun



sekali untuk menghindari menumpuknya kendala maupun permasalahan yang terjadi saat produksi. Padahal, rapat evaluasi penting dilaksanakan secara rutin guna membahas kemajuan produksi maupun merevisi rancangan suatu program acara televisi (Mabruri, 2013: 28).

Untuk mengetahui respon penonton terhadap programnya, tim produksi program acara Leyeh-leyeh tidak melakukan pendataan melalui *rating* dikarenakan terbatasnya biaya. Namun lebih kepada melakukan penghitungan data penelepon dan juga pesan singkat yang masuk pada saat program ditayangkan dan juga dengan melakukan survei langsung ke lapangan untuk mengetahui respon masyarakat terhadap program Leyeh-leyeh.

Meskipun merupakan televisi swasta berjaringan yang bekerjasama dengan KOMPAS TV, tidak ada perbedaan minat jumlah para pengiklan baik itu sebelum maupun setelah bekerjasama dengan KOMPAS TV. Hal ini dikarenakan para pengiklan produk maupun jasa menganggap beriklan di televisi lokal tidak memiliki jangkauan yang luas dan minim penonton. Berdasarkan pengamatan peneliti, jika pun ada yang beriklan di RBTV mayoritas merupakan iklan layanan masyarakat yang berasal dari instansi pemerintah ataupun iklan dalam bentuk *talkshow*, dan bukan berbentuk *spot* iklan.

## **Simpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana manajemen produksi dari RBTv yang merupakan stasiun televisi berjaringan dengan KOMPAS TV dengan salah satu program unggulannya, Leyeh-leyeh. Hal ini dapat diketahui melalui tahapan pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi yang merupakan tahapan-tahapan dari proses manajemen produksi suatu program televisi. Berdasarkan pembahasan data yang telah dijelaskan tersebut di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa meskipun sudah melakukan kerja sama dengan televisi "nasional" KOMPAS TV selama tujuh tahun, manajemen produksi program yang dilaksanakan RBTv, dengan salah satu program unggulannya Leyeh-leyeh, masih belum diterapkan secara profesional. Pengaruh kerja sama dengan KOMPAS TV hanya sebatas pada jangkauan siaran yang luas serta penggunaan peralatan yang mumpuni agar tidak terjadi perbedaan kualitas gambar pada saat perpindahan jam siaran.

## **Daftar Pustaka**

Ahmadi, R. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Hariwijaya, M. (2007). *Metodologi dan Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi untuk Ilmu Sosial dan Humaniora*. Yogyakarta: Parama Ilmu.

Mabruri, A. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara TV*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Prastowo, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suwartono. (2014). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Yin, Robert K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press.