

ANALISIS MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PENGGUNA APLIKASI *INSTAGRAM* MUSLIMAH DENGAN *NO POST SELFIE*

Nova Ramadhan¹, Ida Ri'aeni², Ririn Risnawati^{3*)}
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhamadyah Cirebon,
Email: ririn.risnawati@umc.ac.id

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen privasi komunikasi pengguna aplikasi *instagram* muslimah dengan *no post selfie*. Menggunakan teori *Communication Privacy Management* (CPM) oleh Sandra Petronio mengenai batasan privasi yaitu batasan-batasan yang buat oleh seseorang mengenai informasi yang dimiliki tetapi tidak diketahui orang lain, mengelola privasi yaitu sejauh mana seseorang berbagi informasi pribadinya kepada orang lain dan turbulensi privasi, kekacauan batas privasi yang berperan ketika mengelola informasi pribadi tidak sesuai dengan yang diharapkan dengan pendekatan Fenomenologi menurut sudut pandang Alfredz Schutz yang berorientasi pada kesadaran, realitas dan aktivitas sosial seseorang ketika membuat suatu pilihan dalam hidupnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa muslimah dengan *no post selfie* memiliki batasan privasi yang berbeda dari kebanyakan orang yaitu menjadikan foto diri sebagai sebuah privasi, dalam mengelola privasinya agar tetap terjaga, para muslimah ini lebih memperkuat *boundaries* (batasan) di awal untuk meminimalisir turbulensi nantinya. Ketika terjadi turbulensi privasi, para informan tetap mengedepankan adab dalam mengambil langkah untuk menjaga kembali privasinya sesuai dengan keinginannya

Kata Kunci: *No post selfie*, Privasi, *Communication Privacy Management*

ABSTRACT

This research aims to find out how the communication privacy management of Muslimah Instagram application users with no post selfies. Use the theory of Communication Privacy Management (CPM) by Sandra Petronio regarding privacy boundaries, namely the boundaries made by someone regarding information that is owned but not known by others, managing privacy, namely the extent to which a person shares personal information with others and privacy turbulence, chaos. privacy boundaries that play a role when managing personal information are not as expected with a Phenomenological approach according to Alfredz Schutz's point of view which is oriented towards awareness, reality and social activity of a person when choosing in his life. The results of this study indicate that Muslim women with no selfie posts have different privacy boundaries than most people, namely making self- portraits private, in managing their privacy so that they are maintained, these Muslim women further strengthen boundaries at the beginning to minimize turbulence later. When privacy turbulence occurred, the informants continued to prioritize adab in taking steps to maintain their privacy as they wished.

Keywords: *No post selfie*, Privasi, *Communication Privacy Management*

PENDAHULUAN

Saat ini hampir semua orang menggunakan media sosial untuk saling terhubung dan menjalin komunikasi secara virtual. Menurut Thomas M. Scheidel (Suriati et al, 2022) menyebutkan, seseorang berkomunikasi dengan orang lain, untuk saling menyatakan dan mendukung identitas dirinya. Dengan berkomunikasi, seseorang dapat menyatakan keberadaan dan potensi dirinya pada orang lain. Sebenarnya hal tersebut juga membantu seseorang untuk dapat lebih mengenal dirinya sendiri. Banyak orang yang menggunakan media sosial sebagai ajang eksistensi diri, ingin dilihat, ingin viral, namun terdapat wanita muslimah yang berbanding terbalik dengan realita tersebut, ada dari muslimah yang memilih untuk tidak menunjukkan foto atau video dirinya di media sosial. Lebih memilih untuk menyajikan konten media sosial seperti tulisan, gambar pemandangan disertai *caption*. Setiap individu memiliki hak yang sama dalam mengatur dan mengontrol informasi dirinya untuk diketahui publik atau orang lain baik secara *online* maupun *offline*.

Menurut Lembaga Privacy International (2017) (Bate & Amrullah, 2022) menggambarkan privasi sebagai suatu batasan yang dikelola oleh individu untuk melindungi dirinya dari berbagai macam gangguan, keingintahuan berlebih dari orang lain terkait dirinya serta mengelola batasan siapa saja yang dapat memiliki akses ke tubuh, tempat, dan hal-hal lain, serta komunikasi dan informasi yang dimiliki oleh individu tersebut. Antara privasi dan keterbukaan dalam memutuskan apa yang akan diungkapkan dan apa yang harus dirahasiakan bukanlah keputusan yang dapat langsung diambil, melainkan merupakan tindakan penyeimbangan yang berlangsung secara terus-menerus (Ievansyah & Sadono, 2018). Terdapat banyak faktor dalam membuat suatu batasan privasi dan setiap individu bisa saja berbeda batasan privasinya dengan individu lain. Faktor tersebut yakni: kultural, gender, motivasi, kontekstual, situasional dan risiko-keuntungan. Sebagai seorang muslimah tentunya memiliki batasan khusus yang diatur oleh agama dalam mengatur dan mengontrol privasi yang boleh diketahui orang lain baik secara *online* maupun *offline*.

Penggunaan aplikasi *Instagram* dipilih pada penelitian ini, karena *Instagram* menjadi *platform* yang disukai oleh banyak orang, aplikasi yang menyediakan fitur menarik dan berbagai macam kegunaan menjadikannya sebagai aplikasi populer di masa sekarang ini, menurut data yang didapatkan dari tercatat sebanyak 106,72 juta pengguna aplikasi *Instagram* di Indonesia, terdapat kenaikan sebanyak 12,9% dari sebelumnya. Penggunaanya didominasi perempuan sebanyak 53% dan laki-laki sebanyak 47% dengan rentang usia aktif 18-24 sebanyak 37,8%, usia 25-34 sebanyak 29,7%, usia 13-17 tahun sebanyak 12,2% dan usia 35-44 sebanyak 12,6% (DataIndonesia.id)

Penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, penelitian terkait *instagram* dan eksistensi diri, yang bertujuan menjelaskan eksistensi diri pengguna akun *instagram* @sholahayub dan membranding dirinya untuk terkesan positif dengan teori *interpersonal deception* dan dramaturgi (Asmaran & Shafir, 2022). Penelitian kedua terkait identitas virtual mahasiswa di *instagram*, hasil penelitian menunjukkan mahasiswa menggunakan dua jenis akun *instagram*, akun utama untuk menampilkan identitas formal dan prestasi akademik dan akun kedua digunakan berinteraksi secara pribadi (Winarty, 2024).

Dari dua penelitian di atas, sama-sama meneliti tentang pengguna akun *instagram* namun berbeda dengan penelitian ini yang bertujuan mengetahui batasan-batasan privasi bagi muslimah pengguna aplikasi *Instagram* mengenai informasi privat yang dimiliki; bagaimana pengguna aplikasi *Instagram* muslimah berbagi informasinya kepada orang lain dan kekacauan batas privasi muslimah pengguna aplikasi *instagram* ketika mengelola informasi pribadi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif; peneliti dapat mengenali subjek dan merasakan apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian bertujuan untuk memahami gejala mengenai apa yang diperoleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi dan tindakan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Penelitian ini cenderung menggunakan analisis proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan. Landasan teori hanya digunakan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fokus di lapangan (Zakariah & Askari, 2020). Penelitian ini menggunakan pendekatan

Fenomenologi dengan sudut pandang Alfred Schutz yang berorientasi pada kesadaran, realitas dan aktivitas sosial seseorang ketika membuat suatu pilihan dalam hidupnya (Nindito, 2005).

Subjek pada penelitian ialah orang yang memiliki data sebagai sumber data dari penelitian yang akan diteliti. Dalam hal ini yang menjadi subjek adalah pengguna aplikasi *Instagram* muslimah dengan *no post selfie* berusia 18-24 tahun yang aktif mengunggah postingan/konten. Objek penelitian ialah data dan informasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Dalam penelitian yang akan diteliti objeknya adalah bagaimana manajemen privasi komunikasi terkait batasan privasi, kontrol privasi dan *turbulensi privasi* pengguna aplikasi *Instagram* muslimah dengan *no post selfie* berusia 18-24 tahun yang aktif mengunggah postingan/konten.

Pemilihan informan yang dipilih sesuai dengan kriteria orang yang memiliki pengetahuan untuk tidak mengupload foto *selfie* di *Instagram*. Kriteria informan yang diperlukan yakni: muslimah usia 18-24 tahun yang aktif menggunakan media sosial *instagram*; tidak mengunggah foto *selfie* di *instagram* sebagai batasan privasinya; aktif mengunggah konten di *Instagram* baik di *story/feed/reels Instagram*; bersedia menjadi informan penelitian dengan suka rela, jujur dan kooperatif. Penelitian ini melibatkan 5 orang informan muslimah yang tidak mengunggah foto *selfie* di media sosial *instagram* namun aktif memposting konten ke media sosial *instagram* selain foto *selfie* dengan rentang usia 18-24 tahun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pembahasan disini, peneliti akan menganalisis hasil penelitian yang telah didapatkan dari kegiatan wawancara, observasi dan dokumentasi sesuai dengan rumusan masalah penelitian. Penelitian ini akan menjawab bagaimana muslimah *no post selfie* dalam memajemen privasi komunikasinya di media sosial *Instagram* terkait batas privasi, kontrol privasi dan turbulensi privasi. Penelitian ini tidak lepas dari teori yang digunakan yaitu teori manajemen privasi komunikasi oleh Petronio. *Communication Privacy Management (CPM)* merupakan teori yang menyampaikan bahwa seseorang memiliki pilihan untuk mengungkapkan atau menyembunyikan informasi privat sesuai kriteria dan kondisi yang dianggap penting dan individu memiliki trust bahwa manusia mempunyai hak untuk mempunyai dan mengatur akses ke informasi privatnya (Petronio, 2002; Njotorahardjo, 2014).

Pemilihan Konten yang disajikan di *Instagram*

Dikarenakan informan sudah tidak lagi mengupload foto *selfie* di *Instagram*, berikut pemilihan postingan yang di *upload* ke *instagram* berdasarkan hasil wawancara: "*Aku Sering upload senja, foto-foto random, faidah kajian, quotes agama, ceramah dan lain-lain yang lebih bermanfaat ukh*" (wawancara 6 Februari 2023).

Informan II H mengatakan, lebih memilih mengupload konten yang bermanfaat yang tidak menampakkannya di akun *instagram* miliknya.

"Saya memutuskan untuk sharing yang berkaitan dengan ilmu agama, reminder, atau quotes yang memberi dampak positive terhadap viewers saya. Satu hadist yang saya selalu berusaha untuk terapkan yaitu: "Barangsiapa yang menunjuki kepada kebaikan maka dia akan mendapatkan pahala seperti pahala orang yang mengerjakannya" (HR. Muslim no. 1893). Dan kembali lagi, dosa jariyah ada, pahala jariyah pun ada. Dengan ini saya berharap sepeninggal saya nanti, akun saya bisa menjadi saksi di hari penghisaban kelak" (wawancara 27 Februari 2023).

Informan II K A mengatakan, lebih memilih mengupload konten yang bermanfaat yang tidak menampakkannya di akun *instagram* miliknya dan menjadikan akunnya sebagai ladang pahala dan kebaikan.

"Konten yang bermanfaat ya ukh, seperti yang anti bisa liat hehe. Tapi kadang juga random sih selama masih batas syar'i. Alasannya karena nanti di akhirat kita mempertanggungjawabkan setiap perbuatan kita termasuk apa yang kita upload dan saya berharap tulisan-tulisan yang saya posting menjadi pahala untuk saya" (wawancara 27 Februari 2023).

Informan III A M mengatakan, lebih memilih mengupload konten yang bermanfaat yang tidak menampakkannya di akun *Instagram* miliknya dan menjadikan akunnya sebagai ladang

pahala dan kebaikan.

Manajemen Privasi Komunikasi memiliki sistem dalam memajemen privasinya, yaitu batasan privasi, kontrol privasi dan turbulensi privasi. Dari pemaparan yang telah diungkapkan oleh ke-5 informan yaitu muslimah yang tidak mengupload foto *selfie* pada akun *Instagram* miliknya. Didapatkan hasil dari ketiga sistem manajemen privasi tersebut, berikut penjelasannya:

Batasan Privasi

Menurut teori CPM, mengacu pada aturan peraturan yang digunakan untuk menetapkan seberapa banyak apa saja informasi pribadi dalam batas privasi dapat dibagikan kepada orang lain. Batasan privasi yang dimiliki setiap individu dapat berbeda-beda. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa terdapat batasan privasi yang cukup berbeda dari kebanyakan orang. Sesuai teori CPM, ada proses negoiasi dengan orang-orang untuk pengungkapan data pribadi, yang hal ini teori CPM menyediakan sistem manajemen privasi (Santoso et al., 2023). Dari hasil yang didapatkan melalui proses wawancara terhadap ke-5 informan, ditemukan 7 batasan privasi, diantaranya tidak *upload* foto diri, seperti foto *selfie*, foto bayangan diri dan seluruh tubuh, tidak *upload* foto keluarga dan pasangan, yang meliputi *upload* foto keromantisan rumah tangga, tidak *upload* kebahagiaan dan pencapaian yang berpotensi *'ain*, tidak *upload* kemaksiatan, tidak *upload* foto makanan yang mungkin orang lain tidak bisa memakannya sehingga timbul iri, tidak *upload* tentang curahan hati dan tidak *upload* tentang uang dan kekayaan diri.

Dalam membentuk suatu batasan privasi, tidak lepas dari aspek kultural atau kebiasaan, informan memiliki tingkat batasan privasi yang cukup tinggi dengan dilatarbelakangi hal-hal berikut yang membuat tingkat keterbukaan informasi privat lebih rendah dari menutup informasi privat yang lebih tinggi. Aspek gender, karena informan seluruhnya adalah seorang beragama Islam, artinya dalam beragama terdapat batasan tertentu bagi wanita yang dipahami oleh informan, batasan tersebut semata-mata sebagai bentuk penjagaan Allah kepada hambaNya. Aspek motivasi, informan yang memiliki pilihan *no post selfie* di *Instagram* dilatarbelakangi motivasi tertentu, seperti lingkungan yang mendukung, pemahaman terhadap ilmu agama, dari ilmu agama yang telah diketahui. Ilmu agama menjadikan para informan berusaha untuk mengamalkan ilmu dan menjadikan media sosial *Instagram* yang dimilikinya lebih bermafaat bagi dirinya dan bagi orang lain baik di dunia dan di akhirat.

Sesuai dikutip dari Syaikh Abdurrahman bin Qasim An Najdi *rahimahullah* mengatakan, "Amal adalah buah dari ilmu. Ilmu itu dicari demi mencapai sesuatu yang lain. Fungsi ilmu ibarat sebatang pohon, sedangkan amalan seperti buahnya. Maka setelah mengetahui ajaran agama Islam seseorang harus menyertainya dengan amalan. Sebab orang yang berilmu akan tetapi tidak beramal dengannya lebih jelek keadaannya daripada orang bodoh (<https://muslim.or.id>). Sumber fitnah, kata fitnah disini bermakna ujian. Nabi *shallallahu 'alaihi wasallam* yang diriwayatkan dari Usamah Bin Zaid. Beliau bersabda, "Aku tidak meninggalkan satu fitnah pun yang lebih membahayakan para lelaki selain fitnah wanita." (HR. Bukhari: 5096 dan Muslim: 2740).

Pengalaman terkena penyakit *'ain*, *Ain* adalah pengaruh pandangan dengki dari orang yang dengki sehingga bisa membahayakan orang yang dipandang dan pandangan kagum tanpa memuji Allah, pada Informan III A M, penyakit *'ain* pernah menimpa anaknya ketika sebelumnya mengupload foto anaknya ke *Instagram* (<https://rumaysho.com>). Ini juga terjadi pada Informan II K A, ketika dulu ia mengupload foto *selfie* dirinya ke *Instagram* tidak berselang lama wajahnya menjadi jerawat dan pernah juga ia mengupload foto laptopnya dan sehari setelah mengupload laptopnya hilang.

Penyalahgunaan foto, kekhawatiran informan terhadap maraknya kasus penipuan dengan menggunakan identitas dan juga foto untuk kepentingan tertentu dan juga kasus *fetish* yang sangat merugikan. Terdapat lebih dari jutaan orang mengupload fotonya di internet, dengan menggunakan algoritma tertentu, peretas dapat mengetahui data-data pribadi dari orang tersebut dan terdapat kemungkinan orang jahat menggunakan foto tersebut untuk kepentingan pribadinya dan berpotensi merugikan orang yang mengupload fotonya.

Pada Informan V Z N yang memiliki pengalaman buruk terkait mengupload foto, ia menjadi korban *fetish*/kelainan seksual penyuka muslimah berhijab dan mendapatkan pelecehan secara verbal dengan kalimat yang menjerus kepada sex. Berbeda dengan Informan I H, ia tidak pernah

menjadi korban penyalahgunaan foto, namun melihat banyaknya kasus penipuan dengan menggunakan foto ia tidak ingin menjadi korban. Rasa malu, karena informan memiliki rasa malu ketika ingin mengupload fotonya ke *Instagram* berdasarkan *hadits* Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda, "*Malu merupakan bagian dari keimanan.*" (HR. Muslim, no. 161), Malu adalah akhlak yang terpuji, terpuji apabila malu melakukan sesuatu yang Allah larang seperti kemaksiatan dan hal yang tercela. seperti pada Informan III A M yang mengatakan bahwa seharusnya rasa malu dimiliki oleh seorang muslimah dan menjadi penyebab juga Informan IV F, lingkungan pertemanannya yang tidak mengupload foto *selfie* menjadikannya timbul rasa malu pada dirinya. Ingin lebih terjaga, pada Informan III K A, ia mengetahui bahwa dalam Islam, wanita itu terjaga dan ia ingin menjadi muslimah yang terjaga.

Aspek kontekstual, tergantung dari situasi yang positif atau negatif, para informan tetap aktif memposting pada akun *Instagram* miliknya namun tidak menampilkan hal-hal yang termasuk privasi. Aspek resiko dan keuntungan, informan menganggap bahwa mengupload privasinya di media sosial *Instagram* lebih memberikan banyak risiko daripada keuntungan yang didapatkan.

Kontrol Privasi

Dalam mengontrol informasi privat, seseorang bertindak berdasarkan paham dirinya bahwa kepemilikan informasi privat dan mengelola informasi privat merupakan haknya, dan memilih langkah seperti apa dalam membagikan kepada publik. Seseorang pengguna *Instagram* berhak mengontrol akun miliknya dan privasi miliknya tanpa harus persetujuan orang lain (Syaripah, 2021).

Pada penelitian ini ditemukan bahwa para informan dalam mengelola privasi dirinya agar tetap terjaga dengan menggunakan fitur dengan yang diharapkan (Syaripah, 2021). Para informan ketika dihadapkan pada situasi yang menyebabkan turbulensi privasi memilih untuk tetap mengedepankan adab dan memilih langkah yang baik dalam menyikapi situasi tersebut. Terdapat perbedaan langkah yang diambil ketika turbulensi privasi terjadi atas kesengajaan dan ketidaksengajaan. Ketika turbulensi terjadi atas kesengajaan oleh orang lain yang sudah mengetahui batasan privasi informan, para informan mengambil langkah dengan tegas disertai adab yang baik agar privasi kembali terjaga sesuai yang diharapkan.

Ketika turbulensi terjadi atas ketidaksengajaan oleh orang lain, informan mengambil langkah dengan menjelaskan batasan privasi dirinya, kemudian meminta untuk menghapus postingan tersebut. Apabila langkah-langkah yang dilakukan tidak berhasil, para informan memilih berlepas diri dan mendoakan orang tersebut.

KESIMPULAN

Pada penelitian ini menggunakan teori CPM (*Communication Privacy Management*) oleh Sandra Petronio mengenai Pengelolaan Privasi Muslimah dengan *no post selfie* di *instagram*. Para informan secara sadar membuat batasan dari informai privat miliknya untuk menjaga privasi diri, dengan memiliki batasan privasi yang berbeda dari kebanyakan orang, ditemukan 7 batasan-batasan privasi, diantaranya tidak *upload* foto diri, seperti foto *selfie*, foto bayangan diri dan seluruh tubuh, tidak *upload* foto keluarga dan pasangan, tidak *upload* foto keromantisan rumah tangga, tidak *upload* kebahagiaan dan pencapaian yang berpotensi '*ain*, tidak *upload* kemaksiatan, tidak *upload* foto makanan yang mungkin orang lain tidak bisa memakannya sehingga timbul iri, tidak *upload* tentang curahan hati dan tidak *upload* tentang uang dan kekayaan diri yang dalam terbentuknya disertai aspek kultural, gender, motivasi, kontekstual dan resiko serta keuntungan.

Dalam mengelola privasinya agar tetap terjaga, para informan lebih memperkuat *boundaries* (batasan) di awal untuk meminimalisir turbulensi nantinya. Penggunaan fitur *close friends* tidak menjadikan informan lebih terbuka terkait informasi pribadinya kepada orang lain, dan ketika dihadapi oleh aktivitas sosial yang melibatkan dirinya ikut

DAFTAR PUSTAKA

Asmaran, A., & Shafir, S. Della. (2022). Media Sosial Instagram Untuk Mendukung Eksistensi Diri @Sholahayu. *Jurnal Manajemen Pendidikan Ilmu Sosial*, 4 (1), 512–530. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v4i1>

- Bate, A. P., & Amrullah, H. F. (2022). Pengungkapan Diri dan Manajemen Privasi Komunikasi Pasien Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19 (2), 197–216. <https://doi.org/https://doi.org/10.24002/jik.v19i2.4382>
- DataIndonesia.id. (n.d.). *Pengguna Instagram di RI Capai 106,72 Juta hingga Februari 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023>
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). Personal Branding dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus Personal Branding Alumni Abang None Jakarta di Media Sosial “Instagram”). *Bricolage*, 4 (2), 140–162. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1658>
- Nindito, S. (2005). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas dalam Ilmu Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2 (1), 79–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.24002/jik.v2i1.254>
- Njotorahardjo, F. (2014). Manajemen Komunikasi Privasi Seorang Mantan Pria Simpanan. *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 2 (3). <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/3813>
- Petronio, S. (2002). *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure*. State University of New York.
- Santoso, A. M., Endang, A., & Indrianti, D. T. (2023). Manajemen Privasi Komunikasi Pada Selebgram Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3 (1), 77–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.53697/iso.v3i1>
- Suriati, Samsinar, & Rusnali, A. N. A. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Akademia Pustaka.
- Syaripah, I. (2021). *Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Facebook*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Winarty, S. (2024). Representasi Identitas Virtual dalam Komunikasi Mahasiswa Urban di Instagram: Studi Netnografi pada Universitas Pembangunan Jaya. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1 (3), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/jbk.v1i3.2517>
- Zakariah, M., & Askari. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R n D)*. Yayasan Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah.