

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

1.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam pelaksanaan Proyek Penelitian Independen yang diadakan oleh Universitas Multimedia Nusantara, peserta magang memegang peranan sebagai *research assistant* dalam penelitian berjudul “*Digital Public Relations Strategy of Perceived-Bad Organizations*”. Adapun ketua dari proyek penelitian tersebut adalah Intan Primadini, S.Sos., M.Si. didampingi oleh Camelia Catharina L.S., S.Sos., M.Si.. Selain sebagai ketua proyek, Intan Primadini juga berperan sebagai pembimbing lapangan yang memberikan arahan serta masukan bagi peserta magang dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dalam pelaksanaan kerja magang.

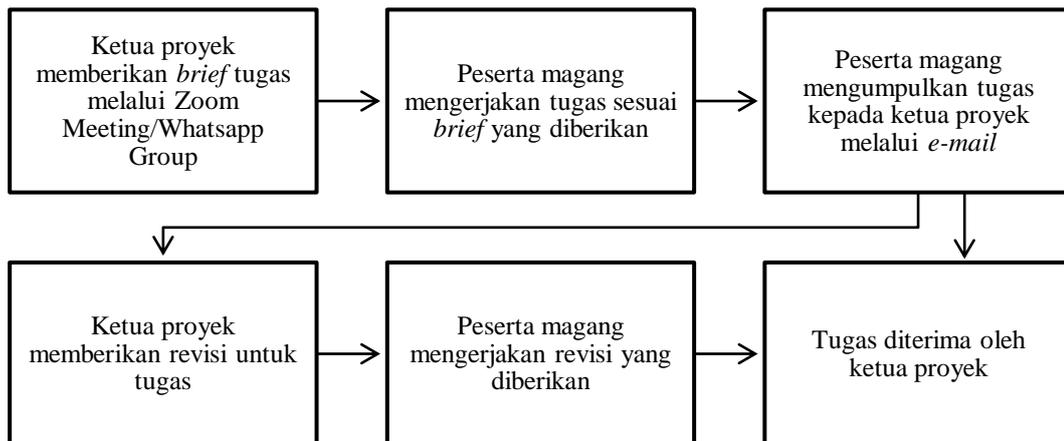
Proyek penelitian ini dilakukan secara *online* sehingga seluruh pekerjaan dilakukan di rumah masing-masing anggota. Oleh karena itu, koordinasi antara ketua proyek dengan anggota juga dilaksanakan secara *online* melalui Whatsapp Group serta Zoom Meeting. Pemberian tugas dari awal hingga akhir proyek kebanyakan dilakukan melalui Zoom Meeting di mana ketua proyek akan menjelaskan rincian tugas yang harus dikerjakan oleh mahasiswa. Akan tetapi, terdapat pula beberapa tugas yang hanya diberikan melalui pesan dalam Whatsapp Group sehingga seluruh anggota diwajibkan untuk aktif dan memperhatikan segala pesan yang ada dalam grup. Pengumpulan tugas dilakukan melalui *e-mail* dan langsung dikirimkan kepada ketua proyek. Kemudian, setiap pertanyaan ataupun masukan yang ditujukan kepada ketua proyek disampaikan pula melalui Whatsapp Group.

Tidak hanya dengan ketua proyek penelitian, koordinasi juga penting dilakukan oleh setiap anggota proyek. Dalam proyek penelitian ini, terdapat 5 mahasiswa lainnya yang juga terlibat sebagai anggota proyek. Maka dari itu, setiap anggota perlu melakukan koordinasi sehingga tidak terjadi perbedaan persepsi dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan. Adapun koordinasi antar anggota juga dilakukan melalui Whatsapp Group. Apabila terdapat kebingungan dari beberapa anggota mengenai tugas, maka diskusi akan dilakukan melalui *chat*.

Setiap anggota akan memberikan pendapat masing-masing serta saling membantu dalam memecahkan permasalahan dan menjawab kebingungan dari anggota lainnya. Para anggota juga dapat saling bertanya mengenai tugas melalui *private chat* (pesan pribadi). Namun, jika permasalahan tidak dapat diselesaikan oleh para anggota saja, anggota bertanya langsung kepada ketua proyek.

Dalam hal pengerjaan tugas, sebagian besar tugas dikerjakan secara individu, sehingga koordinasi lebih banyak dilakukan antara peserta magang dengan ketua proyek. Akan tetapi, terdapat pula beberapa tugas yang membutuhkan koordinasi antar anggota, seperti dalam hal mengompilasi hasil pekerjaan ke dalam satu *file*. Oleh karena itu, biasanya pengerjaan akan dilakukan bersama-sama melalui Google Docs/Google Sheet yang memungkinkan setiap anggota untuk mengerjakan tugas dalam satu *file* yang sama.

Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi Tugas Proyek Penelitian Independen



Sumber: Data Olahan Laporan (2020)

1.2 Tugas yang Dilakukan

Secara umum, tugas yang dilakukan peserta magang dalam pelaksanaan proyek penelitian ini adalah membantu pengerjaan penelitian khususnya dalam hal pengumpulan dan pengolahan data. Namun, sejak awal dimulainya pengerjaan proyek, peserta magang sudah terlebih dahulu ditugaskan untuk mencari objek yang sesuai dengan penelitian. Dikarenakan penelitian ini membahas mengenai “*perceived-bad*” organizations, maka isu utama yang diangkat dalam penelitian adalah kaum LGBT dan feminisme. Para anggota dibagi ke dalam 2 (dua) kelompok kecil di mana masing-masing kelompok berisikan 3 (tiga) orang. Satu kelompok ditugaskan untuk mencari 6 (enam) organisasi LGBT dan kelompok lainnya mencari 6 (enam) organisasi feminis untuk dijadikan objek penelitian. Kemudian, setiap organisasi yang telah dipilih akan menjadi tanggung jawab masing-masing anggota dari proses awal pencarian informasi hingga pengumpulan datanya.

Dalam pelaksanaan proyek ini, peserta magang masuk ke dalam kelompok feminisme, sehingga peserta magang diharuskan mencari 2 (dua) organisasi feminis untuk diteliti. Adapun organisasi yang dipilih oleh peserta magang adalah Magdalene Indonesia dan Jakarta Feminist. Selain itu, peserta magang juga dilibatkan dalam penentuan media sosial yang akan diteliti dari masing-masing organisasi. Selanjutnya, peserta magang ditugaskan untuk melakukan *monitoring* pada akun Instagram dari setiap organisasi yang dipegang, membuat rangkuman jurnal referensi, melakukan analisis fungsi pesan konten Instagram organisasi untuk pembuatan *coding sheet*, melakukan uji reliabilitas *coding sheet*, melakukan pengumpulan data menggunakan *coding sheet* yang sudah diuji, hingga melakukan wawancara bersama organisasi yang dipegang. Seluruh pekerjaan tersebut dapat dilihat secara rinci pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Timeline Pekerjaan Mingguan

Jenis Pekerjaan Mahasiswa	Agustus				September					Oktober				November			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Mencari informasi tentang organisasi feminis di Indonesia untuk dijadikan objek penelitian		■															
Mengajukan nama beserta informasi seputar akun media sosial dari organisasi yang dipilih		■															
Memberikan <i>insight</i> mengenai media sosial yang tepat untuk diteliti		■															
Mempelajari tahapan metode analisis isi melalui buku Eriyanto dan Krippendorf			■						■	■			■				
<i>Monitoring</i> konten instagram organisasi feminis yang telah dipilih				■		■					■						
Membuat kompilasi hasil <i>screenshot</i> dari 50 konten instagram Magdalene Indonesia				■													
Membaca jurnal yang dijadikan referensi penelitian					■	■	■		■								
Membuat <i>summary</i> dari jurnal yang sudah dibaca					■												
Mencari organisasi feminis tambahan untuk dijadikan objek penelitian						■											
Membuat kompilasi hasil <i>screenshot</i> dari 50 konten instagram tambahan yang telah dipilih						■											
Melakukan analisis fungsi pesan pada 50 konten yang sudah dikompilasi dari setiap akun instagram organisasi feminis berdasarkan jurnal referensi						■											
Membuat kompilasi sub-kategori pesan berdasarkan hasil analisis fungsi pesan dari konten								■									

1.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan Proyek Penelitian Independen ini, peserta magang berperan sebagai *research assistant* yang membantu pengerjaan penelitian khususnya dalam tahapan pengumpulan dan pengolahan data. Secara garis besar, dalam pengerjaan tugas yang diberikan, peserta magang mengimplementasikan ilmu-ilmu mengenai manajemen penelitian yang diperoleh dari salah satu mata kuliah di semester 5 (lima), yaitu Metode Penelitian Komunikasi 1. Namun, terdapat pula beberapa ilmu yang baru dipelajari dan didapatkan ketika mengerjakan proyek penelitian ini. Berikut merupakan uraian pelaksanaan proyek yang dilakukan oleh peserta magang yang telah dikaitkan dengan ilmu-ilmu tersebut.

1.3.1 Tahapan Manajemen Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian, salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan adalah tahapan manajemen dari awal hingga akhir penelitian. Pada dasarnya, proses manajemen penelitian dapat dikatakan sangat memengaruhi hasil akhir dari penelitian. Apabila setiap tahapan dilewati dengan baik, maka hasil dari penelitian pun akan menjadi maksimal. Namun sebaliknya, apabila tahapan penelitian tidak dilewati dengan baik, hasil dari penelitian pun belum tentu dapat menjadi maksimal.

Selama melaksanakan kerja magang dalam Proyek Penelitian Independen, peserta mengimplementasikan konsep manajemen penelitian berdasarkan buku dari Rose, Spinks, & Canhoto (2015). Dalam buku dijelaskan bahwa terdapat 5 (lima) tahap dalam melakukan penelitian yang disebut sebagai *The 5-Stage Model of Research*. Di antara kelima tahap tersebut, peserta magang paling banyak terlibat dalam proses pengumpulan dan pengolahan data, sedangkan dalam tahap lainnya peserta magang tetap memiliki kontribusi meskipun tidak sepenuhnya. Berikut merupakan rincian pekerjaan yang dilakukan oleh peserta magang dalam setiap tahapan penelitian tersebut.

1.3.1.2 Stage 1: Define

Tahapan pertama dalam *The 5-Stage Model of Research* adalah *Define*. Dalam tahap ini, peneliti perlu mengidentifikasi serta menetapkan topik dan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian. Selain itu, Rose, Spinks, & Canhoto (2015) juga menyebutkan bahwa setelah berhasil mengidentifikasi fokus penelitian, peneliti harus mencari tahu apa yang saat ini telah diketahui atau ditemukan dari topik penelitian yang diangkat. Hal tersebut dapat dikerjakan dengan melakukan *literature review* atau tinjauan kritis terhadap literatur akademis, praktisi, dan kebijakan yang terdapat pada bidang pengetahuan yang dipilih.

Pada pelaksanaan proyek penelitian ini, topik serta permasalahan yang diangkat telah ditentukan oleh ketua proyek sebelum peserta magang mulai melakukan kerja magang. Oleh karena itu, peserta magang hanya terlibat dalam proses *literature review*. Sebelumnya, ketua proyek telah menyiapkan 13 (tigas belas) jurnal internasional yang dijadikan referensi dalam penelitian. Ketiga belas jurnal tersebut dibagi kepada setiap anggota proyek, sehingga masing-masing anggota mendapat minimal 2 (dua) jurnal untuk kemudian di-*review*. Peserta magang mendapat bagian untuk me-*review* jurnal berjudul “*Analyzing user behavior of the micro-blogging website Sina Weibo during hot social events*” dari Guan, et al. (2014) dan “*The Whole Online World Is Watching: Profiling Social Networking Sites and Activists in China, Latin America, and the United States*” dari Harp, Bachmann, & Guo (2012). Setelah melakukan *review*, peserta magang membuat *summary* yang berisikan seputar topik, tujuan, pertanyaan penelitian, metode, objek, serta hasil penelitian dari kedua jurnal tersebut.

1.3.1.3 Stage 2: Design

Tahapan kedua dalam *The 5-Stage Model of Research* adalah *Design*. Pada tahap ini, peneliti harus menetapkan jenis pendekatan serta metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Selain itu, dalam tahap ini juga dilakukan perancangan instrumen penelitian yang akan digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data. Sama halnya dengan tahap *define*, tahapan ini juga

lebih banyak dikerjakan oleh ketua proyek sebelum peserta magang mulai melaksanakan kerja magang. Namun, peserta magang masih memiliki keterlibatan dalam beberapa prosesnya. Ketika awal pelaksanaan proyek, peserta magang sudah langsung mendapatkan informasi mengenai pendekatan dan metode yang digunakan dalam penelitian tanpa terlibat langsung pada pemilihannya.

Dalam proyek penelitian ini, jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Creswell (2014), pendekatan kuantitatif merupakan sebuah pendekatan yang dilakukan untuk menguji teori-teori objektif dengan melakukan pemeriksaan pada hubungan antar variabel yang dapat diukur dan dianalisis menggunakan prosedur statistik. Selanjutnya, untuk metode dalam pengumpulan datanya, data primer diperoleh dengan menggunakan metode analisis isi dari Eriyanto (2011). Sedangkan, data sekunder diperoleh dari jurnal-jurnal referensi serta wawancara singkat dengan organisasi yang menjadi objek penelitian.

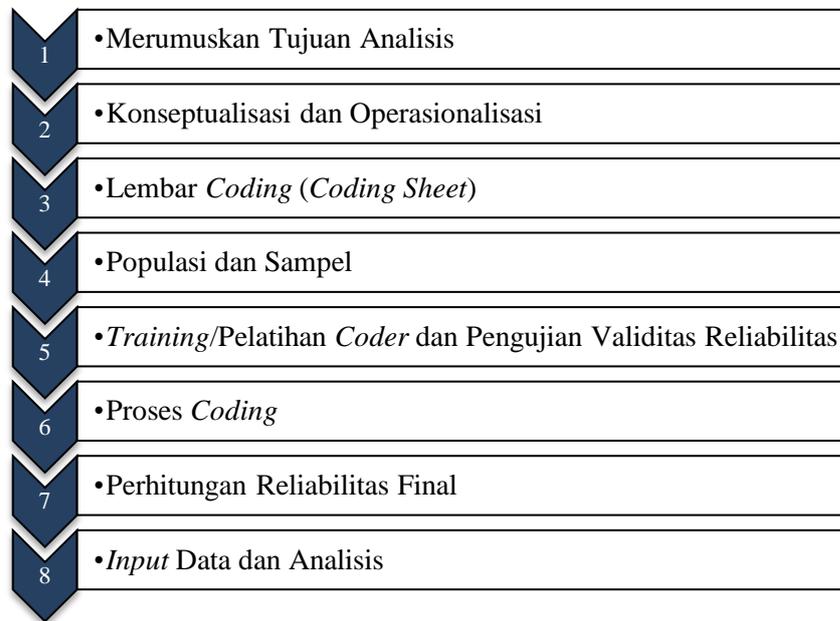
Peserta magang baru mulai terlibat dalam perancangan instrumen yang digunakan untuk proses pengumpulan data yakni lembar *coding*, khususnya dalam tahap operasionalisasi konsep. Pekerjaan yang dilakukan oleh peserta magang dalam perancangan instrumen ini dijelaskan secara lebih terperinci dalam tahapan analisis isi.

1.3.1.4 Stage 3: Collect

Tahapan ketiga dalam *The 5-Stage Model of Research* adalah *Collect* atau pengumpulan data. Dalam setiap proyek penelitian, tahap pengumpulan data menjadi salah satu tugas praktis utama yang harus dilakukan oleh peneliti (Rose, Spinks, & Canhoto, 2015). Metode pengumpulan datanya pun berbeda-beda tergantung pada jenis penelitian yang dilakukan. Sementara itu, pada proyek penelitian ini, metode yang digunakan dalam pengumpulan datanya adalah metode analisis isi. Menurut Krippendorff (2004, p. 18), analisis isi merupakan sebuah teknik penelitian untuk membuat kesimpulan yang dapat direplikasi dan valid dari teks (atau materi bermakna lainnya) ke konteks

penggunaannya. Adapun menurut Eriyanto (2011), terdapat 8 (delapan) tahapan dalam melakukan analisis isi seperti yang terlihat pada gambar 3.2.

Gambar 3.2 Tahapan Analisis Isi



Sumber: Eriyanto (2011)

Kedelapan tahapan di atas merupakan keseluruhan proses dalam melakukan analisis isi. Meskipun dalam beberapa tahapan awal tidak bisa dikatakan sebagai proses pengumpulan data, tetapi tahap-tahap tersebut merupakan bagian penting yang mendukung kelancaran dalam proses pengumpulan data. Oleh karena itu, peserta magang tetap memasukkan keseluruhan proses analisis isi dalam tahap *Collect*.

Proses pengumpulan data ini merupakan tugas utama yang dilakukan oleh peserta magang selama pengerjaan proyek. Oleh karena itu, peserta magang terlibat secara aktif dalam setiap tahap pengerjaannya. Dalam melakukan proses ini, peserta magang juga menerapkan prinsip-prinsip pengumpulan data, yakni data yang dikumpulkan harus bersifat objektif, instrumen penelitian yang digunakan harus relevan dengan tujuan, dan objek penelitian harus sesuai dengan apa yang ingin dicari dalam penelitian. Berikut merupakan rincian pekerjaan yang dilakukan oleh peserta magang dalam tahap pengumpulan data menggunakan metode analisis isi.

1) Merumuskan Tujuan Analisis

Dalam melakukan penelitian dengan metode analisis isi, tahapan pertama yang perlu dilakukan adalah merumuskan tujuan dilakukannya analisis isi. Tujuan tersebut meliputi apa yang ingin diketahui serta hal-hal apa saja yang menjadi masalah penelitian dan ingin dijawab melalui analisis isi (Eriyanto, 2011). Mengingat peserta magang masuk sebagai anggota proyek setelah ditentukannya topik dan permasalahan penelitian, maka peserta magang juga tidak terlibat dalam proses perumusan tujuan analisis ini. Seluruh penentuan topik, permasalahan, hingga tujuan telah dilakukan oleh ketua proyek yakni Intan Primadini bersama dengan Camelia Catharina L.S. sebelum mahasiswa memulai praktik kerja magang. Akan tetapi, diketahui bahwa tujuan dilakukannya analisis isi adalah untuk mengetahui jenis-jenis pesan yang paling banyak digunakan oleh organisasi yang peduli pada isu sensitif seperti LGBT dan feminisme dalam menyampaikan pesan kampanye di *platform* digital.

2) Konseptualisasi dan Operasionalisasi

Tahapan selanjutnya yang dilakukan setelah mendapatkan tujuan analisis adalah konseptualisasi dan operasionalisasi. Dalam tahap ini, dilakukan perumusan konsep penelitian dan melakukan operasionalisasi sehingga konsep dapat diukur. Konsep sendiri secara umum dapat didefinisikan sebagai abstraksi atau representasi dari suatu objek atau gejala sosial (Eriyanto, 2011). Namun, sebelum masuk dalam perumusan konsep, hal yang perlu dilakukan terlebih dahulu adalah menentukan objek yang akan diteliti. Apabila melihat dari tujuannya, objek penelitian yang dibutuhkan dalam proyek penelitian ini adalah organisasi-organisasi yang mendukung isu LGBT dan feminisme di Indonesia.

Setiap anggota proyek diminta untuk memilih 2 (dua) organisasi yang dirasa sesuai untuk menjadi objek penelitian, sehingga nantinya didapatkan 6 (enam) organisasi yang mendukung isu LGBT dan 6 (enam) organisasi yang mendukung isu feminisme. Mengingat peserta magang

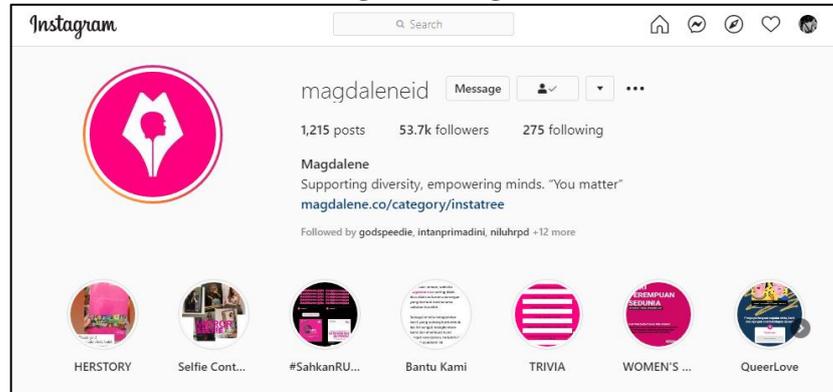
berada dalam kelompok yang berfokus pada isu feminisme, maka proses penentuan objek penelitian ini dimulai dengan mencari informasi mengenai organisasi-organisasi yang mendukung isu feminis di Indonesia. Keaktifan organisasi dalam menyampaikan pesan kampanye melalui *platform* digital menjadi hal utama yang diperhatikan oleh peserta magang dalam pemilihan objek. Setelah berhasil mendapatkan beberapa nama organisasi feminis, peserta magang membuat catatan mengenai *platform* digital yang digunakan oleh organisasi, perbedaan isi konten antar-*platform*, banyaknya *followers* dari setiap *platform* yang digunakan, serta keaktifan organisasi dalam menggunakan *platform-platform* tersebut. Dari catatan tersebut, peserta magang kemudian memberikan *insight* kepada ketua proyek mengenai *platform* yang sebaiknya menjadi fokus analisis dalam penelitian.

Berdasarkan beberapa *insight* yang didapatkan dari anggota proyek, ketua proyek pun akhirnya memutuskan untuk menganalisis konten yang terdapat pada *account* Instagram organisasi. Oleh karena itu, peserta magang mencoba menentukan organisasi yang sesuai untuk menjadi objek penelitian berdasarkan variasi konten serta keaktifan organisasi dalam mengunggah konten di Instagram. Setelah melakukan beberapa perbandingan pada organisasi yang ditemukan, peserta magang memilih Magdalene Indonesia dan Jakarta Feminist untuk dijadikan objek penelitian.

Magdalene Indonesia merupakan sebuah media *online* independen yang berfokus pada isu-isu yang mendorong kesetaraan gender, pemberdayaan perempuan, pluralisme, dan toleransi. Magdalene didirikan pada tahun 2013 oleh tiga orang jurnalis yang bernama Devi Asmarani, Hera Diani, dan Karima Anjani. Meskipun berdiri sebagai media *online*, Magdalene Indonesia telah cukup banyak berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan feminis dan turut berjuang untuk mengubah persepsi masyarakat terhadap kaum feminis. *Account*

Instagram Magdalene (@magdaleneid) sendiri saat ini telah mencapai sekitar 53,7K *followers* dengan total sebanyak 1.215 *posts*.

Gambar 3.3 Instagram Magdalene Indonesia



Sumber: Instagram (2020)

Sementara itu, Jakarta Feminist merupakan sebuah organisasi feminis yang berjuang untuk pemenuhan dan perlindungan hak perempuan dan kelompok minoritas lainnya, dengan fokus wilayah kerja di Jabodetabek. Jakarta Feminist sudah dibentuk sejak 2014 sebagai grup Facebook, tetapi baru diresmikan secara hukum pada pertengahan 2019. Jakarta Feminist juga merupakan pengurus di belakang Women's March Jakarta (2017-2020) dan Feminist Fest (2017, 2019). Organisasi ini juga cukup banyak melakukan kampanye melalui media sosial Instagram mereka. Bahkan sampai saat ini, *account* Instagram Jakarta Feminist (@jakartafeminist) telah mencapai sekitar 17K *followers* dengan total sebanyak 1.333 *posts*.

Gambar 3.4 Instagram Jakarta Feminist



Sumber: Instagram (2020)

Setelah menentukan objek yang akan diteliti, langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah merumuskan konsep yang akan digunakan sebagai indikator dalam menganalisis objek. Dalam proses ini, peserta magang tidak dilibatkan secara aktif. Perumusan konsep langsung dilakukan oleh ketua proyek dengan melihat referensi dari jurnal-jurnal yang sudah di-*review* oleh para anggota dalam tahap *Define*. Kemudian, pada akhirnya didapatkan konsep pesan kampanye pada media sosial berdasarkan jurnal dari Lovejoy & Saxton (2012) yang membagi fungsi pesan ke dalam 3 (tiga) kategori, yakni fungsi informasi (*information*), fungsi komunitas (*community*), dan fungsi aksi (*action*).

Fungsi informasi merupakan satu kategori yang mencakup pesan berisi informasi seputar organisasi, edukasi, serta informasi lainnya. Namun, yang membedakan dengan fungsi lainnya adalah fungsi informasi hanya bertujuan untuk memberikan informasi tanpa ada maksud lain di balik pesan tersebut. Selanjutnya, fungsi komunitas merupakan kategori yang berisikan pesan dengan tujuan untuk berdialog dan membangun hubungan dengan komunitas. Terakhir, fungsi aksi merupakan kategori fungsi pesan yang bertujuan untuk membuat para pengikut (*followers*) melakukan suatu aksi untuk organisasi seperti menyumbang atau terlibat dalam kegiatan tertentu.

Selanjutnya, setelah mendapatkan konsep utama, peserta magang mulai melakukan operasionalisasi untuk mendapatkan sub-indikator yang nantinya digunakan dalam lembar *coding*. Proses operasionalisasi ini dilakukan dengan menurunkan 3 (tiga) kategori fungsi pesan dari konsep utama ke dalam beberapa sub-kategori. Pada langkah awal, peserta magang terlebih dahulu melakukan *monitoring* pada *account* Instagram organisasi yang telah dipilih. Setelahnya, peserta magang memilih 50 konten dari setiap organisasi dengan jenis yang bervariasi untuk nantinya dikelompokkan ke dalam 3 (tiga) kategori tadi. Konten-konten yang terpilih kemudian di-*screenshots* dan dikompilasi ke dalam satu *file* Microsoft Word.

Dari 50 konten yang telah terpilih, peserta magang mulai mengelompokkannya ke dalam kategori pesan yang sesuai, baik itu informasi, komunitas, atau aksi. Selanjutnya, peserta magang melakukan analisis berdasarkan tujuan dan isi dari setiap konten yang ada untuk kemudian menurunkannya ke dalam sub-kategori. Contohnya, ketika menemukan konten yang berisi fakta-fakta mengenai perempuan, peserta magang mengelompokkannya ke dalam kategori fungsi informasi. Namun, setelah menganalisis tujuan dan isinya, peserta magang menemukan bahwa konten tersebut diunggah untuk mengedukasi para *followers*. Oleh karena itu, kategori fungsi informasi dapat diturunkan ke dalam sub-kategori edukasi.

Setelah selesai melakukan analisis pada 50 konten tersebut, hasil analisis setiap anggota dikompilasi dalam satu *file*. Apabila menemukan sub-kategori yang memiliki makna sama, maka sub-kategori itu digabungkan menjadi satu. Namun, apabila menemukan sub-kategori yang tidak sesuai, maka sub-kategori itu dihapus atau dipindah ke kategori lain yang lebih sesuai. Pada akhirnya ditemukan sebanyak 4 (empat) sub-kategori dalam kategori fungsi informasi, 8 (delapan) sub-kategori dalam kategori fungsi komunitas, dan 15 (lima belas) sub-kategori dalam kategori fungsi aksi seperti yang terlihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2 Tabel Sub-Kategori Fungsi Pesan

Informasi	Komunitas	Aksi
Edukasi	Dukungan (pengakuan atau terima kasih)	Ajakan untuk melakukan donasi
Informasi Organisasi	Pemberitahuan terkait program yang sedang berjalan	Ajakan untuk mengikuti kegiatan (kampanye/demonstrasi)
Pendapat atau opini dari organisasi	Balasan yang diberikan untuk pesan dari audiens	Ajakan untuk melakukan interaksi dengan unggahan tertentu (<i>share/like/comment</i>)
Pengumuman	Memancing respon/balasan audiens terhadap unggahan	Promosi mengenai suatu kegiatan
	Perayaan (ucapan pada hari perayaan tertentu)	Upaya untuk menjual produk tertentu

	Rekomendasi (buku/film/musik)	Mencari bantuan sukarelawan
	Unggahan <i>quotes</i> /kata motivasi	Lobi dan advokasi
	Simpati (belasungkawa/bencana)	Ajakan untuk bergabung dalam komunitas
		Ajakan untuk memberikan hak suara dalam kegiatan organisasi tertentu
		Ajakan menonton video tertentu
		Ajakan untuk membaca artikel di link yang disampaikan
		Ajakan untuk mengikuti sayembara (giveaway/kompetisi)
		Ajakan untuk mengubah sifat/sikap terhadap suatu hal
		Ajakan untuk berkontribusi dalam pembuatan karya komunitas
		Ajakan untuk mengunduh karya original komunitas

Sumber: Data Olahan Peserta Magang (2020)

3) Lembar *Coding* (*Coding Sheet*)

Setelah merumuskan konsep dan melakukan operasionalisasi, tahap selanjutnya yang perlu dilakukan adalah membuat lembar *coding* atau *coding sheet*. Lembar *coding* merupakan sebuah alat yang digunakan dalam menghitung serta mengukur aspek tertentu pada isi media (Eriyanto, 2011). Fungsi dari lembar *coding* ini sama seperti kuesioner di dalam penelitian dengan metode survei. Kategori-kategori yang telah ditentukan dalam tahap konseptualisasi dan operasionalisasi disajikan dalam bentuk lembaran *coding*. Bentuk dari lembaran *coding* sendiri dibagi menjadi dua, yakni lembar *coding* cetak dan lembar *coding* dalam *file* computer (digital).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peserta magang, lembar *coding* yang digunakan adalah lembar *coding* digital. Lembar *coding* dibuat menggunakan *software* Microsoft Excel. Pembuatan lembar *coding* ini dilakukan oleh ketua proyek penelitian, sehingga peserta tidak terlibat dalam proses pembuatannya. Akan tetapi, indikator-indikator yang digunakan dalam lembar *coding* diambil dari hasil analisis dan operasionalisasi yang telah dilakukan oleh peserta magang bersama anggota lain pada tahap sebelumnya. Selain itu, dalam lembar *coding*, ketua proyek juga menambahkan bagian analisis untuk *multimedia strategy* sebagai data tambahan penelitian. Berikut merupakan lembar *coding* awal yang dibuat untuk selanjutnya diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya.

Gambar 3.5 Lembar Coding Awal

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1		Kategori		Multimedia Strategy								Kode Posting		
2		Category	Sub Category	grafik	gambar	foto	video	audio	Format lain	hashtag	emoticon	Interaktivitas	Co Lawan Patriarki Postingan 1 (LP 1)	
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														
10														

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2020)

Selain lembar *coding*, metode analisis isi juga memerlukan sebuah protokol. Tujuan adanya protokol adalah untuk menyediakan panduan dalam melakukan analisis isi serta menjadi arsip dalam penelitian. Menurut Riffe, et al. (1998) dalam Eriyanto (2011), protokol terbagi atas 3 (tiga) bagian, yaitu tujuan penelitian, batasan isi yang akan dianalisis, serta definisi dari masing-masing kategori dan cara mengukurnya. Namun, dalam proyek penelitian ini, protokol dibuat secara sederhana dengan hanya mencakup definisi serta cara mengukur masing-masing kategori. Contohnya, dalam kategori informasi, sebuah konten dikatakan masuk ke dalam sub-kategori edukasi apabila berupa berita, fakta, pengenalan tokoh, hingga tips dan trik. Begitu pun sama dengan kategori lainnya, sehingga hal ini dapat memudahkan *coder* dalam proses pengisian lembar *coding*

tersebut. Protokol ini dibuat oleh ketua proyek dalam bentuk *file* Microsoft Word yang terpisah dari *file coding sheet*.

4) Populasi dan Sampel

Selain menyiapkan lembar *coding*, pemilihan populasi dan sampel juga menjadi tahap penting yang dilakukan dalam melakukan analisis isi. Dikatakan bahwa idealnya, analisis isi akan menganalisis semua konten yang ada di dalam media (Eriyanto, 2011). Contohnya seperti dalam proyek penelitian ini, seluruh konten yang terdapat dalam Instagram setiap organisasi perlu untuk dianalisis. Akan tetapi, dalam praktiknya akan terdapat kendala pada waktu ataupun tenaga, sehingga diperlukan penggunaan sampel. Oleh karena itu, pada penelitian yang dilakukan oleh peserta magang, ketua proyek memutuskan untuk mengambil konten yang diunggah oleh organisasi dalam jangka waktu 6 (enam) bulan terakhir sebagai sampel yang akan dianalisis dalam penelitian.

Setelah mengetahui ketentuan konten yang diambil sebagai sampel, peserta magang kembali melakukan *monitoring* pada konten yang diunggah dalam *account* Instagram organisasi terhitung sejak tanggal 18 April 2020 hingga 18 Oktober 2020. Seluruh konten dalam jangka waktu tersebut kemudian di-*screenshots* sebagai penanda bahwa konten-konten tersebut yang terpilih sebagai sampel penelitian. Setelahnya, peserta magang menghitung jumlah keseluruhan konten yang menjadi sampel dari setiap organisasi yang dipilih. Dari *account* Instagram Magdalene Indonesia terkumpul total sebanyak 304 konten, sedangkan dari *account* Instagram Jakarta Feminist terkumpul sebanyak 362 konten. Secara keseluruhan, peserta magang perlu melakukan analisis pada kurang lebih 666 konten Instagram. Adapun contoh sampel dari kedua *account* Instagram organisasi dapat dilihat pada gambar 3.6 dan 3.7.

penarikan sampel yang tepat dalam uji reliabilitas. Berdasarkan beberapa pertimbangan dan hasil diskusi tersebut, diputuskan bahwa pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik penarikan sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Dalam proses penarikan sampel ini, peserta magang terlebih dahulu memberikan penomoran pada setiap konten yang menjadi sampel menyeluruh. Untuk konten Magdalene Indonesia diberikan nomor 1–304 dan konten Jakarta Feminist diberikan nomor 1–362. Setelah selesai melakukan penomoran, nomor konten tersebut dipilih secara acak menggunakan *random number generator* untuk menentukan konten mana yang menjadi sampel analisis dalam perhitungan uji reliabilitas. Setelahnya, peserta magang membuat list berisi nomor dan link konten yang digunakan dalam uji reliabilitas.

5) *Training/Pelatihan Coder* dan Pengujian Validitas Reliabilitas

Tahapan selanjutnya setelah lembar *coding* dan sampel telah dipersiapkan adalah pelatihan *coder* dan pengujian validitas reliabilitas. Pelatihan *coder* merupakan sebuah tahapan penting yang harus dilakukan sebelum memulai suatu *coding*. Adapun tujuan dari dilakukannya pelatihan *coder* adalah supaya *coder* dapat mengerti dengan baik kategori yang dipakai dalam penelitian, definisi dari masing-masing kategori, dan dapat mengaplikasikan protokol penelitian secara benar. Selain itu, pelatihan juga berguna untuk memberikan pemahaman yang sama terhadap lembar *coding* dan protokol (Eriyanto, 2011).

Tidak hanya pelatihan *coder*, pengujian validitas dan reliabilitas juga penting untuk dilakukan. Validitas berkaitan dengan apakah alat ukur yang digunakan dapat secara tepat mengukur konsep yang diinginkan. Apabila alat ukur yang digunakan salah, maka temuan-temuan yang dihasilkan dipastikan tidak dapat dipercaya, begitupun sebaliknya. Sementara itu, reliabilitas melihat pada apakah alat ukur dapat dipercaya menghasilkan temuan yang sama ketika dilakukan oleh orang yang berbeda. Maka dari itu, kedua hal tersebut sangat penting dilakukan karena akan berpengaruh pada hasil akhir dari penelitian.

Dalam proyek penelitian ini, peserta magang bersama anggota lainnya sempat melakukan pelatihan sebagai *coder*. Hal ini juga dilakukan bersamaan dengan proses uji reliabilitas antar-*coder*. Sebelum mencoba melakukan pengisian *coding*, anggota proyek diberikan *brief* terlebih dahulu oleh ketua proyek mengenai cara pengisian *coding sheet* yang sudah dibuat. Untuk proses analisis uji reliabilitas, perlu dilakukannya pertukaran konten antaranggota supaya setiap konten yang menjadi sampel dapat dianalisis oleh 2 (dua) orang yang berbeda. Oleh karena itu, pekerja magang bersama 2 (dua) anggota proyek lain yang masuk dalam kelompok feminis melakukan perputaran *account* Instagram. Pada akhirnya, selain Magdalene Indonesia dan Jakarta Feminist, peserta magang juga kebagian untuk menganalisis konten Instagram dari organisasi Mubadalah.id dan Indonesia Feminis.

Setelah melakukan pertukaran *account*, peserta magang mulai melakukan *coding* menggunakan lembar *coding* yang telah dibuat sebelumnya. Peserta magang menganalisis pada total 4 (empat) *account* Instagram dengan konten berjumlah 30 (@magdaleneid), 36 (@jakartafeminist), 22 (@mubadalah.id), dan 91 (@indonesiafeminis). Berikut merupakan salah satu contoh hasil *coding* dari yang dikerjakan oleh peserta magang dalam uji reliabilitas pertama.

Gambar 3.8 Contoh Hasil Coding Uji Reliabilitas 1

Kategori		Multimedia Strategy										Kode Posting
Category	Sub Category	grafik	gambar	foto	video	audio	Format lain	hashtag	emoticon	Interaktivitas		
Action	Read News	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 4	
Action	Event promotion	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	MI 28	
Action	Interaction request	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 32	
Information	Education	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	MI 45	
Action	Read News	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 49	
Community	Recommendation	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 73	
Information	Information	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	MI 82	
Information	Education	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 93	
Action	Interaction request	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	MI 99	
Information	Information	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	MI 122	
Action	Attitude Change	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	MI 140	
Action	Attitude Change	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	MI 146	
Information	Opinion	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 157	
Community	Celebration	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	MI 164	
Action	Read News	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 175	
Action	Read News	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 179	
Information	Opinion	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 182	
Community	Recommendation	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 190	
Action	Read News	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 200	
Information	Education	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 203	
Community	Recommendation	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 215	
Community	Quote	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	MI 224	
Action	Event promotion	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	MI 225	
Action	Event promotion	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 238	
Action	Event promotion	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	MI 240	
Information	Education	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	MI 241	
Information	Education	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	MI 251	
Action	Read News	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	MI 259	
Information	Education	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	MI 268	
Community	Quote	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	MI 271	

Sumber: Data Olahan Peserta Magang (2020)

Selanjutnya, setelah selesai mengerjakan *coding*, peserta magang ditugaskan untuk melakukan perhitungan uji reliabilitas dari hasil *coding* yang telah dikerjakan. Perhitungan dilakukan menggunakan formula Cohen (Cohen Kappa). Menurut Landis dan Koch (1997) yang dikutip dalam jurnal oleh McHug (2012), penjabaran untuk kategorisasi nilai koefisien Cohen Kappa dijabarkan seperti pada tabel 3.3.

Tabel 3.3 Nilai Koefisiensi Cohen Kappa

$k < 0,00$	<i>Poor Agreement</i>
$0,01 < k < 0,20$	<i>Slight</i>
$0,21 < k < 0,40$	<i>Fair</i>
$0,41 < k < 0,60$	<i>Moderate</i>
$0,61 < k < 0,80$	<i>Substantial</i>
$0,81 < k < 1$	<i>Almost Perfect Agreement</i>

Sumber: McHug (2012)

Berdasarkan tabel tersebut, hasil perhitungan dapat dikatakan sudah reliabel apabila memiliki nilai di atas 0,60. Namun, setelah peserta magang melakukan perhitungan reliabilitas pada hasil *coding* yang dikerjakan, didapatkan nilai reliabilitas untuk Magdalene Indonesia sebesar 0,49 dan Jakarta Feminist sebesar 0,44. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai reliabilitas antar-coder dalam analisis konten kedua organisasi masih tergolong rendah.

Gambar 3.9 Perhitungan Hasil Coding 1 Magdalene Indonesia

Formula Cohen (Cohen Kappa)				Proporsi Kategori Antarcoder			
Hasil Coding	Magdalene Indonesia			Kategori	Frekuensi		
Kode Posting Konten	Coder A (Kadek)	Coder B (Jia)	Setuju (S) atau Tidak Setuju (TS)		Coder A (Kadek)	Coder B (Jia)	Persilangan
MI 4	3	3	S	Information	10	9	90
MI 28	3	3	S	Community	6	8	48
MI 32	3	2	TS	Action	14	13	182
MI 45	1	2	TS				
MI 49	3	3	S				
MI 73	2	1	TS				
MI 82	1	1	S				
MI 93	1	3	TS				
MI 99	3	2	TS				
MI 122	1	1	S				
MI 140	3	3	S				
MI 146	3	3	S				
MI 157	1	1	S				
MI 164	2	2	S				
MI 175	3	3	S				
MI 179	3	3	S				
MI 182	1	1	S				
MI 190	2	2	S				
MI 200	3	3	S				
MI 203	1	1	S				
MI 215	2	2	S				
MI 224	2	3	TS				
MI 225	3	2	TS				

Persetujuan yang diharapkan = 0,35

Reliabilitas Antar-Coder= 0,49 (49%)

Sumber: Data Olahan Peserta Magang (2020)

Gambar 3.10 Perhitungan Hasil Coding 1 Jakarta Feminist

Hasil Coding Jakarta Feminist				Proporsi Kategori Antarcoder			
Kode Posting Konten	Coder A (Kadek)	Coder B (Jia)	Setuju (S) atau Tidak Setuju (TS)	Kategori	Frekuensi		
					Coder A (Kadek)	Coder B (Jia)	Persilangan
JF 7	3	3	S				
JF 12	3	3	S				
JF 13	2	1	TS	Information	2	6	12
JF 19	3	3	S	Community	3	3	9
JF 49	3	2	TS	Action	31	27	837
JF 73	3	2	TS				
JF 76	3	1	TS				
JF 88	3	2	TS				
JF 89	1	1	S				
JF 93	3	3	S				
JF 94	3	3	S				
JF 95	3	3	S				
JF 110	3	3	S				
JF 137	3	3	S				
JF 158	3	3	S				
JF 172	3	3	S				
JF 198	3	3	S				
JF 200	3	3	S				
JF 209	3	3	S				

Persetujuan yang diharapkan = 0,66			
Reliabilitas Antar-Coder= 0,44 (44%)			

Sumber: Data Olahan Peserta Magang (2020)

Rendahnya nilai tersebut kemungkinan besar disebabkan oleh masih banyaknya perbedaan persepsi dalam menganalisis sebuah konten yang menimbulkan tingginya perbedaan pada hasil *coding* yang dikerjakan. Oleh karena itu, untuk menyamakan persepsi antar anggota proyek yang bertindak sebagai *coder*, diadakan diskusi bersama ketua proyek. Dari diskusi tersebut, ditetapkan bahwa akan terdapat perubahan pada *coding sheet* yang ada untuk semakin meminimalisasi kecenderungan hasil tidak reliabel. Berikut merupakan gambaran dari *coding sheet* baru.

Gambar 3.11 Lembar Coding Baru

Kategori	Sub Kategori	Kode posting					
		M1					
Information	Information						
	Education						
	Opinion						
	Announcement						
Community	Support						
	Announcement						
	Reply						
	Response						
	Celebration						
	Recommendation						
Action	Quote						
	Sympathy						
	Donation request						
	Campaign request						
	Interaction request						
	Event promotion						
	Product sales						
	Volunteer request						
	Lobbying						
	Join Community						
	Vote Request						
	Video Watch						
	Read News						
	Giveaway Competition						
Attitude Change							
Product Creation							
Download Works							
Multimedia Strategy	Grafik						
	Gambar						
	Foto						
	Video						
	Audio						
	Format Lain						
	Hashtag						
Emoticon							
Interaktivitas							

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2020)

Setelah mendapatkan lembar *coding* baru, peserta magang kembali melakukan *coding* pada keempat *account* Instagram yang sempat dikerjakan sebelumnya. Kali ini, proses analisis dan pengisian lembar *coding* oleh anggota dilakukan dengan berpegang pada satu persepsi yang sama seperti yang telah dibahas dalam diskusi sebelumnya. Salah satu contoh dari hasil *coding* menggunakan *coding sheet* baru dapat dilihat pada gambar 3.12.

Gambar 3.12 Contoh Hasil Coding Uji Reliabilitas 2

Kategori	Sub Kategori	Kode Posting																				
		Mi 4	Mi 28	Mi 32	Mi 45	Mi 49	Mi 73	Mi 82	Mi 93	Mi 99	Mi 122	Mi 140	Mi 146	Mi 157	Mi 164	Mi 175	Mi 179	Mi 182	Mi 190	Mi 200	Mi 203	Mi 215
Information	Information	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Education	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
	Opinion	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Community	Announcement	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Support	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Announcement	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Reply	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Response encouragement	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Celebration	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak						
	Recommendation	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya
Action	Quote	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Sympathy	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Donation request	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Campaign request	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Interaction request	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Event promotion	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak							
	Product sales	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Volunteer request	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Lobbying	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Join Community	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Vote Request	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Video Watch	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	Multimedia Strategy	Read News	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya
Give Away Competition		Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Attitude Change		Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Product Creation		Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Download Works		Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Gratik		Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Gambar		Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
Foto		Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
Video		Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Audio		Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Format Lain	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Screening	Tidak							
Hashtag	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	
Emotion	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	
Interaktivitas	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya							

Sumber: Data Olahan Peserta Magang (2020)

Kemudian, peserta magang kembali melakukan perhitungan reliabilitas menggunakan formula Cohen Kappa. Dari hasil *coding* ini, didapatkan nilai reliabilitas untuk *account* Magdalene Indonesia sebesar 75% dan untuk *account* Jakarta Feminist sebesar 76%. Apabila kembali melihat pada tabel kategorisasi nilai koefisiensi Cohen Kappa, kedua nilai tersebut dinyatakan reliabel dan tergolong ke dalam kategori *substansial*. Dengan kedua hasil yang dinyatakan reliabel, maka *coding sheet* ini dapat digunakan dan dipercaya sebagai alat ukur atau instrumen yang sesuai untuk melakukan pengumpulan data primer.

Gambar 3.13 Perhitungan Hasil Coding 2

Proporsi Kategori Antar-Coder			
Kategori	Frekuensi		
	Coder A (Kadek)	Coder B (Jia)	Persilangan
Information	10	7	70
Community	6	6	36
Action	17	20	340

Persetujuan yang diharapkan
 $= (1 / 33^2) \times (70+36+340)$
 $= 0,41$

Reliabilitas Antar-Coder
 $= 0,85 - 0,41 / 1 - 0,41$
 $= 0,75 (75\%)$ **Substantial**

Proporsi Kategori Antar-Coder			
Kategori	Frekuensi		
	Coder A (Kadek)	Coder B (Jia)	Persilangan
Information	3	2	6
Community	6	4	24
Action	28	31	868

Persetujuan yang diharapkan
 $= (1 / 37^2) \times (6+24+868)$
 $= 0,66$

Reliabilitas Antar-Coder
 $= 0,92 - 0,66 / 1 - 0,66$
 $= 0,76 (76\%)$ **Substantial**

Sumber: Data Olahan Peserta Magang (2020)

Di sisi lain, untuk pengerjaan uji validitas sendiri tidak dilakukan oleh peserta magang maupun anggota proyek lainnya. Namun, dikarenakan ketua proyek sudah mempersilakan para anggota proyek untuk melanjutkan ke proses *coding* dengan menggunakan lembar *coding* kedua, maka dapat dipastikan bahwa lembar *coding* tersebut telah dinyatakan valid.

6) Proses *Coding*

Setelah instrument penelitian telah teruji dan para *coder* sudah memahami cara pengisian lembar *coding* dengan baik, proses utama pengumpulan data dapat mulai dilakukan. Dalam hal ini, pengumpulan data disebut dengan proses *coding*. Pengisian *coding sheet* merupakan proses utama dalam pengumpulan data yang diperlukan oleh penelitian. Dalam praktiknya, proses *coding* ini dapat disamakan dengan proses wawancara dalam penelitian kualitatif. Proses ini sangat menentukan kualitas dari hasil analisis isi (Eriyanto, 2011).

Dalam proyek penelitian ini, proses *coding* dilakukan oleh peserta magang dengan cara yang sama seperti pada pengisian dalam uji reliabilitas. Namun, yang membedakan hanyalah jumlah konten yang dianalisis, di mana ketika uji reliabilitas, mahasiswa hanya menganalisis 30 konten Magdalene Indonesia dan 36 konten Jakarta Feminist. Sedangkan dalam proses *coding* ini, peserta magang sudah mulai

mengerjakan keseluruhan konten dalam 6 bulan terakhir yang masing-masingnya berjumlah 304 (Magdalene Indonesia) dan 362 (Jakarta Feminist).

Proses *coding* dalam penelitian ini menggunakan unit temantik, di mana unit pengamatannya adalah *item*. Dalam unit ini, pengamatan bukan hanya dilakukan dengan melihat kata ataupun kalimat, melainkan melihat pada keseluruhan *item* yang ada. Pada praktiknya dalam analisis konten Instagram, pekerja magang sebagai *coder* dituntut untuk mengamati seluruh elemen yang ada di dalam sebuah konten, baik dari gambar, video, *caption*, hingga *hashtag* yang digunakan. Setelah mengamati keseluruhan elemennya, barulah peserta magang dapat menentukan konten tersebut tergolong dalam kategori pesan yang mana.

Dalam *coding sheet* yang digunakan oleh peserta magang, satu konten dapat dimasukkan ke dalam lebih dari satu kategori. Namun, hal tersebut tetap harus disesuaikan dengan hasil analisis dari keseluruhan elemen yang ada. Apabila konten masuk ke dalam salah satu kategori pesan tertentu, maka dalam *coding sheet* dapat ditulis dengan kata “Ya”. Sebaliknya, apabila tidak termasuk dalam kategori tertentu dapat ditulis dengan kata “Tidak”. Berikut merupakan salah satu contoh hasil *coding* untuk kategori jenis pesan yang dilakukan oleh peserta magang.

Gambar 3.14 Contoh Hasil Coding Kategori Jenis Pesan

Kategori	Sub Kategori	MI 1	MI 2	MI 3	MI 4	MI 5	MI 6	MI 7	MI 8	MI 9	MI 10
Information	Information	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak
	Education	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
	Opinion	Tidak									
	Announcement	Tidak									
Community	Support	Tidak									
	Announcement	Tidak									
	Reply	Tidak									
	Response encouragement	Tidak									
	Celebration	Tidak									
	Recommendation	Tidak									
	Quote	Tidak									
Sympathy	Tidak	Ya	Tidak								
Action	Donation request	Tidak									
	Campaign request	Tidak									
	Interaction request	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
	Event promotion	Ya	Tidak	Ya							
	Product sales	Tidak									
	Volunteer request	Tidak									
	Lobbying	Tidak									
	Join Community	Tidak									
	Vote Request	Tidak									
	Video Watch	Tidak									
	Read News	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
	GiveAway Competition	Tidak									
	Attitude Change	Tidak									
	Product Creation	Tidak									
Download Works	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	

Sumber: Data Olahan Peserta Magang (2020)

Selain menganalisis kategori jenis pesan, peserta magang juga perlu menganalisis *multimedia strategy* yang dilakukan oleh organisasi melalui konten-kontennya. Dalam bagian ini, peserta magang hanya perlu melihat apakah konten yang dianalisis berupa grafik, gambar, foto, video, audio, atau format lainnya. Kemudian, peserta magang juga perlu melihat apakah terdapat *hashtag* serta *emoticon* pada *caption* dalam konten tersebut. Terakhir, analisis pada segi interaktivitas konten yang dilakukan dengan memperhatikan apakah terdapat interaksi antara *admin* dari organisasi yang bersangkutan dengan para *followers*-nya. Berikut merupakan salah satu contoh hasil analisisnya.

Gambar 3.15 Contoh Hasil Coding Multimedia Strategy

Multimedia Strategy	Grafik	Tidak						
	Gambar	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
	Foto	Tidak						
	Video	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
	Audio	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
	Format Lain	Tidak						
	Hashtag	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya
	Emoticon	Tidak						
	Interaktivitas	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya

Sumber: Data Olahan Mahasiswa (2020)

7) Perhitungan Reliabilitas Final

Tahapan berikutnya setelah melakukan *coding* adalah perhitungan reliabilitas final. Proses ini dilakukan dengan cara yang sama seperti pada uji reliabilitas sebelumnya. Perhitungan dapat dilakukan dengan menggunakan formula Holsti, Krippendorff, ataupun Cohen Kappa disesuaikan dengan penelitian. Akan tetapi, dalam proyek ini, tahapan perhitungan reliabilitas final bukan menjadi tugas yang dikerjakan oleh peserta magang maupun anggota proyek lainnya. Pengerjaan tahapan ini dilakukan oleh ketua proyek penelitian.

8) *Input* Data dan Analisis

Tahapan terakhir dalam analisis isi adalah melakukan *input* data dan analisis. Setelah semua konten telah di-*coding*, langkah yang perlu dilakukan adalah melakukan *input* atau rekap data (Eriyanto, 2011). Kemudian, dilakukan pula analisis data kuantitatif. Tahap awal dari proses

analisis data adalah mendeskripsikan temuan. Adapun deskripsi temuan ini dapat dilakukan dengan membuat tabel frekuensi ataupun grafik.

Dalam proyek penelitian ini, *input* data dan analisis juga dilakukan oleh ketua proyek sehingga peserta magang hanya perlu mengumpulkan hasil *coding* yang telah dikerjakan pada tahap sebelumnya. Akan tetapi, untuk proses deskripsi temuannya dilakukan oleh ketua proyek dengan membuat tabel frekuensi. Berikut merupakan tabel frekuensi yang dihasilkan dari *coding* peserta magang.

Gambar 3.16 Tabel Frekuensi Hasil Coding

Kategori	Sub Kategori	Magdalene	Jakarta Feminis
Information	Information	41	14
	Education	63	11
	Opinion	23	3
	Announcement	0	5
Community	Support	2	2
	Announcement	2	19
	Reply	5	1
	Response	20	10
	Celebration	11	9
	Recommendation	15	0
	Quote	12	1
	Sympathy	7	3
Action	Donation request	0	18
	Campaign request	1	7
	Interaction request	16	5
	Event promotion	27	233
	Product sales	3	3
	Volunteer request	0	0
	Lobbying	0	28
	Join Community	0	2
	Vote Request	0	1
	Video Watch	3	5
	Read News	79	1
	GiveAway Competition	2	3
	Attitude Change	6	11
	Product Creation	0	1
Download Works	0	0	
Multimedia Strategy	Grafik	5	1
	Gambar	206	320
	Foto	27	79
	Video	62	18
	Audio	53	14
	Hashtag	271	162
	Emoticon	3	83
Interaktivitas	142	26	
Frekuensi		304	362

Sumber: Data Olahan Peserta Magang (2020)

Dari tabel di atas, ditemukan bahwa pada *account* Instagram Magdalene Indonesia, kategori fungsi pesan yang paling banyak digunakan dalam mengampanyekan isu feminisme adalah *action* (aksi) pada sub-kategori *read news* (ajakan membaca artikel/berita). Jenis lain yang juga cukup banyak digunakan adalah *information* (informasi) pada

sub-kategori *education* (konten edukasi). Sementara itu, pada *account* Instagram Jakarta Feminist, kategori fungsi pesan yang paling banyak digunakan adalah *action* (aksi) pada sub-kategori *event promotion* (ajakan mengikuti *event*).

Tidak hanya melakukan pengumpulan data menggunakan metode analisis isi, dalam proyek penelitian ini peserta magang juga bertugas untuk melakukan wawancara dengan organisasi yang dipegang untuk mendapat data tambahan. Peserta magang mulai melakukan *approach* kepada pihak Magdalene Indonesia dan Jakarta Feminist melalui *direct messages* di Instagram dengan pertimbangan mereka cukup aktif dalam *platform* tersebut. Namun, sangat disayangkan, setelah beberapa kali mencoba menghubungi kedua organisasi tersebut, tidak ada satu pun organisasi yang merespons pengajuan wawancara. Peserta magang mencoba kembali melakukan *approach* melalui *e-mail*, tetapi tidak kunjung mendapat balasan. Akan tetapi, karena dari ketua proyek pun tidak memaksa untuk melakukan wawancara apabila dari pihak organisasi menolak ataupun tidak memberikan respons, maka peserta magang tidak melakukan wawancara dengan organisasi.

Sebagai gantinya, peserta magang memutuskan untuk membantu anggota proyek lain yang berkesempatan mewawancarai salah satu organisasi LGBT yang dipegangnya, yaitu Kolektif Tanpa Nama. Wawancara dilakukan melalui Zoom Meeting bersama salah satu admin Instagram Kolektif Tanpa Nama bernama Hugo Ramsey. Pertanyaan yang diberikan dalam wawancara lebih mengenai tujuan dari dibentuknya organisasi, pesan utama yang ingin disampaikan oleh organisasi, media yang digunakan, target pesan, serta pendapat mengenai keefektifan penyampaian pesan melalui media sosial. Setelah proses wawancara selesai, peserta magang juga turut membantu dalam proses pengerjaan transkrip wawancara.

1.3.1.5 Stage 4: Analise

Tahap keempat dalam *The 5-Stage Model of Research* adalah *Analise*. Analisis merupakan bagian inti dari sebuah proyek penelitian dan seringkali dapat menjadi bagian paling menarik dalam melakukan penelitian (Rose,

Spinks, & Canhoto, 2015). Hal ini disebabkan karena dalam tahap analisis, peneliti bisa mendapatkan temuan-temuan baru yang mungkin belum pernah ditemukan dari penelitian sebelumnya. Namun, dalam proyek penelitian ini, peserta magang tidak memiliki keterlibatan dalam proses menganalisis data yang telah dikumpulkan pada tahap sebelumnya. Tahap analisis ini sepenuhnya dilakukan oleh ketua proyek.

1.3.1.6 Stage 5: Communicate

Tahapan terakhir dalam *The 5-Stage Model of Research* adalah *Communicate*. Pada tahap ini, dilakukan proses penulisan laporan penelitian berisikan temuan-temuan dari data yang telah dianalisis. Dalam penulisan laporan penelitian, peneliti harus memastikan bahwa hasil penelitian telah dikomunikasikan secara jelas, efektif, dan dengan cara yang memenuhi kebutuhan audiens atau pembaca (Rose, Spinks, & Canhoto, 2015). Oleh karena itu, berbagai macam detail yang ada di dalam laporan pun harus diperhatikan satu per satu untuk menghindarinya adanya kesalahan dalam penulisan. Untuk menghindari hal tersebut, ketika laporan selesai dibuat, perlu dilakukan *proofreading* untuk memastikan isi laporan sudah baik, terutama dalam segi penulisannya. Dalam proyek ini, pembuatan laporan sudah sepenuhnya masuk ke ranah ketua proyek. Peserta magang hanya terlibat dalam proses *proofreading*. *Proofreading* ini dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya kesalahan penulisan dalam laporan, baik dalam penggunaan tanda baca hingga *typo*. Setelah dipastikan tidak ada lagi kesalahan dalam penulisan, maka tahapan manajemen penelitian sudah dianggap selesai.

1.4 Kendala Pelaksanaan Kerja Magang

Selama melaksanakan Proyek Penelitian Independen, peserta magang menemukan beberapa kendala yang cukup menghambat proses pengerjaannya. Kendala-kendala tersebut antara lain:

- 1) Masih minimnya pengetahuan dari para anggota proyek termasuk peserta magang sendiri mengenai teori serta penerapan metode analisis isi,

sehingga setiap anggota perlu mempelajarinya sendiri dengan membaca buku sembari melakukan setiap tahapannya.

- 2) Terdapat banyak perbedaan persepsi antar anggota khususnya ketika melakukan uji reliabilitas yang membuat hasil perhitungan kurang reliabel, sehingga para anggota perlu saling berdiskusi untuk dapat menyamakan persepsi.
- 3) Kesulitan dalam melakukan *approach* pada organisasi untuk melakukan wawancara singkat sebagai data tambahan penelitian, sehingga tidak banyak data yang berhasil didapatkan dari organisasi itu sendiri.
- 4) Dikarenakan seluruh tugas dan koordinasi dilakukan secara *online*, maka sering ditemukan adanya miskomunikasi yang dialami terutama dalam hal *brief* tugas.

1.5 Solusi dari Kendala yang Dialami

Dari kendala-kendala yang dihadapi, solusi yang telah dilakukan oleh mahasiswa untuk menyelesaikan permasalahan tersebut antara lain:

- 1) Mempelajari teori metode analisis isi melalui buku rujukan yang diberikan oleh ketua proyek serta menerapkannya secara langsung dalam proses pengerjaan. Ketika terdapat kesulitan dalam mempelajari beberapa tahapannya, peserta magang dan anggota proyek lainnya langsung bertanya kepada ketua proyek.
- 2) Para anggota proyek saling berdiskusi, menyampaikan kesulitan yang dihadapi ketika mengerjakan tugas, menyampaikan pendapat mengenai makna dari setiap konteks yang ada dalam tugas, serta menyamakan persepsi mengenai konteks tersebut.
- 3) Melakukan *approach* secara terus-menerus kepada organisasi, hingga mendapat balasan. Ketika tidak mendapatkan respons apapun sampai batas waktu yang ditentukan, maka wawancara tidak dilaksanakan. Hal tersebut dikarenakan wawancara hanya dilakukan untuk mendapatkan data tambahan dari sisi organisasi. Ketua proyek tidak memaksakan proses wawancara apabila dari organisasi tidak merespon atau bersedia untuk diwawancara.

- 4) Setiap kali ada anggota yang kurang memahami *brief* tugas, anggota lain membantu menjelaskan ulang kepada yang bersangkutan. Para anggota tidak malu untuk bertanya baik melalui Whatsapp Group bersama ketua proyek ataupun pesan pribadi ke sesama anggota.