



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma post-positivisme. Paradigma post-positivisme didasarkan pada observasi dan pengujian yang sangat cermat terhadap realitas objektif yang muncul di dunia (Creswell, 2014, p.7). Pada paradigma post-positivisme, seorang peneliti harus mengawali penelitiannya dengan menguji teori maupun konsep tertentu, lalu mengumpulkan data baik yang mendukung maupun yang membantah konsep tersebut, baru kemudian membuat perbaikan-perbaikan lanjutan sebelum dilakukan pengujian ulang (Creswell, 2014, p.7). Sedangkan menurut Phillips dan Burbules (2000) post-positivisme merupakan proses membuktikan sebuah klaim, kemudian menyaring klaim tersebut menjadi kebenaran yang lebih kuat dengan memulainya dengan mengujikan sebuah konseptual ataupun teori (dikutip dari Creswell, 2014, p. 7)

Adapun alasan peneliti menggunakan paradigma post-positivisme yaitu berdasarkan konsep yang peneliti gunakan, peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan konsep *editorial strategies* pada masalah yang diteliti yaitu strategi dari redaksi Detikcom dalam meningkatkan *audience engagement* di Instagram

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif yang mana menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma post-positivisme. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berfokus kepada deskriptif dan narasi dalam penulisannya. Penelitian kualitatif adalah strategi penelitian yang biasanya menekankan kata-kata dari pada kuantifikasi dalam pengumpulan dan analisis data (Bryman, 2012, p. 380). Sedangkan menurut Creswell (2014, p. 183) metode kualitatif adalah penelitian yang mengandalkan data teks dan gambar, memiliki langkah-langkah unik dalam analisis data, dan menggunakan beragam desain.

Menurut Bryman (2012, p. 380), penelitian kualitatif memiliki tiga karakteristik yang sangat penting yaitu pertama, pendapat induktif dari hubungan antara teori dan penelitian. Kedua, posisi epistemologis digambarkan sebagai bentuk pemahaman. Ketiga adalah posisi ontologis digambarkan sebagai konstruksionis, yang menyiratkan bahwa sifat sosial adalah hasil dari interaksi antar individu. Sedangkan menurut Yin (2016, p. 3-4), penelitian kualitatif adalah penelitian yang berfokus pada kelompok atau grup yang spesifik, lebih jelasnya menyangkut pada kehidupan pribadi, kelompok dalam grup, budaya organisasi. Selain itu, penelitian kualitatif menawarkan kebebasan yang lebih besar dalam memilih topik yang menarik (Yin, 2016, p. 6). Yin (2016, p. 9) memaparkan bahwa ada lima karakter pada penelitian kualitatif yang membedakannya dengan penelitian lainnya, adapun perbedaannya yaitu,

1. Mewakili pendapat dan perspektif masyarakat
2. Secara eksplisit memerhatikan dan memperhitungkan kondisi kontekstual dunia nyata.
3. Menyumbangkan wawasan dari konsep yang ada atau baru yang dapat membantu menjelaskan perilaku dan pemikiran sosial.
4. Mengakui relevansi potensial dari berbagai sumber bukti dari pada mengandalkan satu sumber saja.

3.3 Metode Penelitian

Adapun metode pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Penggunaan paling umum dari istilah 'kasus' mengaitkan studi kasus dengan lokasi, seperti komunitas atau organisasi (Bryman, 2012, p. 67). Studi kasus umumnya cenderung dihubungkan dengan penelitian kualitatif, tetapi sebenarnya tidak hanya pada penelitian kualitatif (Bryman, 2012, p. 67). Selain itu, studi kasus dilakukan dengan kondisi orang atau daerah yang terbatas. Dalam studi kasus terbagi menjadi dua konteks yaitu area dan individu. Studi kasus juga merupakan penelitian yang bersifat mendalam (Bryman, 2012, p. 68).

Menurut Yin (2014, p.1) studi kasus adalah penyelidikan empiris yang menyelidiki kasus yang menjawab pertanyaan "bagaimana" atau "mengapa" tentang fenomena yang menarik. Studi kasus juga merupakan metode yang memungkinkan menambah pemahaman dan mempertahankan makna holistik dalam mempelajari perilaku manusia, perilaku kelompok, organisasi,

lingkungan, instansi pendidikan, dan industri (Yin, 2014, p. 4). Yin (2002) menjelaskan bahwa penelitian studi kasus yang berkualitas adalah yang mempunyai tahapan validitas dan realibilitas pada prosesnya (dikutip dari Yazan, 2015, p. 144). Yin (2002) juga memaparkan bahwa peneliti studi kasus seharusnya memaksimalkan empat kondisi terkait dengan kualitas desain yaitu, validitas konstruk, validitas internal, validitas eksternal, dan reabilitas. (dikutip dari Yazan, 2015, p. 140).

Selain itu studi kasus memiliki kemampuan untuk berhubungan secara sepenuhnya dengan berbagai jenis bukti, dokumen, wawancara, dan observasi (Yin, 2014, p. 12). Metode studi kasus memiliki empat tipe desain yaitu, tunggal holistik (*single-case holistic*), tunggal terjalin (*single-case embedded design*), multikasus holistik (*multiple holistic*), dan multikasus terjalin (*multiple-case embedded design*) (Yin, 2014, p. 46).

Adapun pada penelitian ini peneliti menggunakan tipe desain tunggal holistik (*single-case holistic*). Tipe tunggal holistik yaitu menguji secara rasional suatu formulasi penelitian, seperti teori atau konsep yang telah disusun dengan baik. Teori atau konsep tersebut disusun secara rinci dengan serangkaian asumsi atau proposisi dan diuji pada suatu kasus tertentu (Yin, 2014, p. 46). Pada penelitian ini, konsep *editorial strategies* digunakan pada kasus penelitian yaitu strategi redaksi Detikcom dalam upaya meningkatkan *audience engagement*. Penelitian ini akan menghasilkan jawaban mengenai gambaran bagaimana konsep *editorial strategies* dari Adornato (2017)

diterapkan pada redaksi Detikcom, serta menghasilkan fakta baru terkait relevansi proposisi konsep *editorial strategies*.

3.4 Key Informant dan Informant

Key Informant adalah orang atau beberapa orang yang menawarkan informasi kepada peneliti berupa latar belakang, peristiwa, atau individu mengenai suatu masalah (Bryman, 2012, p. 439). Pada penelitian ini *informant*-nya adalah para jurnalis yang bekerja di Detikcom dan memiliki posisi di dalam redaksi Detikcom. Menurut Yin (2014, p. 90), apabila terdapat lebih dari satu *informant* maka peneliti harus menentukan *key informant*, yang kerap menjadi kunci kesuksesan pada penelitian studi kasus. Pada pemilihan narasumber atau *informant* peneliti menggunakan teknik *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah pemilihan *informant* berdasarkan informasi dari *key informant* yang berada dalam kasus yang sama (Neuman, 2014, p. 275). Adapun alasan peneliti menggunakan *snowball sampling* adalah agar mendapatkan *informant* yang memiliki pengalaman dan pemahaman yang sama dengan *key informant* mengenai kasus yang diteliti.

Pada prosesnya, peneliti menanyakan dan meminta saran kepada *key informant* yaitu Meliyanti Setyorini mengenai *informant* yang dapat peneliti wawancarai, kemudian *key informant* mempertemukan peneliti dengan *informant* selanjutnya yaitu Dana Aditiasari. Selain itu, peneliti juga mengharapkan jawaban dan penjelasan dari *key informant* dapat menjadi informasi yang penting bagi penelitian ini.

Adapun *key informant* dan *informant* yang sudah peneliti tetapkan yaitu,

1. Meliyanti Setyorini, *Head of Content Delivery & Engagement Departement. (key informant)*

Meliyanti merupakan pimpinan dari divisi media sosial atau pada Detikcom disebut dengan *Conten Delivery & Engagement Departement*. Meliyanti sudah bekerja di Detikcom selama kurang lebih 15 tahun.

2. Dana Aditiasari, Redaktur dan Editor Detikcom-Detikfinance. (*informant*)

Dana merupakan redaktur dan editor di Detikcom spesifiknya sebagai redaktur kanal Detikfinance. Dana sudah bekerja di Detikcom sekitar 6 tahun.

3. Eva Safitri, Reporter Detikcom. (*informant*)

Eva adalah Reporter Detikcom. Dan sudah bekerja untuk Detikcom sekitar 1 tahun 9 bulan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian studi kasus, pengumpulan data dapat dilakukan dengan enam cara yaitu, dokumen, rekaman arsip, wawancara, observasi (langsung/partisipasi), dan perangkat-perangkat fisik (Yin, 2014, p. 101). Sedangkan pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan tiga cara dalam mengumpulkan data yaitu, observasi, wawancara, dan dokumen.

3.5.1 Observasi

Observasi merupakan aktivitas berupa pengumpulan data langsung dari lapangan (Raco, 2010, p. 112). Observasi adalah cara yang mengumpulkan data dengan pancaindra sendiri dan tidak melalui orang lain baik berupa dokumen ataupun *editing* (Yin, 2016, p. 150). Observasi juga merupakan tindakan turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian (Creswell, 2014, p. 224).

Yin (2014, p. 112) membagi observasi menjadi dua jenis yaitu observasi langsung dan observasi partisipan. Observasi langsung yaitu pengamatan yang dilakukan dengan langsung turun ke lapangan dengan mengamati perilaku dan peristiwa dalam periode tertentu (Yin, 2014, p. 112). Sedangkan observasi partisipan yaitu bentuk observasi khusus yang mana peneliti tidak hanya sebagai pengamat yang pasif, melainkan ikut berpartisipasi pada aktivitas maupun peristiwa di lapangan (Yin, 2014, p. 114).

Pada proses pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pengumpulan data pada wawancara dan studi dokumen. Karena pada penelitian ini peneliti lebih pada meneliti apa yang terjadi pada akun Instagram Detikcom dan konten-kontennya. Sehingga observasi dirasa tidak dibutuhkan.

3.5.2 Wawancara

Wawancara (*interview*) dilakukan untuk mendapatkan informasi, yang tidak dapat diperoleh melalui observasi atau kuesioner (Raco, 2010, p. 116). Wawancara yaitu bertanya langsung kepada responden kunci atau *key informant* mengenai fakta-fakta suatu peristiwa (Yin, 2014, p. 108). Selain itu, melalui wawancara, *key informant* akan membagikan pengalamannya dengan peneliti. Pengalaman yang berupa cerita dari *key informant* merupakan jalan masuk untuk mengerti sebuah permasalahan (Raco, 2010, p. 116-117).

Secara keseluruhan, wawancara merupakan sumber data yang esensial pada studi kasus, hal ini karena studi kasus umumnya berhubungan dengan urusan manusia (Yin, 2014, p. 109). Adapun wawancara yang dilakukan peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dari redaksi Detikcom dalam meningkatkan *audience engagement* di Instagram dan penggunaanya. Selain itu proses wawancara dengan *key informant* dan *informant* dilakukan pada bulan September hingga November 2019.

3.5.3 Dokumen

Pengumpulan data dengan dokumen juga diperlukan dalam penelitian ini. Peneliti membutuhkan berbagai dokumen terkait aktivitas Detikcom baik itu dalam lingkup redaksi ataupun aktivitas di Instagram. Dokumen adalah sumber informasi yang berasal dari

berbagai bentuk dan menjadi objek-objek pengumpulan data secara eksplisit (Yin, 2014, p. 103). Adapun aktivitas di Instagram seperti unggahan terdahulu yang telah didokumentasikan menjadi sumber dokumen yang akan peneliti teliti.

Pada penelitian ini, studi dokumen yang dilakukan dengan memantau akun Instagram Detikcom. dan mengamati berita ataupun konten di Instagram. Adapun pada akun Instagram Detikcom, studi dokumen dilakukan dengan cara seperti :

a. *Posting* (Foto atau Video)

Memantau foto ataupun video yang diunggah oleh Detikcom dengan maksud mengetahui tujuan dan bagaimana Detikcom memilih foto dan video yang akan diunggah di Instagram.

b. *Caption*

Mengamati bagaimana penulisan *caption* yang ditulis dengan penjelasan mengenai unggahan yang berupa foto ataupun video dan juga bagaimana peranan *caption* dalam menarik perhatian *audience* di Instagram.

c. *Tagging* dan *Mentioning*

Mengamati *tagging* dan *mentioning* bertujuan untuk mengetahui bagaimana Detikcom menggunakan fitur tersebut dalam aktivitas di Instagram seperti, *tag* tempat atau kejadian dan *mentioning* seseorang yang diberitakan.

d. Kolom Komentar

Memantau bagaimana aktivitas dari dari kolom komentar dari akun Instagram Detikcom seperti interaksi antara sesama pengguna Instagram (*audience*) dan juga Detikcom.

3.6 Keabsahan Data

Sebuah studi yang telah teruji keabsahannya adalah studi yang telah benar menginterpretasikan datanya, sehingga kesimpulan secara akurat mencerminkan dan mewakili masalah yang diteliti (Yin, 2016, p. 88). Menurut Kidder (1981) keabsahan data dapat dilakukan dengan menerapkan empat teknik yang terdiri dari validitas konstruk, validitas internal, validitas eksternal, dan reliabilitas (dikutip dari Yin, 2014, p. 38)

1. Validitas Konstruk

Menetapkan ukuran operasional yang benar untuk konsep-konsep yang akan diteliti dalam (Yin, 2015, 38). Teknik menggunakan validitas konstruk dengan cara menggunakan multisumber bukti, membangun rangkaian bukti, hingga memberikan *key informant* laporan studi kasus yang bersangkutan (Yin, 2015, 39).

2. Validitas Internal

Menetapkan hubungan kausal, di mana kondisi-kondisi tertentu diperlihatkan guna mengarahkan kondisi-kondisi lain, sebagaimana dibedakan dari hubungan semu (Yin, 2014, 38). Teknik studi kasus

validitas internal yaitu kerjakan pola perbandingan, penyusunan eksplanasi hingga analisis data (Yin, 2014, p. 39).

3. Validitas Eksternal

Dalam uji ketiga ini untuk mengetahui apakah temuan-temuan suatu penelitian dapat digeneralisasikan pada kasus yang bersangkutan (Yin, 2015, 42).

4. Uji Reabilitas

Reabilitas digunakan untuk mengembangkan data dasar studi kasus (Yin, 2014, 39). Tujuan umum reliabilitas adalah untuk meminimalisir error dan bias penyimpangan dalam suatu penelitian (Yin, 2014, 45).

Pada tahapan uji validitas, peneliti menggunakan validitas konstruk, internal, dan eksternal dengan tujuan data yang ditemukan dari wawancara dan dokumen dapat diaplikasikan pada teknik analisis data dan digeneralisasikan pada kasus yang diteliti.

Selain itu untuk memperkuat keabsahan data dapat dilakukan dengan melakukan triangulasi (Yin, 2016, p. 87). Denzin menjelaskan bahwa triangulasi menyaratkan penggunaan lebih dari satu metode atau sumber data dalam studi fenomena sosial. Hal ini merujuk pada pendekatan yang menggunakan *multiple observers*, perspektif teoritis, sumber data, dan metodologi, tetapi penekanannya cenderung pada metode penyelidikan dan sumber-sumber data (dikutip dari Bryman, 2012, p. 392). Patton (2002) memaparkan terdapat empat tipe triangulasi, yakni triangulasi data,

triangulasi investigator, triangulasi teori, dan triangulasi metodologi (dikutip dari Yin, 2016, p. 87). Merujuk pada penjelasan Denzim sebelumnya mengenai triangulasi berikut adalah penjelasan masing-masing dari jenis-jenis triangulasi (dikutip dari Stake, 1995, p. 112-114).

1. Triangulasi Data

Triangulasi yang digunakan untuk melihat fenomena atau kasus yang sama, tetapi dalam keadaan yang berbeda seperti waktu, tempat, dan interaksi orang-orangnya. Triangulasi data merupakan upaya untuk melihat apakah hal yang kita amati dan laporkan memiliki arti yang sama ketika ditemukan dalam keadaan yang berbeda.

2. Triangulasi Investigator

Triangulasi yang menggunakan bantuan peneliti atau pengamat lain dalam mengamati hasil pengumpulan data. Hal ini biasanya berbentuk tim atau lebih pada kolega dan mereka bukan hanya untuk mendukung atau melemahkan interpretasi tetapi, juga dapat memberi data tambahan pada penelitian.

3. Triangulasi Teori

Triangulasi yang menggunakan pengamat, panelis, atau pemeriksa yang memiliki sudut pandang teori yang berbeda atau alternatif. Teori tersebut dibandingkan dan dipadukan, sehingga dapat merancang riset, pengumpulan data, dan analisis yang lengkap.

Selain itu dapat juga membantu peneliti dan pembaca lebih memahami kasus yang diteliti.

4. Triangulasi Metodologi

Triangulasi yang dilakukan dengan memeriksa keabsahan data dari beberapa hasil pengumpulan data seperti wawancara, observasi dan dokumen agar dapat meningkatkan interpretasi terhadap kasus yang diteliti.

Berdasarkan empat jenis triangulasi di atas, peneliti menggunakan jenis strategi triangulasi metodologi untuk menguji keabsahan data. Selain itu, hasil pengumpulan data dari wawancara dengan *key informant* dan studi dokumen akan menjadi sumber utama pada penelitian ini.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tindakan memeriksa, mengategorikan, mentabulasi, menguji, atau menggabungkan kembali bukti-bukti data untuk mengatasi proposisi awal penelitian (Yin, 2014, p. 133). Adapun dalam menganalisis data, terdapat tiga teknik model analisis data yaitu, *pattern matching* (pencocokan pola), *explanation building* (penjabaran data), dan *time series analysis* (analisis deret waktu). (Yin, 2014, p. 133).

1. *Pattern Matching*

Pencocokan pola adalah analisis data dengan menggunakan logika dalam pencocokan pola (Yin, 2014, p. 140). Logika yang dimaksud yaitu membandingkan pola empiris (wawancara, observasi, dan

dokumen), yakni hasil temuan studi kasus dengan prediksi (konsep atau teori) sebelum melakukan pengumpulan data (Yin, 2014, p. 140).

2. *Explanation Building*

Explanation building yaitu analisis data yang lebih khusus dari pencocokan pola yang mana menganalisis data studi kasus dengan membuat suatu penjelasan mengenai kasus yang diteliti (Yin, 2014, p. 146).

3. *Time Series Analysis*

Analisis deret waktu adalah analisis yang dilakukan dengan menganalisis deretan waktu dalam penelitian atau eksperimen. Analisis tersebut biasanya megurutkan peristiwa atau kejadian dalam penelitian dengan maksud bahwa ada sebuah peristiwa yang terjadi sebelum suatu peristiwa tersebut terjadi (Yin, 2014, p. 150).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis *pattern matching* dalam menganalisis hasil data yang peneliti temukan. Hasil data tersebut akan dicocokkan berdasarkan pola dengan konseptual yang peneliti gunakan yaitu *editorial strategies*. Pada prosesnya peneliti mencocokkan temuan dari hasil penelitian berupa hasil wawancara dan dokumen dengan konsep *editorial strategies*. Hasil temuan tersebut dicocokkan dengan tiga faktor utama pada *editorial strategies* yaitu kepercayaan, pemanfaatan media sosial, dan pendekatan dengan *audience*.