



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

METODE PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian

Paradigma dapat dilihat sebagai seperangkat asumsi, konsep atau prinsip yang memandu pemikiran dan asumsi (Cooper & White, 2012, p. 6). Penelitian kualitatif menganggap bahwa realita disusun secara sosial dan hubungan antara peneliti dan informan tidak sama.

Paradigma yang digunakan untuk penelitian ini adalah konstruktivisme atau dalam bahasa lain disebut juga dengan interpretatif. Paradigma interpretatif menekankan pada interaksi sosial sebagai dasar pengetahuan (Cresswell, 2014, p. 7). Dalam paradigma ini peneliti biasanya menggunakan kemampuannya sebagai makhluk sosial untuk memahami bagaimana orang lain melakukan sesuatu.

Secara spesifik untuk meninjau interaksi manusia, penelitian dalam waktu lama membutuhkan sudut pandang, aksi dan interaksi antar manusia yang dipelajari seiring berkembangnya waktu (O'Donoghue, 2007, p. 10). Penelitian ini juga sedikit banyak melibatkan ingatan partisipan.

3.2. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Riset kualitatif adalah riset yang subjektif dan situasional sehingga hasil penelitian bukan untuk digeneralisasikan (Kriyantono, 2016, p. 56).

Lebih lanjut, ciri-ciri penelitian kualitatif adalah intensif, perekaman data yang hati-hati, analisis data di lapangan, subjektif, mendalam serta memunculkan hubungan antara teori, konsep dan data (Kriyantono, 2016, p. 57). Peneliti dalam riset kualitatif memiliki hak untuk menentukan jenis data dan desain penelitian bisa berubah sewaktu-waktu sesuai dengan perkembangan penelitian.

Peneliti yang mengambil metode penelitian kualitatif ingin memahami dengan baik tentang satu hal saja (Stake, 2010, p. 27). Penelitian kualitatif memberikan stereotip, namun disaat yang bersamaan juga melawannya. Data hasil penelitian kualitatif umumnya interpretatif yang didasari pengalaman berdasarkan situasi dan bersifat personal.

Riset deskriptif menunjukkan gambaran detail spesifik sebuah situasi, aktivitas sosial dan hubungan. Mencari pelaku dan penyebab penelitian, riset deskriptif kebanyakan mencari tahu isu baru atau menjelaskan penyebab sesuatu terjadi (Neuman, 2014, p. 40). Penelitian ini ingin menjelaskan mengapa seseorang memilih kanal dan konten tertentu yang menjadi bagian dalam rutinitas konsumsi medianya. Oleh karena itu, penelitian ini tergolong dalam penelitian deskriptif.

3.3. Metode Penelitian

Fokus pada pola konsumsi media, penelitian ini ingin melihat kelompok usia anak muda yang banyak melakukan *media multitasking*, yakni usia 15-24 tahun. Target penelitian ini untuk memahami alasan pola konsumsi dari kategori yang spesifik dan tidak bertujuan untuk melihat pola konsumsi secara umum. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode studi kasus agar bisa memecah data rutinitas konsumsi media setiap orang dengan lebih spesifik.

Metode studi kasus bertujuan untuk fokus memahami satu kasus saja. Studi kasus tidak menyamaratakan sebuah situasi, tetapi justru memecahnya menjadi bagian-bagian yang lebih kecil sehingga bisa memahami sebuah permasalahan dengan lebih detil dan mendalam (Stake, 1995, p. 4). Studi kasus berdasarkan pemahaman Stake menganggap realitas adalah sesuatu yang subjektif, membuatnya penting untuk memahami sebuah fenomena (Boblin, Ireland, & Robertson, 2013, p. 3). Kedekatan antara peneliti dengan fenomena penting untuk melonggarkan jarak antar keduanya. Meskipun seringkali terdapat bias dalam penelitian studi kasus karena kedekatan personal peneliti, namun metode yang digaga pada tahun 1995 ini lebih induktif dan fleksibel.

Dapat menjangkau masalah ilmiah yang luas, studi kasus lebih lanjut dibagi menjadi tiga jenis sesuai dengan sudut pandang yang digunakan oleh peneliti ketika melihat sebuah permasalahan (Stake, 1995, pp. 3-4). Ketika sebuah kejadian diteliti karena minat pribadi peneliti, maka termasuk dalam kategori studi kasus intrinsik. Dalam cakupan lebih besar, studi kasus juga bisa dianggap sebagai alat untuk memahami entitas yang lebih besar dari subjek. Mencari

hubungan kegiatan seseorang dengan sebuah sistem atau kelompok tertentu termasuk dalam kategori studi kasus instrumental. Studi kasus tidak terbatas dalam satu permasalahan saja, namun bisa menggabungkan lebih dari satu kasus dalam sebuah penelitian. Inilah yang disebut dengan studi kasus kolektif.

Mengamati pola konsumsi media bukan perkara mudah, banyak aspek yang bisa dianalisa dengan beragam metode. Kekuatan dari sebuah studi kasus adalah perhatiannya pada situasi lokal (Stake, 2006, p. 8). Dengan situasi dan kemampuan penulis, penelitian ini mengambil metode studi kasus agar bisa memahami alasan konsumsi media dengan lebih detail. Sudah banyak penelitian, bahkan lembaga survei yang mengambil data secara umum. Namun, belum ada hasil konkrit mengapa kanal atau media tertentu dipilih oleh seseorang hingga menjadi bagian dari sebuah pola atau rutinitas yang seseorang ulangi setiap hari. Dengan responden sebagai representasi dari keseluruhan untuk mengamati apa yang mereka lakukan dan menggambarkan siapa mereka berdasarkan pola konsumsi media. Hal itulah yang membuat penelitian ini tergolong dalam studi kasus instrumental.

3.4. Key Informan

Penelitian ini dilakukan dengan enam informan dari beragam latar belakang dan karakteristik. Seleksi informan dilakukan berdasarkan purposive sampling, setiap narasumber dipilih karena memiliki kebiasaan konsumsi berbeda dengan kriteria sebagai berikut:

a. Perempuan atau laki-laki

Pembagian gender yang merata untuk mengetahui dengan lebih seimbang terkait kebiasaan dan topik berita yang dikonsumsi.

b. Berusia 15-24 tahun

Penelitian ini mengambil nilai tengah kategori usia responden dari yang paling banyak melakukan *media multitasking* dan terpapar internet, yakni usia 15-24 tahun.

Pemilihan rasio usia menyesuaikan dengan data hasil penelitian sebelumnya (Voorveld & Goot, 2013, p. 403) yang menyatakan usia paling banyak melakukan *media multitasking* adalah usia 15-24. Menyesuaikan demografi di Indonesia, penelitian ini mengikuti jangka usia dari BPS yakni kelompok umur 15-19 dan 20-24 adalah usia dengan penetrasi internet tertinggi (APJII, 2018).

c. Latar belakang pendidikan

Pekerjaan yang dimiliki seseorang menentukan waktu kegiatan yang berdampak pada waktu konsumsi berita. Penetrasi pengguna internet berdasarkan tingkat pendidikan berada di atas 80% (APJII, 2018). Yakni persentase sedang sekolah SMA (90,2%), tamat SMA (80,6%), sedang kuliah (92,6%) atau tamat S1 (85,1%)

Oleh karena itu, diperlukan narasumber dari beragam pekerjaan agar dapat melihat benang merah kegiatan konsumsi berita meskipun dalam

kegiatan yang berbeda. Responden dari penelitian ini berstatus mahasiswa atau pelajar, sedang mengenyam pendidikan di bangku sekolah, sedang kuliah atau sudah sarjana (*fresh graduate*).

d. Mengonsumsi berita

Pengamatan yang dilakukan fokus pada kebiasaan membaca berita. Oleh karena itu, setiap responden perlu mengonsumsi berita dalam kanal apapun yang sering digunakan dalam rutinitasnya. Sosial media menjadi alasan pertama menggunakan internet pada posisi kedua sebesar 18,9% dan alasan kedua menggunakan internet yakni membaca berita daring menempati tempat keenam yakni 7% (APJII, 2018).

e. Berdomisili di Jabodetabek

Kontribusi pengguna internet per wilayah dari seluruh pengguna internet paling tinggi ada di pulau Jawa sebesar 55,7%, dengan masyarakat urban menggunakan internet sebesar 74,1% (APJII, 2018). Penelitian dilakukan pada wilayah Jabodetabek sebagai wilayah aktif berkegiatan yang terjangkau oleh peneliti.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan dua metode, wawancara mendalam dan diari media. Hal ini dilakukan agar data yang didapatkan melingkupi berbagai sudut pandang, baik dari alasan menggunakan media, observasi perilaku penggunaan media hingga catatan data penggunaan media.

3.5.1. Diari Media

Diari atau catatan harian sebagai dokumen yang dibuat oleh individual yang menjaga catatan reguler dan personal (Alaszewski, 2006, pp. 1-2). Catatan harian bisa digunakan pada kegiatan atau aktivitas yang selalu berlangsung, sehingga catatan menjadi lebih sesuai. Metode diary bisa dilakukan oleh peneliti ataupun oleh responden.

Metode diary yang dilakukan setiap hari ketika pertanyaan penelitian ditujukan untuk menangkap representasi kegiatan berdasarkan momen dengan catatan waktu yang nyata (Lischetzke, 2014, p. 1414). Diary media dalam penelitian komunikasi dilakukan untuk penelitian sosiologi yang mengandalkan penggunaan waktu. Berdasarkan perspektif ini, penggunaan media diukur sebagai aktivitas yang menghargai durasi dengan tambahan informasi untuk menambah konteks penelitian (Berg & Duvel, 2012, p. 6).

Beragam cara mengumpulkan data termasuk dalam metode diary media, termasuk wawancara dan diary yang diisi secara mandiri (Berg & Duvel, 2012, p. 7). Metode ini membuat partisipan bisa terlibat secara aktif dan memberikan data individu tanpa intervensi dari peneliti. Selain itu, *monitoring* atau pengawasan terhadap responden tidak perlu dilakukan dengan terlalu intensif (Gunthert & Wenze, 2012, p. 144). Cara ini biasanya lebih baik digunakan sebagai pengingat kejadian yang berhubungan dengan variabel. Selain itu, dengan menggunakan diary peneliti juga bisa mengambil gambaran besar proses yang berkembang seiring waktu.

Seiring perkembangan teknologi, metode ini semakin berkembang dengan menggunakan media digital. Praktik komunikasi yang dilakukan lewat ponsel secara berpindah-pindah juga bisa didokumentasikan. Fleksibilitas kegiatan komunikasi yang bisa diteliti dengan metode ini membuat penelitian bisa dilakukan tidak terbatas pada satu kanal saja (Berg & Duvel, 2012, p. 14).

Pengambilan data dapat mengacu pada kegiatan (*event-based sampling*) atau waktu (*time-based sampling*). Pengumpulan data berdasarkan waktu membuat partisipan bisa memberikan laporan mandiri berdasarkan waktu tetap yang sudah ditentukan atau dalam waktu acak (Lischetzke, 2014, p. 1416). Dengan waktu pasti yang sudah ditetapkan sebelumnya, pengalaman dan kebiasaan rutin bisa tercatat sesuai prediksi partisipan. Sedangkan pengisian data di waktu acak membuat peneliti melakukan generalisasi terhadap asumsi kegiatan partisipan, seperti waktu bangun tidur dan aktivitas lainnya.

Durasi untuk mengumpulkan data dengan metode diari berbeda dalam setiap penelitian, mulai dari beberapa hari hingga minggu bahkan bulan. Secara umum, waktu yang dibutuhkan untuk mengisi satu laporan, frekuensi laporan yang diberikan dalam satu hari dan durasi penelitian perlu disesuaikan agar tidak memberatkan partisipan. (Lischetzke, 2014, p. 1417)

Untuk penelitian ini, responden diminta untuk mengisi data dalam bentuk formulir daring melalui *google form*. *Google form* dipilih sebagai

media pengumpulan data lewat diari media karena mudah digunakan dan lebih dekat dengan responden dan peneliti. Data diberikan oleh responden selama tiga hari, terdiri dari dua hari kerja dan satu hari di akhir pekan (Jacobsen & Forste., 2011, p. 276). Pengumpulan data berdasarkan hari tersebut dilakukan agar data yang dikumpulkan bisa dibandingkan antar hari, baik saat rutinitas hari kerja dan saat sedang berlibur di akhir pekan.

Agar data yang diberikan oleh responden lebih spesifik, pengumpulan data dilakukan setiap empat jam, dihitung dari bangun tidur hingga persiapan untuk kembali tidur (Miller, Kinnally, Montano, & Robinson, 2016, p. 2). Apabila rentang waktu sebelum tidur dan waktu pengisian formulir terakhir belum mencapai empat jam, data tetap dikumpulkan sebelum tidur. Informan akan diingatkan secara manual lewat pesan pribadi untuk mengisi data diari media setiap empat jam agar pengisian data tetap sesuai dengan ketentuan waktu yang diberikan.

Pertanyaan yang diajukan seputar konten, kanal, lokasi, alasan dan aktivitas konsumsi berita berdasarkan waktu yang ditentukan, yakni:

DIARI POLA KONSUMSI MEDIA

KANAL UTAMA

1. Apa kanal utama yang paling sering anda konsumsi selama empat jam terakhir? Pilih salah satu.
 - a. Konten digital

- b. Mendengarkan musik
 - c. Menonton televisi
 - d. Membaca media cetak
 - e. Mencari informasi di internet (browsing)
 - f. Konten komputer (laptop atau komputer PC)
 - g. Permainan komputer
 - h. Kegiatan lainnya menggunakan komputer
 - i. Permainan video (Playstation, Nintendo, Xbox)
 - j. Menonton Film di Bioskop
 - k. Tidak melakukan apa-apa
 - l. Lainnya
2. Berapa lama anda menggunakan kanal utama dalam empat jam terakhir? Pilih salah satu.
- a. <5 menit
 - b. 5-10 menit
 - c. 11-15 menit
 - d. 16-20 menit
 - e. 21-25 menit
 - f. 26-30 menit
 - g. >30 menit
3. Konten atau topik berita apa yang paling sering anda konsumsi dalam empat jam terakhir?
- a. Virus Corona/COVID-19
 - b. Politik

- c. Ekonomi
 - d. Lingkungan
 - e. Hiburan
 - f. Teknologi
 - g. Internasional
 - h. Nasional
 - i. Lainnya
4. Topik konten apa yang paling menarik dalam empat jam terakhir? Jelaskan dengan singkat.
5. Apa alasan anda mengonsumsi kanal utama selama empat jam terakhir? Pilih salah satu.
- a. Hiburan
 - b. Bersosialisasi
 - c. Edukasi
 - d. Mengembangkan diri
 - e. Ekspresi diri
 - f. Bermain
 - g. Belajar
 - h. Mengumpulkan informasi
 - i. Lainnya

KANAL DAN KEGIATAN SEKUNDER

1. Apa kanal lainnya yang anda konsumsi bersamaan dengan kanal utama selama empat jam terakhir? Pilih satu atau lebih.

- a. Konten digital
 - b. Mendengarkan musik
 - c. Menonton televisi
 - d. Membaca media cetak
 - e. Mencari informasi di internet (browsing)
 - f. Konten komputer (laptop atau komputer PC)
 - g. Permainan komputer
 - h. Kegiatan lainnya menggunakan komputer
 - i. Permainan video (Playstation, Nintendo, Xbox)
 - j. Menonton Film di bioskop
 - k. Tidak melakukan apa-apa
 - l. Lainnya
2. Kegiatan fisik lain apa yang anda lakukan bersamaan dengan konsumsi media? Pilih satu atau lebih.
- a. Kegiatan primer (makan, minum, ke toilet)
 - b. Berbicara dengan orang lain (tatap muka langsung)
 - c. Berkirim pesan (*WhatsApp*, *Line*, dll)
 - d. Media sosial (*Instagram*, *Twitter*, *YouTube*, Tik-tok, Telegram)
 - e. Melakukan pekerjaan yang tidak menggunakan komputer
 - f. Melakukan pekerjaan menggunakan komputer
 - g. Mengirim email
 - h. Menelfon (video dan audio)

- i. Melakukan pekerjaan rumah (memasak, mencuci piring, menyapu, mengepel, dll)
 - j. Bekerja di kantor
 - k. Belajar di universitas/sekolah
 - l. Jalan-jalan atau nongkrong di luar rumah
 - m. Menonton film di bioskop
 - n. Tidak melakukan kegiatan lain (tidur, bermalas-malasan, dll)
 - o. Lainnya
3. Dimana lokasi anda dalam empat jam terakhir? Pilih salah satu.
- a. Kamar tidur pribadi
 - b. Ruangan lain di dalam rumah
 - c. Rumah teman atau saudara
 - d. Kendaraan umum (bus, kereta, dll)
 - e. Kendaraan pribadi (motor, mobil, angkutan *online*)
 - f. Universitas
 - g. Sekolah
 - h. Kantor
 - i. Kafe, restoran, bar, pusat perbelanjaan.
 - j. Lainnya
4. Rincian singkat kegiatan anda selama empat jam terakhir.

3.5.2. Wawancara Mendalam

Bersamaan dengan diari, dalam pengumpulan data terdapat wawancara lebih mendalam terkait data yang dikumpulkan dalam diari (Zimmerman & Wieder, 1977, p. 488). Wawancara kualitatif dilakukan tanpa struktur, tanpa standar dan bersifat terbuka (Taylor, Bogdan, & DeVault, 2015, p. 102). Hal ini dilakukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan mendalam selama melakukan tanya jawab. Wawancara daring berbasis audio dilakukan antara peneliti dan informan, bertujuan untuk memahami perspektif informan terhadap pengalaman atau situasi yang digambarkan melalui jawaban informan selama wawancara.

Wawancara kualitatif dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan tujuan penelitian (Taylor, Bogdan, & DeVault, 2015, pp. 103-104). Pertama adalah sejarah hidup atau otobiografi, wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan pengalaman yang berarti dari responden dan definisinya terhadap kejadian tersebut. Kedua, wawancara yang ditujukan untuk mengetahui kronologi sebuah kejadian atau kegiatan yang tidak bisa diobservasi secara langsung. Jenis wawancara terakhir adalah wawancara yang ditujukan untuk mencari gambaran besar sebuah situasi atau orang, wawancara ini dilakukan dengan jumlah responden yang besar karena ditujukan untuk mengetahui kondisi yang terjadi.

Karena wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan alasan konsumsi media yang tertulis pada diari, wawancara perlu dilakukan dengan inspeksi mendalam terhadap diari tersebut. Berdasarkan dokumen tersebut

dan dipandu oleh perhatian umum untuk penelitian ini, diharapkan adanya relevansi dari wawancara dan data diari media. Wawancara dilakukan sebagai sarana untuk memperluas informasi yang dipacu oleh refleksi responden. (Zimmerman & Wieder, 1977, pp. 489-491).

Pada penelitian ini, wawancara mendalam dilakukan untuk mengetahui kegiatan konsumsi berita transmedia khususnya untuk pemilihan konten dan kanal. Tujuan wawancara untuk mencari tahu secara detail alasan penggunaan beragam medium, yang tidak bisa diketahui secara kasat mata melalui data dari diari media.

3.6. Keabsahan Data

Untuk memvalidasi data yang didapatkan, penelitian ini menggunakan metode triangulasi data. Triangulasi data adalah cara untuk mengecek wawasan peneliti dari berbagai informan dan sumber data (Taylor, Bogdan, & DeVault, 2015, pp. 93-94). Triangulasi terbagi menjadi wawancara dan dokumen tertulis. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan pengetahuan dari dalam lewat wawancara dengan pertanyaan terbuka yang fokus dan spesifik. Dokumen tertulis diambil sebagai sumber berita khususnya untuk proses organisasi dan meneliti perspektif orang yang menulisnya.

Triangulasi adalah cara yang dilakukan untuk mendapatkan kesimpulan yang meyakinkan dalam hasil penelitian (Stake, 2010, p. 33). Pada penelitian ini, data faktual untuk mendukung keabsahan data didapatkan dari diari media yang dikumpulkan .

3.7. Teknik Analisis Data

Cara berpikir induktif digunakan oleh riset kualitatif, berawal dari hal khusus menuju pemikiran umum. Proses analisis data kualitatif pertama dilakukan dengan mengumpulkan data yang dikumpulkan di lapangan, lanjut dianalisa dan dikelompokkan berdasarkan ciri umum sembari di uji kesahihannya dengan kompetensi subjek. Selanjutnya, data yang sudah di kategorisasai di interpretasi dan dimaknai dengan teori dan konteks yang dibangun oleh peneliti (Kriyantono, 2016, pp. 167-168).

Proses analisis data terbagi menjadi dua kategori, pertama adalah analisis sebelum di lapangan (Sugiyono, 2016, p. 89). Materi yang diteliti adalah data sekunder dan bersifat sementara. Kedua, adopsi model Miles dan Huberman untuk analisis selama di lapangan. Secara detail menjelaskan proses reduksi data atau kategorisasi, penyajian data dan verifikasi data. Setelah semua data didapatkan, barulah bisa diambil kesimpulan dari hasil penelitian. Untuk penelitian ini, analisis sebelum di lapangan dilakukan dengan mengumpulkan dan mengamati data diari media sebelumnya selama tiga hari. Data ini kemudian dianalisa lebih dalam dengan dengan analisis langsung lewat metode wawancara mendalam.

Metode penelitian khususnya untuk studi kasus dibagi menjadi tiga. Pertama adalah interpretasi langsung, dimana peneliti menjabarkan sebuah situasi tanpa kesimpulan yang jelas sehingga membuat interpretasi bebas bagi pembaca lewat deskripsi-deskripsi yang dilakukan (Stake, 1995, p. 74). Kedua adalah korespondensi dan pola, melihat kesamaan antar setiap responden yang dianalisa, lalu membuatnya menjadi kelompok tertentu untuk memahami sebuah kebiasaan.,

isu atau konteks (Stake, 1995, p. 78). Dalam perkembangannya, cara analisis data ini berkembang menjadi interpretasi dan pembagian berdasarkan berbagai macam *patches* atau potongan dalam hasil penelitian (Stake, 2010, p. 150). Ketiga adalah generalisasi naturalis (Stake, 1995, p. 85), berfungsi untuk menjabarkan sebuah situasi dengan mengambil kesimpulan secara umum sehingga pembaca bisa merasakan koneksi dengan penelitian lewat deskripsi yang diberikan.

Riset ini menggunakan metode analisa data korespondensi dan pola karena ingin melihat rutinitas secara detil dalam pola konsumsi berita seseorang (Stake, 1995, p. 79). Dengan membandingkan hasil diari media dan wawancara mendalam antar responden, penelitian ini ingin mengetahui adakah kesamaan diantaranya. Lewat *coding* data pada diari media dan hasil wawancara mendalam, hasil penelitian disortir berdasarkan topik, tema dan isu yang relevan (Stake, 2010, p. 151). Khususnya untuk penelitian ini, data diari media akan dianalisa berdasarkan kanal utama, kanal kedua dan aktivitas fisik yang melibatkannya, sedangkan data wawancara mendalam dikategorikan berdasarkan data dari diari media yang bisa didalami lebih lanjut.