

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Setiap penelitian membutuhkan paradigma yang dapat memandu peneliti untuk menemukan kebenaran atau suatu jawaban. Paradigma menurut Sarantakos (dalam Manzilati, 2017) adalah sejumlah proposisi (pernyataan untuk membuktikan kebenaran) yang menjelaskan bagaimana dunia dilihat. Dengan kata lain, paradigma berarti cara pandang terhadap suatu isu. Sarantakos membagi paradigma dalam penelitian sosial menjadi empat kelompok besar, yaitu positivistik, interpretif, kritis, dan *postmodern* (p. 3). Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma interpretif atau konstruktivisme. Paradigma ini dilihat sebagai paradigma yang berusaha memahami manusia, berpaku pada bahasa dan interpretasi sehingga bersifat subjektif. Ciri lain dari interpretif adalah manusia sebagai pencipta dunia yang memberikan makna pada dunia. Tidak ada ikatan yang baku terhadap hukum, tetapi tidak lepas dari nilai juga (p. 4). Menurut Creswell & Creswell (2017), tujuan dari pandangan konstruktivis adalah untuk mengandalkan pandangan setiap partisipan terkait situasi yang sedang dikaji. Umumnya, pertanyaan yang diberikan cenderung bersifat luas dan umum sehingga tiap partisipan dapat mengkonstruksikan arti dari situasi yang ada. Berikut ini sejumlah asumsi yang diidentifikasi oleh Crotty terkait konstruktivisme (1998, dalam Creswell & Creswell, 2017):

1. Manusia mengkonstruksikan makna ketika berdampingan dengan dunia yang mereka interpretasikan.
2. Manusia terhubung dengan dunianya dan memberi makna sesuai dengan sejarah dan perspektif sosial, yang mana terkait dengan budaya masing-masing. Karena itu, peneliti kualitatif cenderung berusaha memahami konteks dari partisipan untuk mengumpulkan informasi. Mereka juga menginterpretasi informasi berdasarkan pengalaman dan latar belakangnya sendiri.

3. Makna selalu dipengaruhi oleh kehidupan sosial, interaksi antar komunitas manusia. Prosesnya cenderung induktif dan memperoleh makna dari data yang dikoleksi di lapangan.

Pada penelitian ini, paradigma konstruktivis digunakan agar penulis dapat memahami strategi SEO dalam *digital journalism* yang dilakukan Detikcom dan mengamati adanya aspek atau esensi jurnalistik yang hilang dari Detikcom. Mengingat hasilnya yang bersifat subjektif atau bergantung pada pandangan narasumber, penelitian ini tidak dapat diaplikasikan kepada media daring lainnya yang menerapkan strategi SEO dalam *digital journalism* yang dijalankannya.

### **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif. Jane Richie (dalam Sidiq & Choiri, 2019) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah upaya untuk meneliti dunia sosial dan perspektifnya yang didasari konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti (p. 5). Penelitian kualitatif menawarkan cara pandang yang berbeda terhadap realitas. Mereka melihat suatu peristiwa atau realitas sebagai hasil dari kehendak dan kebebasan manusia sehingga bersifat relatif, subjektif, dan membutuhkan penafsiran karena manusia adalah makhluk yang beragam (Haryono, 2020, p. 33). Sementara itu, menurut Sahir (2021), sifat deskriptif adalah sifat penelitian yang menggambarkan suatu fenomena dengan data yang akurat yang diteliti secara sistematis (p. 6).

Menurut Ulfatin (2022), penelitian kualitatif dimaksudkan untuk memahami keseluruhan fenomena sebagai satu kesatuan yang utuh. Penelitian kualitatif tidak digunakan untuk menjelaskan hubungan satu fenomena dengan fenomena lainnya (p. 149). Perbedaan masalah antara penelitian kualitatif dan kuantitatif meliputi (Abdussamad, 2021, p. 120):

Tabel 3.1 Perbedaan penelitian kuantitatif dan kualitatif

<b>Penelitian Kuantitatif</b>	<b>Penelitian Kualitatif</b>
Mengukur variabel yang ada dalam penelitian.	Mempelajari berbagai pandangan yang dimiliki setiap partisipan.
Menjelaskan atau memprediksi hubungan antar variabel.	Mengeksplorasi atau menginvestigasi masalah penelitian yang diteliti.
Menguji teori dan memberikan penjelasan meluas.	Menemukan informasi dan teori baru menurut pandangan partisipan.
Mengukur dampak dari setiap variabel.	Mengukur proses situasi dalam waktu yang lama.
Mengaplikasikan hasil penelitian untuk kelompok yang luas.	Menerima informasi detail terkait suatu kelompok yang tidak dapat diaplikasikan ke kelompok lain.

Sumber: Abdussamad (2021)

Istilah deskriptif sendiri bertujuan untuk mendeskripsikan keadaan lapangan. Deskripsi ini dapat berupa pelukisan, penggambaran, hingga pemaparan situasi sosial atau kejadian di lapangan. melukiskan, menggambarkan, dan memaparkan kejadian. Secara rinci, sifat penelitian deskriptif dijelaskan sebagai penelitian yang menjelaskan sifat atau karakteristik partisipan serta keadaan dan gejalanya agar dapat ditemukan kaitan antara satu gejala dengan gejala lainnya.

Melalui penelitian ini, penulis dapat mempelajari berbagai pandangan setiap partisipan terkait strategi SEO yang diterapkan dalam Detikcom melalui informasi yang diberikannya. Nantinya, penelitian ini menemukan keterkaitan antara gejala-gejala yang ada dalam proses pembuatan artikel SEO. Sesuai dengan ciri penelitian kualitatif, penelitian ini hanya diaplikasikan ke satu institusi dan tidak dapat diaplikasikan ke media lain.

### 3.3 Metode Penelitian

Sahir (2021) menjelaskan metode penelitian sebagai cara peneliti membuat gambaran secara komprehensif (p. 5). Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah studi kasus. Pengertiannya sendiri bervariasi, mulai dari metode yang memperdalam suatu kasus dengan mengumpulkan berbagai sumber informasi untuk mengeksplorasi sistem-sistem yang terkait (Semiawan, 2010, p. 49). Studi kasus ini merupakan studi tentang kekhususan dan kompleksitas suatu kasus

tunggal dengan tujuan memahami konteks, situasi, dan waktu dalam kasus tersebut (Patton, dalam Semiawan, 2010, p. 49). Biasanya, metode studi kasus digunakan ketika suatu kasus terkesan unik, penting, dan bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya. Semiawan menyatakan studi kasus dapat membantu peneliti untuk menyusun studi mendalam tentang perorangan, kelompok, program, organisasi, budaya, agama, daerah, bahkan negara. Metode ini berusaha memahami gejala yang kompleks.

Stake (1995) membagi studi kasus menjadi tiga jenis, yaitu intrinsik, instrumental, dan kolektif. Sebuah penelitian dapat dikatakan sebagai studi kasus intrinsik bila suatu kasus dipilih karena keharusan peneliti untuk meneliti kasus tersebut atau adanya minat terhadap suatu kasus dan bertanggungjawab untuk mengevaluasinya.

Kemudian, studi kasus instrumental mengacu pada penelitian yang membuat penelitiannya memperoleh wawasan lebih dalam terkait pertanyaan penelitian yang diajukan. Studi kasus ini berusaha memahami dan mencapai hal selain subjek yang diteliti. Sementara itu, studi kasus kolektif adalah studi kasus yang mempelajari suatu kasus dari berbagai subjek penelitian secara bersamaan dan membandingkannya (p. 3 – 5). Dalam penelitian ini, penulis berusaha menggali lebih dalam terkait bagaimana cara Detikcom membuat strategi SEO dalam memproduksi artikelnya sehingga studi kasus penulis termasuk ke dalam kategori intrinsik.

### **3.4 Informan**

Untuk melakukan studi kasus ini, penulis memerlukan narasumber yang relevan dengan topik penelitian. Dalam penelitian kualitatif, narasumber yang dibutuhkan disebut sebagai informan. Informan penelitian dijelaskan sebagai orang yang diyakini memiliki pengetahuan luas tentang permasalahan yang sedang diteliti (Rukin, 2021 p. 67).

Ketika menentukan informan, hal yang perlu dilakukan terlebih dahulu adalah menetapkan lokasi penelitian, kemudian baru memilih informan yang akan

dijadikan subjek penelitian. Pada penelitian ini, lokasi penelitian yang ditentukan adalah media daring Detikcom sebagai lembaga perusahaannya, sedangkan subjek penelitiannya adalah tim SEO Detikcom.

Menurut Hermawan & Amirullah (2016), yang membedakan narasumber penelitian kuantitatif dan kualitatif adalah jumlah respondennya. Penelitian kuantitatif cenderung mensyaratkan jumlah tertentu untuk responden, sedangkan informan kualitatif tidak ditentukan jumlahnya. Pada dasarnya, jumlah informan dalam penelitian kualitatif disesuaikan dengan kebutuhan peneliti. Bila terdapat kekurangan data, penulis dapat menambah informannya lagi (p. 209). Kriteria informan yang dibutuhkan penulis akan dijabarkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.2 Kriteria informan yang akan diwawancarai

No.	Kriteria Informan
1.	Bersedia diwawancara
2.	Bekerja di Detikcom
3.	Memiliki posisi yang berkaitan dengan pembuatan artikel SEO Detikcom.

Kriteria yang dibutuhkan meliputi ketersediaan untuk diwawancarai, bekerja di Detikcom, dan memiliki posisi yang terkait dengan pembuatan artikel SEO Detikcom. Untuk itu, penulis memilih tiga informan dengan tiga jabatan atau posisi yang berbeda, yakni satu informan sebagai *SEO Writer* Detikcom, satu informan sebagai Tim Riset SEO Detikcom, dan satu informan sebagai *SEO Specialist* Detikcom. Ketiga informan ini dipilih oleh penulis dengan anggapan bahwa ketiganya dapat memberikan informasi yang dibutuhkan penulis. *SEO Writer* berperan besar dalam menjelaskan berbagai kriteria penulisan artikel SEO, Tim Riset SEO berperan besar dalam menjelaskan proses pemilihan data untuk pembuatan artikel SEO, dan *SEO Specialist* berperan besar dalam menjelaskan sistem atau cara kerja SEO itu sendiri. Berikut ini rincian profil ketiga informan yang ditentukan penulis.

## 1) Profil Informan Debora Danisa

Debora Danisa, yang biasa dipanggil Debo atau Debora, adalah salah satu pegawai Detikcom yang saat ini menduduki posisi asisten tim redaktur di divisi regional Detikcom. Sebelum mengambil posisi tersebut, Debora merupakan SEO *Writer* di tim SEO *Task Force* Detikcom.

Dalam wawancara ini, Debora mengungkapkan bahwa SEO *Task Force* adalah tim khusus yang dikelola oleh bagian Proman (*Product Management*) sebagai upaya untuk meningkatkan *traffic* situs Detikcom. Tim ini dimulai pada Juli 2022 dan berakhir pada Februari 2023 sehingga Debora pun ikut berganti posisi.

Debora menyatakan, tim SEO *Task Force* dibuat dengan target awal mengisi *content gap*. Artinya, topik yang belum pernah diangkat sebelumnya dapat digarap oleh tim ini, terlepas dari *volume* pencariannya.

## 2) Profil Informan Rosmha Widiyani

Berbeda dengan informan sebelumnya, Rosmha Widiyani menempati posisi asisten redaktur di divisi Densus SEO Detikcom. Perempuan yang akrab dipanggil Ocha ini telah bekerja di Detikcom selama 5 tahun, tepatnya dari 2018. Sebelum berkarir di Detikcom, ia sempat bekerja di Kompas.com serta media harian nasional milik Lion Air yang telah ditutup permanen, menurut pengakuannya.

Ocha merupakan lulusan Pertanian di Universitas Gadjah Mada (UGM). Meski jurusan yang ditempuhnya melenceng dari karirnya saat ini, Ocha menyatakan bahwa sebagian besar pegawai Detikcom justru tidak berasal dari jurusan yang berkaitan. Berdasarkan pengamatannya, banyak pegawai yang bekerja di Detikcom berasal dari fakultas teknik atau yang paling mendekati adalah fakultas komunikasi. Namun, tetap saja, sebagian besar tidak berasal dari jurusan *Broadcasting* atau Jurnalistik.

Menurut Ocha, SEO berperan penting dalam media seperti Detikcom karena dapat memaksimalkan *traffic* yang nantinya dikonversi ke

pendapatannya. Fungsi ini tidak hanya berpengaruh terhadap kesejahteraan perusahaan, tetapi juga kesejahteraan karyawan atau pegawainya. Semakin besar pendapatan yang diperoleh Detikcom melalui strategi SEO ini, maka besar kemungkinan karyawan juga mendapatkan bonus yang lebih besar.

### **3) Profil Informan Nurdevi Noviana**

Nurdevi Noviana adalah *SEO Specialist & Content Strategic* Detikcom yang biasa dipanggil Nuno. Fokusnya saat ini berpusat pada tren dan konten *timeless*. Pria satu ini bekerja di Detikcom sejak 2021 atau selama dua tahun. Sebelumnya, ia pernah bekerja di *Fintech* dengan posisi yang sama dan merupakan lulusan Institut Pertanian Bogor (IPB) jurusan *Computer Science*.

Dalam wawancaranya dengan penulis, Nuno menyatakan bahwa SEO berperan penting untuk perusahaan sebagai salah satu jenis sumber *traffic*. Ia sendiri beranggapan bahwa kehadiran SEO dalam dunia jurnalistik tidaklah mengubah esensi dan fungsi media massa. Sebaliknya, SEO membantu media massa ke arah yang lebih baik dan justru menghasilkan kolaborasi yang seimbang antara bisnis dan fungsi awal medianya.

## **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Herdayati & Syahrial (2019) menjelaskan teknik pengumpulan data sebagai instrumen atau alat untuk mengumpulkan keterangan atau bahan nyata yang dapat dijadikan dasar penelitian. Teknik pengumpulan data kualitatif umumnya berubah-ubah, tergantung pada konteks permasalahan dan data yang ingin diperoleh sehingga disebut *bricoleur*, yaitu apapun strategi, metode, dan alat yang digunakan, semua tergantung pada keputusan peneliti (Denzim & Lincoln, dalam Harahap, 2020, p. 56).

Harahap menjelaskan enam teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian, ada observasi, wawancara, catatan lapangan serta memo analitik, studi dokumen, pengalaman personal, dan partisipasi. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dipakai adalah wawancara, observasi, dan studi dokumen.

Terdapat tiga jenis wawancara, yaitu wawancara terstruktur, wawancara tidak terstruktur, dan wawancara semi terstruktur. Untuk penelitian ini, penulis menggunakan jenis wawancara semi-struktur. Wawancara semi terstruktur merupakan wawancara yang terencana, tetapi proses wawancaranya dapat berubah tergantung dengan alurnya (Sarosa, 2021, pp. 22-24). Penulis menyusun daftar pertanyaan yang memandu penulis untuk menemukan jawaban penelitian, tetapi tidak menutup kemungkinan adanya pertanyaan baru selama sesi wawancara untuk dikaitkan dengan penelitian. Hal ini ditujukan agar penulis dapat memperoleh informasi sebanyak-banyaknya.

### **3.6 Keabsahan Data**

Setelah menganalisis data yang telah dikumpulkan, penulis perlu mengecek keabsahan data penelitiannya. Keabsahan data dibutuhkan tidak hanya untuk penelitian kuantitatif, tetapi juga untuk penelitian kualitatif. Menurut Sidiq dan Choiri (2019), objek yang diteliti dalam penelitian kualitatif sekaligus interpretasinya merupakan suatu hal yang dinamis sehingga penelitiannya membutuhkan waktu yang lebih lama. Ketidakpastian itu membuat pengujian keabsahan data diberlakukan agar penemuannya tidak memberikan informasi yang salah atau tidak sesuai (p. 87).

Mengutip Creswell (2014), ada delapan strategi yang dapat digunakan untuk menguji keabsahan data. Dari delapan strategi yang ada, penulis menggunakan strategi triangulasi, yaitu strategi yang memeriksa bukti dari berbagai sumber data dan digunakan untuk membangun justifikasi yang koheren terhadap topik yang diangkat. Dalam triangulasi, berbagai perspektif dari partisipan menjadi suatu hal yang dibutuhkan. Adanya perspektif yang beragam dapat diklaim sebagai pendukung validitas penelitian (p. 201). Sumber data yang digunakan oleh penulis sendiri meliputi tiga hal, yaitu studi dokumen, wawancara, dan observasi.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Setelah memastikan seluruh data telah terkumpul dan sah dianggap sebagai data yang valid, diperlukan teknik untuk menganalisis datanya. Menurut Stake (1995), teknik analisis data meliputi proses pengolahan data mentah yang kemudian diinterpretasi dengan paradigma penelitian yang digunakan (p. 53).

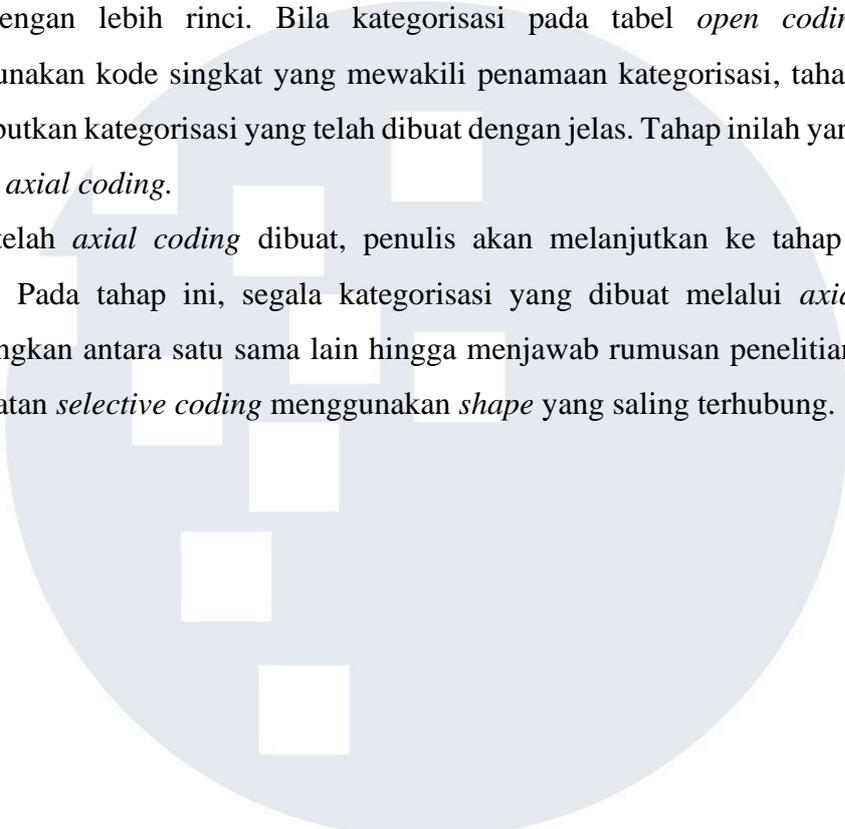
Ada tiga fase dalam teknik analisis data yang diungkapkan oleh Strauss dan Corbin (dalam Creswell), yaitu *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. *Open coding* adalah tahap peneliti untuk membentuk kategori dari setiap informasi yang diperolehnya terkait fenomena yang dijadikan studi kasus. Setiap wawancara dianalisis dengan cara penguraian, pemeriksaan, perbandingan, pembuatan konsep, hingga pengkategorian data. Selanjutnya, *axial coding* menjadi proses bagi penulis untuk memilih salah satu kategori dan memosisikannya ke dalam model teoritis. Pada tahap *selective coding*, penulis akan membuat alur cerita yang menghubungkan antar kategori. Alur cerita ini menunjukkan perkembangan dan data yang terintegrasi (Creswell, dalam Cho, 2020, pp. 87 - 88).

Sebelum memasuki proses *coding*, penulis perlu membuat transkrip wawancara terlebih dulu yang akan memudahkan penulis untuk memproses dan membandingkan data. Transkrip ini kemudian akan dibaca ulang oleh penulis agar dapat menemukan poin penting yang bisa digunakan dalam penelitian sebagai bukti atau penguat *statement*. Setelah penyusunan transkrip, penulis lanjut ke pembuatan tabel kode yang nantinya akan dikelompokkan sesuai kategorisasinya. Selama penyusunan tabel kode tersebut, penulis mulai memikirkan berbagai penamaan kategorisasi yang cocok untuk mewakili hasil tabel kode.

Setelah tabel kode selesai dibuat, penulis membuat tabel baru untuk kategorisasi atau *open coding*. Nama kategorinya sudah ditentukan sebelum memasukkan hasil tabel kode ke dalam tabel *open coding*, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa penamaan kategorisasi dapat berubah. Selanjutnya, penulis mencocokkan hasil tabel kode dengan kategorisasi yang sesuai. Dalam prosesnya, penulis berulang kali membaca hasil tabel kode dan selama pengerjaannya pun, tidak jarang penulis melakukan penukaran kategorisasi untuk kode-kode tertentu.

Pada tahap berikutnya, penulis menjabarkan berbagai kategorisasi yang penulis buat dengan lebih rinci. Bila kategorisasi pada tabel *open coding* hanya menggunakan kode singkat yang mewakili penamaan kategorisasi, tahap satu ini menyebutkan kategorisasi yang telah dibuat dengan jelas. Tahap inilah yang disebut dengan *axial coding*.

Setelah *axial coding* dibuat, penulis akan melanjutkan ke tahap *selective coding*. Pada tahap ini, segala kategorisasi yang dibuat melalui *axial coding* dihubungkan antara satu sama lain hingga menjawab rumusan penelitian penulis. Pembuatan *selective coding* menggunakan *shape* yang saling terhubung.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized 'U' with a grid pattern inside, followed by the letters 'M', 'M', and 'N' in a bold, sans-serif font.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA