

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian, seperti yang didefinisikan oleh Neuman (2014), adalah kerangka kerja pengorganisasian umum untuk teori dan penelitian yang mencakup asumsi mendasar, isu-isu kunci, model penelitian berkualitas tinggi, dan pendekatan untuk menjawab pertanyaan. Secara umum, paradigma penelitian adalah cara berpikir yang komprehensif yang mencakup asumsi mendasar, pertanyaan krusial yang harus dijawab atau teka-teki yang harus dipecahkan, metode penelitian yang akan digunakan, dan contoh-contoh penelitian yang efektif (Neuman, 2014, p. 26).

Denzin dan Lincoln (2018) juga mendefinisikan paradigma penelitian sebagai kumpulan keyakinan mendasar yang mengarahkan tindakan. Paradigma penelitian mengacu pada prinsip-prinsip utama sebagai bentuk konstruksi manusia yang mendefinisikan pandangan dunia dari penafsiran peneliti (Denzin & Lincoln, 2018, p. 195).

Penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa metode ini juga dinamakan postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Filsafat postpositivisme juga disebut sebagai paradigma interpretif dan konstruktif, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang utuh, kompleks, dinamis, penuh makna dan bersifat interaktif. Proses penelitian pada paradigma postpositivisme lebih bersifat kurang

terpola dan lebih menekankan pada interpretasi data dari hasil penelitian dilapangan (Sugiyono, 2013, pp. 7-8).

Lebih lanjut, Creswell (2018) mengatakan bahwa paradigma postpositivisme memegang filosofi yang berpendapat bahwa suatu penyebab mungkin dapat menentukan efek atau hasil. Dengan kata lain masalah yang dipelajari dalam paradigma *postpositivisme* mencerminkan kebutuhan untuk mengidentifikasi dan menilai penyebab yang dapat mempengaruhi efek atau hasil penelitian (Creswell, 2018, p.44).

Phillips and Burbules (dalam Creswell, 2018, p. 45) menjelaskan 5 asumsi kunci paradigma postpositivisme sebagai berikut.

1. Pengetahuan bersifat dugaan kebenaran mutlak tidak dapat ditemukan. Dengan demikian, bukti yang ditetapkan dari suatu penelitian pada hakikatnya tidak sempurna dan dapat salah. Karena alasan inilah para peneliti menyatakan bahwa mereka tidak membuktikan suatu hipotesis sebaliknya, mereka menunjukkan kegagalan untuk menolak hipotesis.
2. Penelitian adalah proses membuat klaim dan kemudian menyempurnakan atau meninggalkan sebagian klaim tersebut untuk klaim lainnya yang dijamin lebih kuat. Sebagian besar penelitian kuantitatif misalnya, dimulai dengan pengujian teori.
3. Data, bukti, dan pertimbangan rasional membentuk pengetahuan. Dalam praktiknya, peneliti mengumpulkan informasi tentang instrumen

berdasarkan langkah-langkah yang diselesaikan oleh peserta atau dengan pengamatan yang direkam oleh peneliti.

4. Penelitian berusaha untuk mengembangkan pernyataan yang relevan dan benar, yang dapat berfungsi untuk menjelaskan situasi yang menjadi perhatian atau yang menggambarkan hubungan sebab akibat yang menarik. Dalam studi kuantitatif, peneliti memajukan hubungan antar variabel dan mengajukannya dalam bentuk pertanyaan atau hipotesis.
5. Bersikap objektif merupakan aspek penting dari penyelidikan yang kompeten; peneliti harus memeriksa metode dan kesimpulan untuk bias. Misalnya, standar validitas dan reliabilitas penting dalam penelitian kuantitatif.

Oleh karena itu paradigma postpositivisme digunakan oleh peneliti sebagai acuan untuk melihat bagaimana motif dan kepuasan investor saham generasi z dalam mengakses berita saham di media sosial Instagram *Bisnis.com*.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah kualitatif. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme dan digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti menjadi instrumen kunci. Metode penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data secara gabungan (triangulasi) dengan analisa data yang bersifat induktif sehingga hasil penelitian ini lebih menitikberatkan pada makna daripada generalisasi (Sugiyono,2013, p.9).

Selain itu, menurut Creswell (2018), penelitian kualitatif adalah suatu metode untuk meneliti dan memahami makna seseorang atau kelompok dalam kaitannya dengan masalah sosial atau manusia. Partisipan dalam penelitian kualitatif menganut perspektif penelitian yang mempertahankan gaya induktif, menekankan makna individu, dan menekankan pentingnya menjelaskan situasi yang kompleks (Creswell, 2018, pp .41-42).

Adapun sifat dari penelitian ini adalah eksplanatif. Neuman (2014) menjelaskan bahwa penelitian yang bersifat eksplanatif dibangun berlandaskan penelitian eksplorasi dan deskriptif yang mencoba untuk menjelaskan dan mengidentifikasi bagaimana suatu fenomena dapat terjadi dengan tujuan untuk membangun, mengembangkan, memperluas, atau menguji teori (Neuman, 2014, p. 40).

Oleh karena itu, metode penelitian kualitatif dan bersifat eksplanatif digunakan oleh peneliti untuk mengeksplorasi jawaban yang beragam dari subjek yang diteliti yaitu investor saham generasi Z dalam mengakses berita saham di media sosial serta melakukan interpretasi data yang didapatkan yang kemudian akan diuraikan peneliti melalui teori *Uses and Gratifications 2.0* sehingga dapat diperoleh motif dan kepuasan yang didapatkan. Penelitian ini juga melengkapi keterbatasan-keterbatasan penelitian kuantitatif yang menggambarkan fenomena motif dan kepuasan tanpa memberikan penjelasan secara mendalam.

3.3 Metode Penelitian

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang akan digunakan untuk tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013. p 2). Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Yin (2014) menjelaskan bahwa metode penelitian studi kasus dapat digunakan untuk memberikan kontribusi pengetahuan peneliti terhadap individu, kelompok, organisasi, sosial, politik yang berkaitan dengan fenomena yang terjadi di masyarakat. Metode penelitian studi kasus dapat menjadi pilihan yang tepat bagi peneliti yang berfokus menjawab pertanyaan penelitian bagaimana atau mengapa, peneliti memiliki sedikit atau tidak ada kendali atas peristiwa pelaku, dan fokus kajiannya adalah fenomena kontemporer (Yin, 2014, pp. 32-34).

Lebih lanjut, Neuman (2014) mengatakan bahwa metode penelitian studi kasus merupakan studi penelitian yang mempelajari banyak fitur dari beberapa kasus yang dapat berupa individu, kelompok, organisasi, gerakan, peristiwa, atau unit geografis. Data dalam metode penelitian studi kasus sangat rinci, bervariasi dan ekstensif yang terfokus pada satu titik waktu atau durasi (Neuman, 2014, p. 42).

Neuman (2014) juga menjelaskan 6 kekuatan metode penelitian studi kasus sebagai berikut (Neuman, 2014, p. 42).

1. Validitas konseptual

Studi kasus membantu untuk mengarahkan dan mengidentifikasi konsep atau variabel yang paling diminati dan bergerak menuju inti atau makna esensial dalam teori abstrak.

2. Dampak heuristik

Studi kasus sangat heuristik (memberikan pembelajaran lebih lanjut, penemuan, atau pemecahan masalah). Studi kasus membantu membangun teori baru, mengembangkan atau memperluas konsep dan menjelajahi batas-batas antara konsep-konsep terkait.

3. Identifikasi mekanisme penyebab.

Studi kasus memiliki kemampuan untuk memperlihatkan rincian proses dan mekanisme sosial dimana satu faktor mempengaruhi faktor lainnya.

4. Kemampuan untuk menangkap kompleksitas dan melacak proses

Studi kasus dapat secara efektif menggambarkan peristiwa/situasi multifaktor yang sangat kompleks dan melacak proses dari waktu ke waktu dan ruang.

5. Kalibrasi.

Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan ukuran konsep abstrak dengan pengalaman hidup yang dapat diandalkan dan standar konkret.

6. Elaborasi holistik.

Studi kasus dapat menguraikan seluruh situasi atau proses secara holistik dan memungkinkan penggabungan berbagai perspektif atau sudut pandang.

Dalam penelitian ini kasus yang dipilih peneliti adalah investor saham generasi Z yang mengakses berita saham di media sosial. Kemudian fitur-fitur yang akan digunakan peneliti untuk menggali motif dan kepuasan adalah konsep MAIN yang terdapat dalam teori *Uses and Gratifications 2.0* yaitu *modality* (konten), *agency* (agen informasi), *interactivity* (interaktivitas), dan *navigability* (navigasi) dengan asumsi *Gratifications Sought* (GS) motif kepuasan yang dicari atau diinginkan terpenuhi maka *Gratifications Obtained* (GO) tercapai.

3.4 Key Informan dan Informan (Studi Kasus)/Unit Analisis (Analisis Isi)

Heryana (2018) mengatakan bahwa informan merupakan subjek penelitian yang dapat memberikan data terkait fenomena atau permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Lebih lanjut, Heryana menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, informan dibagi menjadi tiga sebagai berikut (Heryana, 2018, pp.4-6).

1. Informan kunci

Informan kunci merupakan orang yang memiliki informasi secara menyeluruh terkait fenomena atau permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Informan kunci bukan hanya mengetahui tentang fenomena, permasalahan, atau kondisi pada masyarakat secara garis besar.

2. Informan utama

Informan utama adalah orang yang mengetahui secara teknis dan detail tentang masalah penelitian yang akan dipelajari. Dalam penelitian kualitatif informan utama mirip dengan aktor utama dalam sebuah cerita.

3. Informan pendukung

Informan pendukung merupakan orang yang dapat memberikan informasi tambahan. Informan pendukung sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian kualitatif. Informan tambahan terkadang memberikan informasi yang tidak diberikan oleh informan utama atau informan kunci.

Menurut Martha & Kresno (dalam Heryana, 2018, p.7) bahwa dalam penelitian kualitatif tidak mengenal jumlah sampel minimum, Bahkan pada kasus tertentu menggunakan hanya 1 informan saja. Setidaknya ada dua syarat yang harus dipenuhi dalam menentukan jumlah informan yaitu kecukupan dan kesesuaian. Syarat kecukupan dipenuhi dengan menentukan jumlah informan yang memberikan cukup informasi, sehingga acuan peneliti dalam menentukan jumlah informan bukan pada keterwakilan tetapi kedalaman informasi yang dinilai cukup.

Lebih lanjut, Ulin, Robinson, & Tolley (dalam Heryana, 2018, p.8) juga menjelaskan bahwa pemilihan informan dapat didasarkan pada dua aspek yaitu teori dan praduga, yang keduanya berlandaskan pada kedalaman pemahaman atau pengalaman dari responden atau informan. Informan yang dipilih merupakan partisipan yang dinilai mampu untuk memberikan keterangan dan informasi

mengenai topik yang diteliti. Pemilihan informan dalam penelitian ini juga didasari oleh beberapa kriteria keterwakilan sebagai berikut.

1. Gender laki-laki dan perempuan
2. Generasi Z kelahiran 1997-2012
3. Memiliki rekening saham
4. Aktif mengakses berita saham di Instagram *Bisnis.com*



Gambar 1. 4 Story Informan

Sumber: Peneliti

Untuk mendapatkan informan investor generasi Z yang mengakses berita saham di Instagram *Bisnis.com*, peneliti membuat unggahan di Instagram Story. Kemudian, peneliti mencoba untuk menghubungi informan yang membalas

postingan tersebut. Setelah mendapatkan *feedback* dan konfirmasi dari para informan yaitu Gilbert Criville, Rahardian Haditama, dan Kezia Clarisa kemudian peneliti membuat grup Whatsapp untuk memudahkan mengatur jadwal wawancara dan memberikan penjelasan-penjelasan atau informasi terkait penelitian yang akan dilakukan.

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan para Informan pada tanggal 11 Juni 2023. Sebelum melakukan wawancara dengan para informan, peneliti memberikan daftar pertanyaan yang telah disusun dan melakukan briefing singkat dengan para Informan penelitian untuk menjelaskan secara sederhana mengenai main Model Sundar dan Limperos (2013). Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi Zoom meeting karena para informan memiliki jadwal yang padat.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Neuman (2014) mengatakan bahwa data dalam penelitian kualitatif dapat diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data seperti foto, peta, wawancara terbuka, observasi, dokumen dan sebagainya yang kemudian disederhanakan menjadi dua kategori utama yaitu penelitian lapangan (*field research*) termasuk etnografi, observasi partisipan, wawancara mendalam dan penelitian sejarah komparatif (Neuman, 2014, p. 51).

Lebih lanjut, Cresswell (2018) menjelaskan empat teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif sebagai berikut (Cresswell, 2018, pp. 262-263).

1. Observasi

Peneliti membuat catatan lapangan (*field notes*) tentang perilaku dan aktivitas informan di lokasi penelitian. Dalam catatan lapangan ini, peneliti mencatat dengan cara yang tidak terstruktur atau semi-terstruktur menggunakan beberapa pertanyaan sebelumnya yang ingin diketahui oleh penanya, kegiatan di lokasi penelitian. Dalam hal ini peneliti juga dapat terlibat dalam peran yang bervariasi dari nonpartisipan hingga partisipan penuh. Biasanya observasi ini bersifat terbuka karena para peneliti bertanya pertanyaan umum yang memungkinkan para peserta memberikan pandangannya dengan bebas.

2. Interview

Peneliti melakukan wawancara secara tatap muka dengan partisipan, wawancara telepon, atau terlibat dalam wawancara kelompok (*focus group discussion*) dengan enam sampai delapan orang partisipan setiap grup. Wawancara ini melibatkan pertanyaan yang tidak terstruktur dan umumnya terbuka yang jumlahnya sedikit dan dimaksudkan untuk memperoleh pandangan dan pendapat dari para peserta.

3. Dokumen

Selama proses penelitian, peneliti dapat mengumpulkan dokumen kualitatif. Dokumen tersebut dapat berupa dokumen publik seperti surat kabar, notulen rapat, laporan resmi atau dapat berupa dokumen pribadi seperti jurnal dan buku harian pribadi, surat, email.

4. Materi audio visual dan digital

Data ini dapat berupa foto, benda seni, kaset video, halaman utama situs web, email, pesan teks, teks media sosial, atau segala bentuk suara. Selain itu, sertakan prosedur pengumpulan data kreatif yang termasuk dalam kategori etnografi visual dan yang mungkin termasuk kisah hidup, narasi visual metaforis, dan arsip digital.

Kemudian, menurut Esterberg (dalam Sugiyono, 2013, p. 233) terdapat 3 jenis wawancara yang dapat dilakukan dalam proses pengumpulan data sebagai berikut.

1. Wawancara Terstruktur (*structured interview*)

Wawancara terstruktur merupakan teknik pengumpulan data yang dapat digunakan apabila peneliti telah mengetahui secara pasti mengenai informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam wawancara terstruktur peneliti perlu untuk menyiapkan instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan yang akan menjadi pedoman saat wawancara dengan informan.

2. Wawancara semi terstruktur (*semistructure interview*)

Wawancara semi terstruktur termasuk dalam jenis wawancara mendalam atau *in-dept interview* yang di mana dalam proses pengumpulan data lebih bebas daripada wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara semi terstruktur adalah untuk mencari kedalaman data dari informan.

3. Wawancara tak berstruktur (*unstructured interview*)

Wawancara tak berstruktur merupakan jenis wawancara yang di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun

ketika proses pengumpulan data. Dalam wawancara tak berstruktur pedoman wawancara yang digunakan oleh peneliti hanya garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Peneliti akan melakukan teknik wawancara mendalam dengan semi terstruktur, yaitu peneliti akan menyiapkan pedoman wawancara berupa pertanyaan-pertanyaan kunci untuk informan. Namun, dalam proses pengumpulan data melalui wawancara dilakukan secara lebih bebas dan terbuka sehingga dapat diperoleh jawaban dan data yang lebih mendalam untuk kepentingan penelitian. Lebih lanjut, Yin (2014) juga menjelaskan bahwa wawancara mendalam (*in-depth interview*) atau wawancara semi terstruktur (*semistructure interview*) merupakan teknik pengumpulan data yang paling penting dan perlu dilakukan dalam penelitian studi kasus (Yin, 2014, p. 162).

3.6 Keabsahan Data

Denzin dan Lincoln (2018) mengatakan bahwa terdapat strategi yang digunakan untuk menguji keabsahan data (validasi) yang disebut triangulasi. Sederhananya, dalam konsep triangulasi masalah penelitian harus dipertimbangkan atau dalam rumusan konstruktivis yang disusun setidaknya dari dua poin atau perspektif. Konsep triangulasi ini dirumuskan menjadi pendekatan yang lebih sistematis dalam penelitian kualitatif (Denzin & Lincoln, 2018, p. 779).

Lebih lanjut, Denzin dan Lincoln (2018) mengategorikan triangulasi menjadi empat sebagai berikut (Denzin & Lincoln, 2018, p. 779).

1. Triangulasi data

Mengacu pada kombinasi data yang berbeda sumber yang diperiksa pada waktu, tempat, dan orang yang berbeda.

2. Triangulasi antar peneliti

Berarti mempekerjakan pengamat atau pewawancara yang berbeda mengontrol atau memperbaiki bias subjektif dari individu.

3. Triangulasi teori

Mengacu pada pendekatan data dengan berbagai perspektif dan hipotesis dalam berbagai sudut pandang teoritis yang dapat ditempatkan berdampingan untuk menilai kegunaan dan kekuatannya.

4. Triangulasi metode

Menggunakan subskala yang berbeda dalam kuesioner atau di antara metode. Terdapat 3 prinsip dalam triangulasi metode. Yang pertama adalah sifat dari masalah penelitian dan relevansinya dengan metode harus dinilai, yang kedua setiap metode memiliki kekuatan dan kelemahan yang mengikat, dan yang ketiga metode harus dipilih dengan memperhatikan relevansi teoritisnya.

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan triangulasi data yang sumber datanya diperoleh dari hasil wawancara, observasi, studi dokumen investor saham generasi Z yang mengakses berita saham di media sosial.

Triangulasi dilakukan peneliti untuk memperoleh kedalaman data yang lebih baik untuk kepentingan dan tujuan penelitian.

Untuk triangulasi data melalui wawancara, Peneliti mempersiapkan *guideline Interview* yang akan dijadikan pedoman acuan dalam wawancara semi terstruktur untuk menggali berbagai informasi yang meliputi identitas diri, pola konsumsi berita, pengalaman investasi informan, preferensi berita saham, kepentingan berita saham bagi investor generasi Z, dan pisau analisis empat kategorisasi motif dan kepuasan model Main Sundar dan Limperos (2013) *modality, Agency, Interactivity, dan navigability*.

Tabel 1. 1 Interview Guide Sumber: Peneliti

Aspek/Tema	Fokus Masalah	Pertanyaan	Tujuan
Pribadi subjek	1. Identitas diri subjek	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkenalan identitas diri (nama, pekerjaan/kesibukan) 2. Umur berapa? 3. Domisili di mana? 4. Punya rekening saham di mana? (sekuritas) 	Untuk mendapatkan informasi identitas diri subjek
Konsumsi berita	1. Pola konsumsi berita saham	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biasanya mengakses berita saham lewat mana? (<i>smartphone, laptop, tablet dll.</i>) 	Untuk mendapatkan informasi pola konsumsi berita subjek

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Seberapa sering mengakses berita saham di media sosial dan berapa lama durasi membaca? (Instagram) 3. Sejak kapan baca berita saham di <i>Bisnis.com</i>? 4. Apakah baca berita saham dari media lain selain <i>Bisnis.com</i>? 	
Pengalaman Investasi	1. Pengalaman investasi informan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejak kapan terjun di dunia financial market (saham)? 2. Apakah investasi di instrument lain seperti (<i>crypto</i>, <i>forex</i>, dll)? 	Untuk mendapatkan informasi mengenai pengalaman investasi informan
Konten berita saham	1. Preferensi berita saham informan	1. Biasanya jenis berita bisnis, ekonomi, dan investasi apa yang sering diakses dan dibaca? (data emiten, bursa saham, makro ekonomi, ekonomi global, korporasi, komoditas dll)	Untuk mendapatkan preferensi konten berita saham informan
Kebutuhan investor	1. Seberapa penting berita saham bagi	1. Seberapa penting berita mengenai	Untuk mengetahui

generasi Z terhadap berita ekonomi, bisnis dan investasi.	investor generasi Z	bisnis, ekonomi, dan investasi bagi investor saham generasi Z dalam pengambilan keputusan dan keberhasilan investasi?	seberapa penting berita ekonomi, bisnis, dan investasi bagi generasi Z
Identifikasi model MAIN Sundar dan Limperos 2013 <i>Modality</i>	1. <i>Realism</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten yang dibuat merupakan nyata dan tidak dibuat-buat. 2. Seperti berkomunikasi tatap muka. 3. Pengalamannya sangat mirip dengan kehidupan nyata. 4. memungkinkan saya untuk melihatnya sendiri. 	
	2. <i>Coolness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unik. 2. Khas. 3. Bergaya. 	
	3. <i>Novelty</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merupakan hal yang baru. 2. Memiliki teknologi yang inovatif. 3. Komunikasi antar muka yang berbeda. 4. Pengalamannya tidak biasa. 	

	4. <i>Being There</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membantu saya membenamkan diri di tempat-tempat yang tidak dapat saya alami secara fisik. 2. Menciptakan pengalaman hadir di lingkungan yang jauh. 3. Saya merasa dapat mengalami sesuatu tanpa benar-benar berada di sana. 	
Identifikasi model MAIN Sundar dan Limperos 2013 <i>Agency</i>	1. <i>Agency Enhancement</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memungkinkan saya untuk menyampaikan pendapat saya. 2. Memungkinkan saya untuk menegaskan identitas saya. 3. Memungkinkan saya untuk mengirimkan pemikiran saya kepada banyak orang. 4. Memberi saya kekuatan untuk menyiarkan ke pengikut saya. 	
	2. <i>Community Building</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya dapat terhubung dengan orang lain. 2. Memungkinkan saya untuk memperluas 	

		<p>jaringan sosial saya.</p> <p>3. Membuat saya sadar bahwa saya adalah bagian dari sebuah komunitas.</p> <p>4. Memungkinkan saya membangun modal sosial.</p>	
	3. <i>Bandwagon</i>	<p>1. Memungkinkan saya untuk meninjau pendapat orang lain sebelum saya membuat keputusan.</p> <p>2. Saya terhibur mengetahui pikiran dan pendapat orang lain.</p> <p>3. Saya dapat membandingkan pendapat saya dengan pendapat orang lain.</p>	
	4. <i>Filtering/Tailoring</i>	<p>1. Memungkinkan saya untuk mengatur preferensi saya.</p> <p>2. Saya dapat menghindari melihat hal-hal yang tidak ingin saya lihat.</p> <p>3. Memungkinkan saya memilah-milah informasi dan membaginya</p>	

		dengan orang lain.	
	5. <i>Ownness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setelah saya menggunakannya, saya merasa itu milik saya. 2. Menampilkan konten yang benar-benar mencerminkan diri saya. 3. Memungkinkan saya untuk menyesuaikan sehingga saya dapat membuatnya sendiri. 	
Identifikasi model MAIN Sundar dan Limperos 2013 <i>Interactivity</i>	1. <i>Interaction</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berharap dapat berinteraksi dengan sistem. 2. Saya dapat melakukan beberapa tugas. 3. Saya dapat menentukan kebutuhan dan preferensi saya secara berkelanjutan. 	
	2. <i>Activity</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa aktif saat menggunakannya. 2. Ini bukan interaksi pasif. 3. Saya dapat melakukan banyak 	

		hal di dalamnya.	
	3. <i>Responsiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Responsif terhadap perintah saya. 2. Menanggapi permintaan saya dengan baik. 3. Dapat mengantisipasi kebutuhan saya. 	
	4. <i>Dynamic Control</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Itu memberi saya kendali. 2. Itu memungkinkan saya untuk bertanggung jawab. 3. Saya dapat mengontrol interaksi saya dengan antarmuka. 4. Saya dapat mempengaruhi tampilannya. 5. Saya dapat mempengaruhi cara kerjanya. 	
Identifikasi model MAIN Sundar dan Limperos 2013 <i>Navigability</i>	1. <i>Browsing/Variety-Seeking</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memungkinkan saya memperoleh berbagai macam informasi. 2. Membantu saya membaca sekilas dan memeriksa berbagai tautan. 	

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Memungkinkan saya berselancar untuk hal-hal yang saya minati. 4. Memungkinkan saya untuk menjelajah dengan bebas. 	
	2. <i>Scaffolding/Navigatio n Aids</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Antarmuka membantu saya di setiap langkah. 2. Perangkat ini mudah digunakan dan dijelajahi. 3. Ini memungkinkan saya untuk menautkan ke informasi lain. 4. Menawarkan sejumlah alat bantu visual untuk penggunaan yang lebih efektif. 5. Akan memeriksa ulang dengan saya sebelum melakukan transaksi yang berisiko. 	
	3. <i>Play/Fun</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyenangkan untuk dijelajahi. 2. Ini memungkinkan saya bermain. 3. Saya menikmati melarikan diri ke dunia yang 	

		berbeda.	
--	--	----------	--

Untuk triangulasi data melalui observasi, peneliti menghitung lama waktu yang digunakan informan saat mengakses dan membaca berita serta mencatat aktivitas apa saja yang dilakukan, jenis konten yang dibaca, dan perangkat yang digunakan informan investor generasi Z saat mengakses dan membaca berita saham di Instagram *Bisnis.com*.

Tabel 1. 2 Observasi Penelitian Sumber: Peneliti

Informan	Lama waktu mengakses berita per hari	Jenis konten yang dibaca	Judul berita yang dibaca	Perangkat yang digunakan	Aktivitas yang dilakukan
Gilbert Criville	10 menit	1. Market (bursa saham) 2. Ekonomi Global 3. Data emiten	1. Bukit asam (PTBA) bagi bagi-bagi dividen Rp. 12,56 triliun, all in 100% dari laba. 2. J. Powel isyaratkan dua kali kenaikan suku bunga lagi di tahun ini. 3. Stock highlight PT Ace Hardware Indonesia TBK (ACES).	<i>Smartphone</i>	1. Mengakses berita melalui Instagram Story dan postingan di feed Instagram. 2. Mengklik beberapa konten <i>hyperlink</i> , membuka dan membaca informasi dalam bentuk slide gambar dan caption. 3. Mengklik beberapa

					<p>konten <i>hyperlink</i>, melihat beberapa informasi melalui Instagram Reels.</p> <p>4. Mengklik beberapa konten, <i>hyperlink</i>, membuka dan membaca informasi yang terhubung dengan website <i>Bisnis.com</i>.</p> <p>5. Tidak membuka dan menonton Instagram Live <i>Bisnis.com</i></p>
Rahardian Haditama	5 menit	<p>1. Market (bursa saham)</p> <p>2. Ekonomi makro</p>	<p>1. Penantang baru Goto di era Patrick Walujo.</p> <p>2. Bos BI beri bocoran redenominasi rupiah, ubah Rp1.000 jadi Rp1?</p>	<i>Smartphone</i>	<p>1. Mengakses berita melalui Instagram Story dan postingan di feed Instagram.</p> <p>2. Mengklik beberapa konten <i>hyperlink</i>, membuka dan membaca informasi dalam</p>

					<p>bentuk slide gambar dan caption.</p> <p>3. Mengklik beberapa konten <i>hyperlink</i>, membuka dan membaca informasi yang terhubung dengan website <i>Bisnis.com</i>.</p> <p>4. Tidak membuka Instagram Reels sama sekali, hanya membaca dan melihat gambar dan caption.</p> <p>5. Tidak membuka dan menonton Instagram Live <i>Bisnis.com</i>.</p>
Kezia Clarisa	10 menit	<ol style="list-style-type: none"> 1. Market (bursa saham) 2. Ekonomi global 3. Data emiten 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ada 34 saham baru yang dipantau BEI, tak likuid dan berpotensi delisting. 2. Prospek harga emas di Minggu depan, 	<i>Smartphone</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengakses berita melalui Instagram Story dan postingan di feed Instagram. 2. Mengklik beberapa konten <i>hyperlink</i>,

			<p>menanti sinyal keputusan the fed.</p> <p>3. Stock highlight PT Surya Esa Perkasa TBK (ESSA).</p>		<p>membuka dan membaca informasi dalam bentuk slide gambar dan caption.</p> <p>3. Mengklik beberapa konten <i>hyperlink</i>, melihat beberapa informasi melalui Instagram Reels.</p> <p>4. Mengklik beberapa konten, <i>hyperlink</i>, membuka dan membaca informasi yang terhubung dengan website <i>Bisnis.com</i>.</p> <p>5. Tidak membuka dan menonton Instagram live <i>Bisnis.com</i>.</p>
--	--	--	---	--	--

Untuk triangulasi data melalui studi dokumen, peneliti membaca jurnal yang sudah dipublikasi yang relevan dengan topik penelitian untuk memperkuat hasil dari penelitian kualitatif. Sehingga peneliti dapat menyajikan semua data yang

dibutuhkan untuk menjawab semua pertanyaan dari rumusan masalah. Peneliti memilih 4 jurnal penelitian terdahulu antara lain *Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media* yang ditulis Sundar dan Limperos (2013), *Preferensi Informasi Investor Individu dalam Perspektif Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan* yang ditulis Atika Nusya Puteri (2022), *Pola Konsumsi Media Digital dan Berita Online Gen Z Indonesia* yang ditulis oleh Rossalyn Ayu Asmarantika, Albertus Magnus Prestianta, Nona Evita (2022), dan *Penggunaan Media Bentuk Longform Journalism di Visual Interaktif Kompas (VIK)* yang ditulis oleh Kezia Mariska (2018).

3.7 Teknik Analisis Data

Bogdan (dalam Sugiyono, 2013, p. 244) menjelaskan bahwa analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain secara sistematis sehingga mudah dipahami dan dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data tersebut dapat dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diinformasikan kepada orang lain.

Lebih lanjut, Cresswell (2018) mengatakan bahwa analisis data merupakan suatu proses yang berkelanjutan dalam penelitian dimana peneliti menganalisis informasi partisipan dan biasanya mempekerjakan langkah-langkah analisis umum serta langkah-langkah yang ditemukan dalam desain penelitian tertentu. Langkah-langkah umum tersebut dapat meliputi pengorganisasian dan penyiapan

data, pembacaan awal melalui informasi, pengkodean data, mengembangkan dari kode deskripsi dan analisis tematik, menggunakan program komputer, merepresentasikan temuan dalam tabel, grafik, dan gambar, dan menginterpretasikan temuan (Cresswell, 2018, p. 291).

Lebih lanjut Cresswell (2018) menjelaskan lima langkah dalam menganalisis data sebagai berikut (Cresswell, 2018, pp. 268-269).

1. Atur dan siapkan data untuk dianalisis

Proses ini melibatkan transkrip wawancara, pemindaian materi secara optik, menyetik catatan lapangan, membuat katalog seluruh materi visual, dan dan memilah dan mengatur data ke dalam jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.

2. Baca dan lihat semua data

Langkah pertama ini memberikan pengertian umum tentang informasi dan kesempatan untuk mempertimbangkan makna secara keseluruhan seperti gagasan umum apa yang dikatakan peserta, apa nada dari ide-idenya, apa kesan keseluruhan kedalaman, kredibilitas, dan penggunaan informasi. Terkadang peneliti menulis catatan di pinggir transkrip atau catatan pengamatan lapangan atau mulai merekam pemikiran umum tentang data pada tahap ini. Untuk data visual, sketsa ide dapat mulai terbentuk.

3. Mulai pengkodean semua data.

Pengkodean adalah proses pengorganisasian data dengan mengkategorikan potongan atau segmen teks atau gambar dan menulis kata yang mewakili

kategori di margin. Proses ini melibatkan pengambilan data teks atau gambar yang dikumpulkan selama pengumpulan data, mengelompokkan kalimat atau paragraf atau gambar ke dalam kategori, dan melabeli kategori tersebut dengan sebuah istilah, yang seringkali didasarkan pada bahasa peserta yang sebenarnya.

4. Menghasilkan deskripsi dan tema.

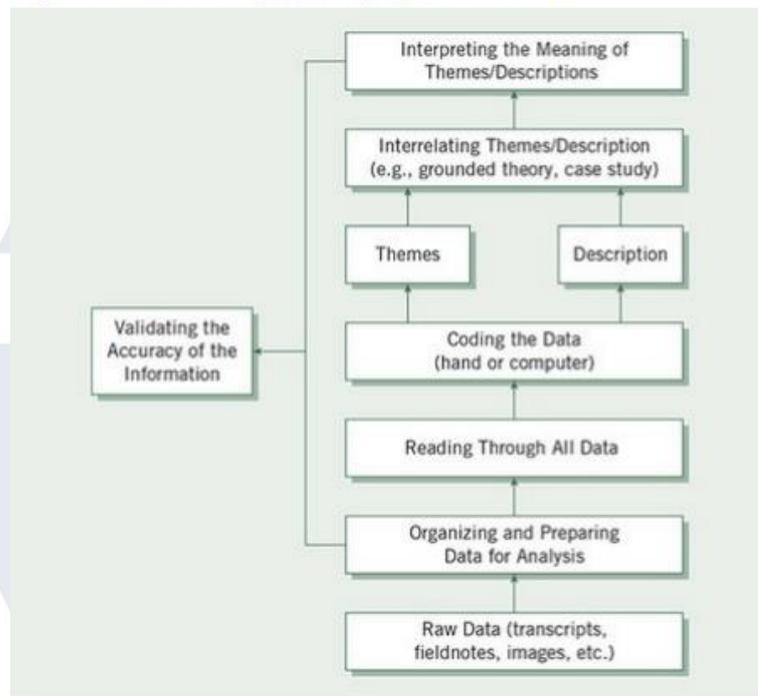
Gunakan proses pengkodean untuk menghasilkan deskripsi dari pengaturan atau orang serta kategori atau tema untuk analisis. Deskripsi melibatkan detail penyajian informasi tentang orang, tempat, atau peristiwa dalam suatu setting. Peneliti dapat menghasilkan kode untuk deskripsi ini. Analisis ini berguna dalam merancang deskripsi rinci untuk studi kasus, etnografi, dan proyek penelitian naratif. Peneliti menggunakan pengkodean untuk menghasilkan sejumlah tema kecil atau kategori untuk penelitian. Peneliti harus menampilkan banyak perspektif dari individu dan didukung oleh kutipan yang beragam dan spesifik bukti. Selain mengidentifikasi tema selama proses pengkodean, peneliti kualitatif dapat melakukan banyak hal dengan tema untuk membangun lapisan tambahan analisis kompleks. Misalnya peneliti menghubungkan tema ke dalam alur cerita seperti dalam narasi atau mengembangkannya menjadi model teoritis seperti dalam *grounded theory*.

5. Mewakili deskripsi dan tema.

Tingkatkan bagaimana deskripsi dan tema nantinya direpresentasikan dalam narasi kualitatif. Pendekatan yang paling populer adalah menggunakan bagian naratif untuk menyampaikan hasil analisis. Penyampaian hasil analisis dapat berupa kronologi peristiwa, pembahasan rinci beberapa tema dan subtema ilustrasi khusus, berbagai perspektif dari individu, dan kutipan atau diskusi dengan tema yang saling berhubungan. Banyak peneliti kualitatif juga menggunakan visual, gambar, atau tabel sebagai pelengkap diskusi. Mereka menyajikan model proses seperti dalam *grounded theory*, memajukan gambar dari situs penelitian tertentu seperti dalam etnografi, atau menyampaikan informasi deskriptif tentang setiap peserta dalam tabel seperti dalam studi kasus dan etnografi.



Figure 9.2 Data Analysis in Qualitative Research



Gambar 1. 5 Analisis data kualitatif Sumber: Creswell (2018)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA