

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan untuk menguji teori-teori objektif dengan memeriksa hubungan di antara variabel yang akan diukur berdasarkan instrumen penelitian untuk dianalisis menggunakan prosedur statistik (Creswell, 2014). Penelitian deskriptif adalah studi yang berkaitan dengan mendeskripsikan karakteristik individu atau kelompok tertentu. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk memberikan deskripsi sistematis yang faktual dan akurat untuk perhitungan statistik seperti menentukan jumlah rata-rata kejadian atau kecenderungan sentral (Archana, 2016).

Paradigma yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik. Paradigma ini menganggap realitas sebagai sesuatu yang empiris dan dapat diobservasi (Trianasari, 2013). Paradigma positivistik merupakan empirisme dalam berbagai segi tertentu hingga pada kesimpulan logis ekstrim yang menyatakan bahwa tidak ada spekulasi teoritis dalam pengetahuan apapun (Indra, 2018). Paradigma positivistik menyatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan dan hipotesis-hipotesis mengenai sebab-akibat ditetapkan sebelum pengumpulan data dan harus mengacu kepada pengujian dalam kondisi-kondisi yang dikendalikan (Firdaus, 2017).

Sifat penelitian ini digunakan untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam dan faktual terkait hal yang diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk mendeskripsikan strategi pesan *emotional appeals* yang digunakan oleh Donasi Barang dalam postingan konten mereka di akun instagramnya (@donasibarang) selama periode 2020 sampai 2022.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif terdapat beberapa jenis metode penelitian yang dapat digunakan. Namun pada penelitian yang membahas isi pesan pada media sosial sebuah akun, metode yang tepat adalah analisis isi. Menurut Dr. Archana (2016, p. 92), analisis isi adalah kegiatan sentral yang melibatkan studi tentang sifat materi verbal dalam sebuah penelitian kuantitatif. Metode ini merupakan teknik yang digunakan untuk membuat kesimpulan yang valid dan dapat direplikasi ke konteks penggunaannya melalui gambaran karakteristik isi pesan verbal dan menarik inferensi dari isi (Krippendorff, 2013). Ada enam karakteristik dari metode analisis isi, yaitu objektif, sistematis, *reliable*, isi yang terlihat (*manifest*), perangkuman (*summarizing*), dan generalisasi (Eriyanto, 2011, p. 16-30).

Metode analisis isi ini digunakan karena dianggap sebagai metode ilmiah yang paling sesuai untuk mempelajari isi pesan dalam postingan akun instagram @donasibarang sehingga dapat menarik kesimpulan terkait strategi pesan *emotional appeals* yang telah digunakan oleh donasi barang. Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian analisis isi kuantitatif ini adalah lembar coding yang berupa indikator-indikator yang perlu diamati sebagai objek penelitian ini. Kemudian lembar coding tersebut akan diisi oleh tiga *coder* yang akan dipilih dalam penelitian ini. *Coder* pertama adalah Anastasia Merlinda yang saat ini bekerja di perusahaan Redwoods Digital sebagai *Copywriter*, *coder* kedua adalah Chelen Catlin yang saat ini bekerja di PT Kualitas Teknologi Asia sebagai *social media specialist*, dan *coder* ketiga adalah peneliti sendiri.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Vogt dan Johnson (2015), populasi adalah sekelompok orang atau lembaga, peristiwa, atau studi lainnya yang ingin dideskripsikan dan digeneralisasikan di dalam sebuah penelitian. Populasi yang mencakup semua individu dapat dibatasi oleh lokasi geografis atau beberapa karakteristik lainnya (Cramer & Howitt, 2022). Karakteristik kelompok yang akan menjadi populasi dalam penelitian berdasarkan pada fokus penelitian (Cronin, Coughlan, & Smith, 2014). Adapun sampel yang akan menjadi bagian dari sebuah penelitian. Sampel

adalah sekumpulan kasus yang ditarik atau dipilih dari populasi dengan tujuan memperkirakan karakteristik dari himpunan populasi (Carmer & Howitt, 2022).

Populasi yang diambil dalam penelitian ini mencakup semua postingan yang ada dalam akun instagram Donasi Barang (@donasibarang) dalam periode Maret 2020 hingga Februari 2022. Postingan yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah postingan dalam bentuk foto, video, dan reels. Penelitian ini memilih postingan dalam periode tersebut karena ingin menganalisis strategi pesan yang digunakan oleh Donasi Barang selama masa pandemi Covid-19 terhitung dari awal tahun 2020. Total sampel yang akan diambil pada penelitian ini mencakup seluruh populasi dengan jumlah total seluruh postingan foto, video dan reels sebanyak 860 di akun instagram @donasibarang terhitung mulai dari Maret 2020 sampai dengan Februari 2022.

3.4 Operasionalisasi Konsep

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor pesan dan *message emotional appeals* menurut Richard Perloff (2017). Faktor-faktor pesan terdiri dari *message structure*, *message content*, *framing*, dan *language*. *Message structure* terdiri dari *conclusion drawing*, *messages sidedness*, dan *order of presentation*. *Message content* menurut Perloff dikategorikan menjadi dua bagian, yaitu *evidence*, *narrative*, sedangkan *emotional appeals* dikelompokkan menjadi *fear appeal* dan *guilt appeal*.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Strategi Pesan	Messages Structure (Perloff, 2017)	Conclusion Drawing	Memberikan Kesimpulan	Komunikator memberikan kesimpulan kepada audience.
			Mebiarkan Kesimpulan	Audience membuat kesimpulan tanpa arahan komunikator.
		Message Sidedness	Argumen Satu Sisi	Menyampaikan pesan dari satu sudut pandang dalam suatu permasalahan.
			Argumen Dua Sisi	Menyampaikan pesan dari dua sudut pandang dari komunikator dan komunikan dalam suatu permasalahan.
		Order of Presentation	Primacy	Argumen/ gagasan pokok disampaikan di awal pesan.
			Recency	Argumen/ gagasan pokok disampaikan di akhir pesan.
	Evidence	Pernyataan Faktual	Pesan yang disampaikan berdasarkan pada pernyataan yang memiliki bukti nyata.	
		Informasi Kuantitatif	Pesan yang disampaikan memiliki data pendukung dalam bentuk statistik.	
		Pernyataan Saksi Mata	Pesan yang disampaikan berdasarkan pada pernyataan saksi mata yang melihat suatu kejadian secara langsung.	

	<i>Messages Content</i> (Perloff, 2017)		Testimonial	Pesan yang disampaikan berdasarkan pada kesaksian langsung dari pihak yang terlibat dalam suatu kejadian.
			<i>Narrative</i>	Pesan yang melibatkan suatu adegan, karakter, konflik, dan resolusi (seperangkat dramatis).
	<i>Emotional Appeals</i> (Perloff, 2017)	<i>Fear Appeals</i>	<i>Severity Information</i>	Pesan yang menyampaikan informasi tentang keseriusan atau besarnya ancaman.
			<i>Susceptibility Information</i>	Pesan yang menyampaikan informasi tentang kemungkinan yang mengancam.
			<i>Response Efficacy</i>	Pesan yang menyampaikan informasi tentang efektivitas tindakan yang disarankan.
			<i>Self-Efficacy Information</i>	Pesan yang berupa argumen tentang individu yang mampu melakukan tindakan yang disarankan.
		<i>Guilt Appeals</i>	Empati	Pesan yang membuat individu merasakan keadaan atau perasaan yang sama dengan orang lain.
			Tanggungjawab Sosial	Pesan yang mendorong individu untuk bersikap adil kepada lingkungan sekitar sebagai bentuk komitmen atau kewajiban hidup bermasyarakat.
			Perasaan Bersalah	Pesan yang meyakinkan individu bahwa perilaku yang direkomendasikan akan mengurangi rasa bersalah atau memperbaiki masalah.

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

3.5 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui cara observasi atau pengamatan yang disertai dengan dokumentasi terhadap objek penelitian. Observasi adalah pengumpulan data dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap objek penelitian, sehingga dapat membuat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut (Sinatra, 2016). Dalam penelitian ini observasi dilakukan secara mendalam terhadap seluruh konten @donasibarang yang diposting dalam akun instagramnya. Postingan tersebut mencakup seluruh foto, video, reels, hingga caption yang terdapat dalam konten akun instagram @donasibarang. Seluruh hasil pengamatan dan dokumentasi akan diolah menjadi data di *code sheet* dan disesuaikan dengan konsep serta variabel faktor-faktor pesan.

3.6 Teknik Pengukuran Data (Uji Reliabilitas)

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui stabilitas sebuah alat ukur apakah dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Laily B, 2019). Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi adalah pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya. Konsep reliabilitas adalah sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan sehingga dapat dipercaya (Kurniawan, 2018). Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara membandingkan kesamaan dan perbedaan antar-coder.

Penelitian ini akan menggunakan tiga orang *coder* yang memiliki latar belakang dalam bidang ilmu komunikasi, termasuk peneliti salah satunya. Sebelum *coder* diberikan alat ukur, *coder* akan diberikan penjelasan tentang tujuan penelitian, teknik pengisian, dan lembar penjelasan konsep yang digunakan terkait strategi pesan. Kemudian setiap *coder* akan diberikan sebuah alat ukur berupa lembar *coding* dan diminta untuk melakukan analisis terhadap sampel yang telah ditentukan dalam penelitian ini.

Hasil *coding* akan dihitung berdasarkan pada formula Holsti dengan rumus (Eriyanto, 2015, p. 290);

$$\text{Reliabilitas antar-coder} = \frac{3M}{N1 + N2 + N3}$$

Dengan keterangan sebagai berikut:

M = Jumlah *coding* yang sama dan telah disetujui setiap *coder*

N1 = Jumlah *coding* yang telah dibuat *coder* 1

N2 = Jumlah *coding* yang telah dibuat *coder* 2

N3 = Jumlah *coding* yang telah dibuat *coder* 3

Menurut Eriyanto (2015), minimum angka reliabilitas yang dapat ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Semakin tinggi angka reliabilitas yang didapat, maka akan semakin reliabel formula dan rumus yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan pengkodean yang telah dilakukan oleh ketiga *coder*, terdapat 82 persamaan (M). Total kode yang telah diisi oleh *coder* 1 adalah 104 (N1), total kode yang telah diisi *coder* 2 adalah 106 (N2), dan total kode yang telah diisi oleh *coder* 3 adalah 98 (N3). Maka berdasarkan formula Holsti, hasil nilai reliabilitas yang didapat:

$$\begin{aligned} \text{Reliabilitas antar } \textit{coder} &= \frac{3 (82)}{104 + 106 + 98} \\ &= \frac{246}{308} \\ &= 0,80 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan formula Holsti, hasil perhitungan reliabilitas antar *coder* adalah 0,80 atau 80%. Hasil ini menunjukkan bahwa angka reliabilitas penelitian ini berhasil melewati angka minimum (0,70 atau 70%), sehingga penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan melalui observasi dianalisis melalui kategorisasi pesan yang ada pada akun instagram Donasi Barang (@donasibarang). Pesan-pesan yang terdapat pada konten akun instagram Donasi Barang tersebut

dikategorisasikan mengikuti tabel operasionalisasi konsep yang telah ada. Setelah itu pesan-pesan tersebut diinterpretasikan berdasarkan pada karakteristik strategi pesan yang telah dikategorisasikan sesuai dengan konsep yang digunakan dalam penelitian analisis isi ini.

POSTINGAN	CAPTION	MESSAGE STRUCTURE					
		CONCLUSION DRAWING		MESSAGE SIDEDNESS		ORDER OF PRESENTATION	
		Memberikan Kesimpulan	Mebiarkan Kesimpulan	Argumen 1 Sisi	Argumen 2 Sisi	Primacy	Recency
[CONTOH]	DICARI 1000 ORANG BAIK Untuk Bantu Mereka Yang Masih Berjuang	v					v

MESSAGE CONTENT					
EVIDENCE					NARRATIVE
Pernyataan Faktual	Informasi Kuantitatif	Laporan Saksi Mata	Testimonial	Sumber Terpercaya	
v					

EMOTIONAL APPEALS						
FEAR APPEALS				GUILT APPEALS		
Severity Information	Susceptibility Information	Response Efficacy	Self Efficacy Information	Empati	Tanggung Jawab Sosial	Perasaan Bersalah
		v		v	v	

Gambar 3 1 Lembar Coding

