

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Menurut Hidayat (2002), paradigma konstruktivis merupakan pandangan pengungkapan gagasan yang bertentangan dengan paham objektivitas dalam mengalami suatu kenyataan. Paradigma konstruktivis melihat ilmu sosial sebagai pemecahan sistematis terhadap tindakan yang bermakna sosial melalui observasi langsung dan detail terhadap perilaku seseorang dalam kesehariannya. Hal ini dilakukan agar bisa memahami dan menginterpretasikan apa yang seseorang tersebut lakukan (bagaimana mereka mengendalikan lingkup sosial mereka).

Paradigma konstruktivis memiliki asumsi bahwa kenyataan adalah sebuah konstruksi sosial, di mana kebenaran dari suatu keadaan memiliki sifat yang tidak mutlak (relatif), sehingga pandangan seseorang bisa menyesuaikan konteks yang dinilai sesuai oleh mereka. Dalam hal ini, dilakukan upaya untuk memiliki pemahaman terhadap realitas dalam penelitian yang terjadi dalam objek dan subjek yang diteliti. Melalui paradigma ini, peneliti menjadi penyedia yang menghubungkan keberagaman penafsiran pelaku sosial.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis karena ingin mendapatkan pemahaman yang membantu proses penafsiran pandangan penggemar *K-pop* yang relatif sebagai bagian dari suatu *fandom* (Carat) dan memaknai bagaimana mereka mengikuti kegiatan budaya partisipatif yang ada dalam *fandom* (Carat) tersebut.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam konteks penelitian budaya partisipatif *fandom* Carat Indonesia ini digunakan pendekatan dan sifat penelitian kualitatif deskriptif. Sukmadinata (2011), membagikan pemahamannya mengenai penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan dan

menggambarkan fenomena atau fakta yang ada, di mana penelitian ini memfokuskan pada kualitas, karakteristik, dan keterikatan antar aktivitasnya (Utami et al., 2021). Pendekatan penelitian ini juga menekankan pada proses dan makna serta dengan berdasar pada konsep acuan agar berfokus pada penelitian dan fakta yang ada di lapangan.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan untuk mendukung penelitian adalah dengan metode netnografi. Netnografi secara garis besar digunakan untuk mempelajari dan memahami budaya di internet, terlebih di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode netnografi agar bisa memahami ruang interaksi *online* komunitas yang membentuk budaya di dalamnya. Kozinets (2020) membagikan pemahaman terkait netnografi, yaitu penelitian kualitatif yang berusaha memahami pengalaman budaya yang melingkupi dan tercermin dalam jejak, jaringan praktik, dan sistem *online*. Dalam hal ini, jejak *online* tersebut bisa dalam bentuk tekstual, grafik, foto, audiovisual, musik, dan sebagainya. Pengalaman budaya ini didapatkan dengan melibatkan diri, mengomunikasikan, dan merefleksikan melalui tiga elemen dasar netnografi, yaitu investigasi, interaksi, dan *immersion* (Eriyanto, 2021).

Terdapat beberapa unsur penting dalam netnografi yang diuraikan oleh Kozinets (2020) dalam buku (Eriyanto, 2021). **Pertama**, budaya, dalam hal ini dilakukan upaya untuk memahami budaya dari suatu kelompok di dunia digital dalam konteks alamiah (perilaku yang biasa dilakukan). Fokus netnografi adalah mendeskripsikan budaya dari sudut pandang kelompok yang diteliti di media sosial. Budaya dalam hal ini dimaknai secara luas, seperti kebiasaan, pola perilaku, cara berpikir, dan lainnya terkait dengan suatu hal. **Kedua**, jejak digital, netnografi melihat jejak digital yang berupa perilaku orang-orang di dunia digital yang terekam, seperti postingan di media sosial, komentar di forum belanja maupun *online*, riwayat di mesin pencarian, dan sebagainya. **Ketiga**, partisipasi atau interaksi, dalam penelitian netnografi dibutuhkan partisipasi atau interaksi dari

peneliti dalam aktivitas orang atau kelompok. Namun, Kozinets (2020) menyarankan untuk lebih memfokuskan pada keterlibatan (*engagement*) peneliti.

Dalam netnografi, terdapat berbagai bentuk keterlibatan yang memiliki inti bahwa peneliti harus memberi perhatian, emosi, dan pikiran untuk data yang diteliti. Adapun keterlibatan tersebut meliputi keterlibatan intelektual dengan memahami konsep yang digunakan. Pada keterlibatan ini, dilakukan pemilihan, mengunduh data yang sesuai, dan memahami data tersebut dengan konsep yang digunakan. Keterlibatan kultural, memahami simbol dan bahasa dari postingan di media sosial. Keterlibatan historis, menelusuri jejak, diskursus atau bahasan, dan mitos dari bahasa dalam postingan. Keterlibatan emosional, ikut menumpahkan emosi dan perasaan terhadap objek atau masalah dari suatu postingan. Keterlibatan sosial, ikut serta dan berpartisipasi dalam kegiatan komunitas, seperti memberi komentar, posting, menjalin kontak dengan pengikut (anggota komunitas) lainnya.

Unsur penting yang **keempat** dalam netnografi, yaitu *immersive engagement*, unsur ini mensyaratkan untuk terlibat dengan fenomena, masalah, dan objek yang diteliti. Dilakukan upaya untuk memahami emosi dari sudut pandang anggota dan berusaha untuk mengerti pengalaman mereka. Untuk melakukan imersi ini harus menemukan postingan atau komentar di media sosial, lalu mengamati mulai dari bahasa dan simbol yang digunakan. Setelah itu, memberi catatan atas bahasa, kata, dan simbol dari komentar dan postingan sebagai bentuk suatu ekspresi hingga membuat refleksi atas catatan tersebut.

Eriyanto (2021), menjabarkan beberapa tahapan penelitian dalam metode netnografi. **Pertama**, inisiasi, pada tahap ini dilakukan perumusan tujuan dan fokus penelitian, setelah itu menentukan data dan bentuk interaksi seperti apa yang akan diambil. Pada penelitian ini ingin menggambarkan budaya partisipatif *fandom* Carat Indonesia dalam akun Twitter @caratstalk. Oleh karena itu, akan difokuskan untuk menelaah budaya partisipatif yang ada pada akun tersebut. **Kedua**, investigasi, pada tahap ini mencari, menyeleksi, dan menyimpan data untuk diteliti. Dilakukan pencarian data yang sesuai dengan empat aspek budaya partisipatif, yaitu afiliasi, ekspresi, kolaborasi, dan sirkulasi. Dalam penelitian ini, dilakukan pengamatan akun Twitter @caratstalk dari bulan Desember 2022 - Maret 2023. Pencarian data

dari akun ini bisa berupa postingan kata, gambar, video, dsb. Lalu, pengamatan dilakukan dengan membaca, menonton, dan mendengarkan data-data tersebut agar selanjutnya bisa dilakukan seleksi data. Adapun dalam penelitian ini menyaring dan mengambil postingan yang hanya berisi aspek budaya partisipatif dengan *engagement* yang ditentukan (jumlah tayangan postingan lebih dari 10.000 tayangan, komentar, *like*, dan *retweet* lebih dari 10).

Ketiga, interaksi, bentuk interaksi dalam netnografi merupakan objek studi berupa data jejak digital dialog atau postingan anggota di komunitas *online*. Kozinets (2020) menyebutkan interaksi berupa keterlibatan dengan data objek studi, dalam hal ini bagaimana mencurahkan dan terlibat secara emosional dengan data yang diteliti (mengamati dan mengunduh percakapan hingga melakukan wawancara) (Eriyanto, 2021). Dalam interaksi ini, tidak hanya mengamati dan mengambil *screenshot* postingan di @caratstalk, tetapi juga melakukan wawancara dengan enam orang Carat yang mengikuti @caratstalk sebagai tambahan informasi pendukung agar bisa lebih mendapat gambaran mengenai budaya partisipatif Carat. **Keempat**, imersi, tahap ini dilakukan dalam bentuk catatan imersi, di mana dilakukan pencatatan data digital yang kemudian direfleksikan menggunakan keterlibatan personal, emosional, dan personal untuk memahami serta memaknai jejak digital tersebut sebagai bagian budaya. Dalam imersi ini, dilakukan penafsiran atau refleksi atas postingan dari sudut pandang Carat di @caratstalk.

Kelima, integrasi, yaitu tahapan analisis dan interpretasi data. Analisis dilakukan dengan memadukan semua data yang didapat pada saat pengumpulan data. Lalu, menginterpretasikan data tersebut dan mengecek kembali apakah analisis dan interpretasi sesuai dengan data yang ada. Dalam hal ini, dilakukan analisis tematik (membuat koding untuk data yang merepresentasikan budaya partisipatif Carat dan tema dengan melihat hubungan antar kode) dan interpretasi berupa catatan yang kemudian diperiksa kembali dengan data yang telah dikumpulkan untuk melihat kesesuaian data (baik data pengamatan di @caratstalk maupun data pendukung dari wawancara dengan 6 partisipan). Lalu, data **keenam**, inkarnasi, pada tahap akhir ini adalah mengomunikasikan hasil penelitian yang bisa ditulis dalam berbagai bentuk, seperti laporan penelitian (skripsi), buku, jurnal, prosiding

konferensi, artikel ilmiah populer, dll. Adapun pada penelitian ini, peneliti memilih menulis dalam bentuk laporan penelitian, yaitu skripsi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian netnografi ada tiga bentuk pengumpulan data yang juga akan digunakan oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Data arsip, yaitu data yang telah ada dan berbentuk postingan di media sosial beserta komentarnya. Pada pengamatan ini, dipilih akun Twitter @caratstalk yang merupakan akun *auto base* dari *fandom* Seventeen di Indonesia. Pengikut @caratstalk yang telah mencapai ratusan ribu ini menjadi akun *fandom* yang sangat aktif setiap harinya, sehingga para pengikutnya bisa sering terhubung. Dalam akun @caratstalk ini akan melihat postingan baik itu foto, video, ataupun *caption* yang merujuk pada aspek budaya partisipatif dengan tingkat *engagement* yang tinggi dan ditentukan. Pengamatan data arsip ini dilakukan sejak bulan Desember 2022 - Maret 2023 dengan melakukan pengambilan *screenshot* ataupun penyalinan tautan *tweet*. Adapun alasan diambilnya periode tersebut adalah karena pada Desember 2022 Seventeen mengadakan konser di Indonesia yang mana pada masa konser tersebut Carat akan ramai membahas persiapan konser. Selain itu, hingga Maret 2023 terdapat aktivitas dari Seventeen, yaitu *comeback* atau perilisian *single album sub-unit* Seventeen, Caratbong ver 3, hingga *event* Caratland.

Adapun aspek budaya partisipatif yang diamati mencakup afiliasi (mengamati alasan mereka menjadi Carat dan tujuan mengikuti @caratstalk sebagai salah satu wadah berkumpulnya Carat Indonesia), ekspresi (mengamati Carat yang membagikan bentuk kreativitas dalam mendukung Seventeen dan bagaimana mereka menjadikan kreativitas tersebut menjadi suatu hal yang menguntungkan), kolaborasi (melihat bagaimana mereka bekerja sama dalam mendukung Seventeen dan menyelesaikan suatu masalah), dan sirkulasi (mengamati aliran informasi (pembagian informasi)

yang terjadi di @caratstalk untuk menekankan suatu hal penting).

2. Data kolaborasi, yaitu data yang ada karena interaksi antara peneliti dengan orang atau kelompok yang diteliti. Dalam hal ini, kolaborasi dilakukan dengan melakukan wawancara bersama partisipan dari *auto base* @caratstalk sebagai upaya untuk mendapatkan informasi tambahan atau pendukung. Adapun wawancara dilakukan secara *online* melalui Google Meet dan *chat* (DM) di Twitter. Wawancara dilakukan dengan admin dari @caratstalk dan 5 (lima) Carat lainnya yang sudah dihubungi melalui DM Twitter. Berikut adalah keterangan mengenai partisipan:

- a. Dhiah (@kiwsvt)

Dhiah merupakan admin dan pemilik *base* @caratstalk dan ia merupakan pekerja. Ia mengetahui Seventeen sejak tahun 2016 pada era promosi lagu *Very Nice* dan ia berinisiatif membuat *base* @caratstalk karena tidak ada *auto base* Carat yang aktif.

- b. Andi Zahra (@kminggyus)

Andi Zahra atau yang bisa dipanggil Ara merupakan Carat yang sudah bekerja. Ia mengetahui Seventeen dari sejak era *pre-debut*, yaitu masih saat *17 Project* dan ia sudah menjadi Carat selama 8 tahun.

- c. Ai Hara (@ailovegyu)

Ai Hara merupakan Carat yang juga sudah bekerja. Ia sudah mengetahui Seventeen sejak lama, tetapi baru menjadi Carat pada tahun 2020 karena pandemi Covid-19 yang membuatnya bosan dan menginginkan hiburan.

- d. Nata/Alifia R (@natanatda)

Nata atau yang bisa dipanggil Nanat merupakan seorang interpreter di perusahaan Korea. Ia mulai menyukai dan tahu tentang Seventeen sejak ia SMA. Ia menyukai Seventeen ketika menonton MV *debut* Seventeen yang berjudul *Adore U*.

- e. Dela (@d_is_dela)

Dela merupakan Carat yang masih bersekolah, ia mengetahui

Seventeen sejak tahun 2017, tetapi baru menjadi Carat sejak pandemi Covid-19, yaitu pada tahun 2020.

f. Anggun (@njuneiy)

Anggun atau yang biasa dipanggil Anjun merupakan Carat yang telah lulus kuliah dan bekerja sebagai *freelance*, ia juga membuat dan menjual *merchandise K-pop*. Anggun sudah mengetahui Seventeen sejak Seventeen *debut* tahun 2015. Namun, ia baru menjadi Carat sejak pandemi Covid-19 tahun 2020 dan ia menyukai Seventeen karena menonton konten *variety show* “*Knowing Brother*”.

3. Data diproduksi, data ini didapatkan melalui proses pengamatan dan refleksi. Jadi, dihasilkan data berupa catatan atas apa yang dilihat dan dirasakan dari pengamatan selama penelitian. Melalui observasi ini, dilakukan pencatatan atau penafsiran atas budaya dari sudut pandang Carat di @caratstalk, seperti bagaimana interaksi maupun reaksi Carat dalam menanggapi suatu postingan dari sisi aspek budaya partisipatif.

3.5 Keabsahan Data

Keabsahan data penelitian ini dilakukan berdasarkan keautentikan dan verifikasi data. Keautentikan data dilakukan dengan mengumpulkan bukti data secara riil dari sumber data, yaitu akun @caratstalk. Bukti (dalam lampiran) berupa tautan atau *screenshot* dari postingan Twitter @caratstalk. Sedangkan, verifikasi data dilakukan dengan melakukan verifikasi bukti melalui surat pernyataan keabsahan transkrip wawancara yang ditandatangani oleh partisipan sebagai bukti bahwa transkrip telah sesuai dengan apa yang disebutkan saat wawancara.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis tematik. Braun & Clarke dalam buku Eriyanto (2021) menjelaskan bahwa analisis tematik merupakan teknik yang digunakan secara teratur untuk mengidentifikasi pola tema atau makna dari

banyaknya data. Melalui analisis ini, didapat pemahaman mengenai pengalaman kolektif orang atau partisipan yang diteliti dari pola makna yang berasal dari data yang besar. Teknik analisis ini berfokus untuk menggambarkan pola umum dari data, dalam hal ini mengidentifikasi pola umum yang meliputi topik-topik yang banyak dibicarakan, pandangan yang sama, dan sebagainya untuk dihubungkan dengan pertanyaan yang tengah dieksplorasi. Braun dan Clarke dalam buku Eriyanto (2021), menguraikan 6 tahapan dalam melakukan analisis tematik, yaitu:

1. Membiasakan diri dengan data

Pada tahap awal ini harus mengenali data yang diperoleh saat penelitian. Sebelum dianalisis, data-data tersebut perlu dibaca beberapa kali agar bisa lebih dikenal dan akrab dengan data hingga bisa mencermati hal-hal yang sesuai dengan pertanyaan penelitian. Apabila data yang diperoleh ada yang berbentuk audio ataupun video, maka harus didengarkan dan ditonton beberapa kali data tersebut dan mencatat hal-hal yang menarik. Jadi, pada tahap awal ini semua data yang telah dikumpulkan dan berkaitan dengan Carat, terus dibaca berulang agar bisa terbiasa dalam melihat dan mengamati perilaku Carat di @caratstalk.

2. Membuat koding awal

Koding dalam tahapan ini merupakan rangkaian pemberian kode. Pada tahap ini, dilakukan identifikasi dan pemberian kode untuk data yang sesuai dengan pertanyaan penelitian. Koding dilakukan dengan mengurai data yang didapat ke dalam beberapa unit kecil yang memiliki arti yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun dalam penelitian ini kode-kode tersebut terdiri dari talenta, pelipur lara, algoritma di media sosial, *fandom*, program tv, selalu *update* tentang Seventeen, mengajak *mutualan*, *hype*, diskusi, promosi, koleksi *merchandise*, koleksi PC, *fan art*, AU, *fan edit*, *wallpaper*, *lockscreen*, *fan made*, melalui pembuatan *fanbase*, menjadi media promosi, menumbuhkan relasi, meningkatkan *engagement*, menaikkan tagar, penggalangan donasi, *sharing* solusi, himbauan *voting*, penyelenggaraan *event*, Carat pernah mendatangi *event* Carat, Carat tidak pernah mendatangi *event* Carat, himbauan untuk mencegah *fan war*, media partner untuk *brand*

dan Carat lainnya, @caratstalk pernah bekerja sama dengan akun *fanbase* Carat lainnya, informasi berupa *subtitle*, peringatan privasi member Seventeen, tata tertib konser, peringatan *voting*, *streaming*, tagar, jastip tiket konser dan *merchandise*, kegiatan Seventeen, *space* di Twitter, keadaan atau kegiatan Carat, Carat tidak melakukan *voting*, Carat tidak pernah pergi ke *event*, dan Carat tidak pernah bergabung dalam *space*.

3. Mencari tema

Tahap pencarian tema ini pada intinya adalah menyaring sesuatu yang penting dari data yang berhubungan dengan pertanyaan penelitian, mendeskripsikan pola atau makna data. Tema didapatkan dengan membaca beberapa kali data koding, lalu melihat hubungan, mengeksplorasi hubungan antar kode, bagaimana kode-kode tersebut memberitahukan tentang data.

4. Meninjau tema potensial

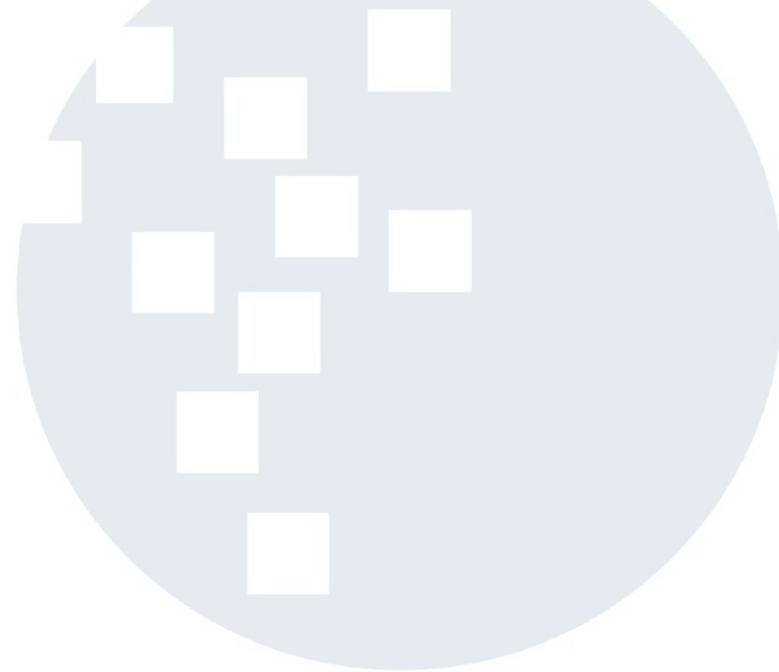
Untuk meninjau tema potensial, hal pertama yang dilakukan adalah menyelidiki tema yang telah ditemukan, apakah tema tersebut relevan dengan data. Dalam tinjauan ini dilakukan penentuan, seperti tema yang didukung oleh data dari @caratstalk. Serta data dan tema tersebut saling berhubungan dengan aspek dalam budaya partisipatif.

5. Mendefinisikan dan memberi nama tema

Pada proses ini, dilakukan pelabelan dan pendefinisian tema-tema sehingga terdapat perbedaan antara satu tema dengan tema yang lain. Dalam hal ini, dapat menggunakan beberapa kutipan, baik dari postingan di media sosial, catatan imersi, dan transkrip wawancara yang relevan dengan masing-masing tema. Adapun empat tema yang telah ditentukan, yaitu Motivasi dan Tujuan Afiliasi Carat, Bentuk Ekspresi *Fandom* Carat, Bentuk Kolaborasi *Fandom* Carat, dan Bentuk Sirkulasi Informasi *Fandom* Carat. Lalu, juga ditemukan tema lainnya yang berbeda dari aspek yang diungkapkan Jenkins (2009), yaitu Carat Tidak Terlibat dalam Beberapa Bentuk Kolaborasi dan Sirkulasi.

6. Menyusun laporan

Tahap akhir dari analisis ini adalah penyusunan laporan yang bertujuan untuk menampilkan hasil dengan *value* dari data berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Dalam hal ini, dilakukan penyusunan laporan untuk skripsi yang bisa ditujukan untuk manfaat akademis dan praktis.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA