

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif berdasar pada paradigma positivisme, yang menganggap hanya ada satu pengetahuan yang valid di dunia ini, yaitu ilmu pengetahuan (*science*) karena berdasar pada pengalaman manusia dengan menggunakan panca indera dan kemudian diproses logika berpikir (Muhammad et al., 2021). Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang banyak menggunakan angka dalam proses penelitian, mulai dari pencarian data, interpretasi, hingga penarikan kesimpulan (Machali, 2021). Lebih lanjut, Balaka (2022) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen serta analisis data berupa statistik. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji teori yang ada dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Dalam penelitian kuantitatif, variabel-variabel yang tidak diperlukan dapat dikontrol atau dipisahkan (Hardani et al., 2020).

Sifat deskriptif dalam penelitian berusaha untuk menggambarkan suatu fenomena atau gejala secara detail. Penelitian deskriptif biasanya tidak membutuhkan pencarian atau penjelasan tentang hubungan antar variabel atau pengujian hipotesis (Hardani et al., 2020).

Dengan demikian, penelitian ini akan menjelaskan dan menggambarkan strategi manajemen kesan yang digunakan Prabowo-Gibran melalui akun kampanye mereka di Instagram.

#### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Analisis isi kuantitatif adalah analisis isi yang bertujuan untuk memahami gambaran

karakteristik isi dan membuat kesimpulan dari isi tersebut. Analisis isi kuantitatif bertujuan untuk secara sistematis mengidentifikasi isi komunikasi yang terlihat (*manifest*) dan dilakukan dengan cara yang objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi (Eriyanto, 2011). Tujuan dari analisis isi kuantitatif adalah untuk menghasilkan perhitungan kategori-kategori utama dan pengukuran jumlah variabel lainnya, atau secara singkat, meringkas kumpulan pesan dalam bentuk angka (Neuendorf, 2017).

Neuendorf (2017) menjelaskan bahwa umumnya terdapat dua tipe analisis isi kuantitatif, yaitu *human coding* dan *computer coding* (*CATA: Computer-Aided Text Analysis*). *Human coding* melibatkan orang untuk menjadi *coders* (pengkode) dan menggunakan *codebook* (pedoman pengkodean) serta *coding form* (lembar pengkodean) untuk mendekode konten dan mencatat pengamatan terhadap variabel yang sudah ditentukan secara objektif dan teliti. *CATA* melibatkan tabulasi otomatis variabel-variabel menggunakan perangkat lunak (*software*), misalnya analisis satu set teks, menghitung kata kunci atau frasa, dan penanda teks lainnya. *Human coding* membutuhkan pelatihan ketat dan pengembangan skema pengkodean yang cermat untuk mencapai reliabilitas antar pengkode, sementara *CATA* cenderung diragukan validitasnya karena pengukuran dilakukan secara otomatis, tidak melibatkan pengukuran dengan pemikiran yang intensif dan membutuhkan validasi yang luas dan detail terhadap masalah. Penelitian ini akan menggunakan tipe *human coding* untuk mendapatkan temuan yang lebih terjamin valid dan objektif.

Sebagai metode penelitian yang terstruktur dan sistematis, terdapat beberapa tahapan analisis isi yang perlu dilakukan, yaitu sebagai berikut (Eriyanto, 2011):

- 1) **Merumuskan tujuan analisis**

Menentukan hal-hal yang menjadi masalah penelitian dan ingin dijawab melalui analisis isi. Tujuan analisis isi dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi manajemen kesan Prabowo-Gibran menjelang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2024. Hal ini menjadi permasalahan yang penting, mengingat pasangan Prabowo-Gibran memiliki kontroversi

yang mengancam citra mereka dan membuat semua mata tertuju kepada pasangan ini.

## 2) **Konseptualisasi dan operasionalisasi**

Merumuskan konsep penelitian dan melakukan operasionalisasi konsep agar dapat diukur. Penelitian ini menggunakan konsep strategi manajemen kesan dari Jones & Pittman (1982) yang terdiri dari *Ingratiation*, *Intimidation*, *Self-Promotion*, *Exemplification*, dan *Supplication*. Setiap strategi dibagi lagi menjadi taktik-taktik untuk memudahkan pengukuran. Taktik-taktik ini menjadi indikator dalam mengukur dan mengkategorikan konten. Misalnya *Intimidation* terdiri dari taktik *Threat* dan *Anger*, *Self-Promotion* terdiri dari taktik *Performance Claim* dan *Performance Account*, dst.

Konsep	Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Butir (Lembar Coding)
Impression Management Strategy (Jones & Pittman, 1982)	Ingratiation	Opinion Conformity	Menyetujui atau menyampaikan opini yang serupa dengan orang lain (e.g. menyatakan setuju, menunjukkan niat untuk melanjutkan hal yang sudah dilakukan/diperjuangkan orang lain, dll.)	Berikan tanda "v" pada kolom strategi jika indikator ditemukan
		Favor Doing	Menawarkan atau melakukan sesuatu yang sebenarnya tidak diperlukan orang lain sehingga menciptakan rasa hutang budi (e.g. merencanakan/melaksanakan program yang membantu banyak orang, berbagi buku, memborong dagangan penjual, mengadakan lomba berhadiah, dll.)	
		Self-Enhancement	Menunjukkan kualitas/sifat/motif/niat positif untuk meyakinkan orang lain (e.g. menunjukkan niat baik, optimisme, kesopanan, keramahan, mendengarkan aspirasi, membuat candaan, dll.)	
		Other Enhancement	Memberikan sanjungan atau pujian pada orang lain (e.g. memberikan sanjungan/pujian/apresiasi/ucapan selamat kepada orang lain, menyebutkan hal positif tentang orang lain, dll.)	
	Intimidation	Threats	Memberikan ancaman lisan/tulisan (e.g. menyampaikan pernyataan yang menjatuhkan reputasi orang lain, menyampaikan kritikan, dll.)	
		Anger	Menunjukkan kemarahan melalui ekspresi/kata-kata/wajah/sikap marah (e.g. mengungkapkan ketidaksetujuan/kekesalan, menaikkan nada berbicara, dll.)	
	Self-Promotion	Performance Claims	Menunjukkan kemampuan umum atau khusus yang dimiliki secara langsung (e.g. memuji kompetensi diri sendiri, menunjukkan kemampuan-kemampuannya, menyertakan data dalam opininya, menyatakan komitmen, dll.)	
		Performance	Menunjukkan hal-hal yang ada di sekitarnya atau hasil usahanya untuk	

Gambar 2.1 Cuplikan Tabel Operasionalisasi Konsep

## 3) **Lembar pengkodean (coding sheet)**

Menurunkan operasionalisasi ke dalam lembar pengkodean. Lembar pengkodean mencakup hal yang ingin diamati dan cara pengukurannya. Pada penelitian ini, lembar pengkodean dibuat menggunakan *Google Sheets* untuk memudahkan akses dan pengisian oleh *coder* lainnya. Adapun isi lembar pengkodean mencakup judul, data pribadi *coder*, petunjuk pengisian, dan tabel *coding* yang terdiri dari *thumbnail*, *caption*, dan *link posting-an*, serta kolom strategi/taktik dari setiap strategi. Pengisian dilakukan dengan memberi tanda “v” pada kolom strategi/taktik yang ditemukan.

Lembar Pengkodean  
Strategi Manajemen Kesan Prabowo-Gibran di Instagram Selama Masa Kampanye Pemilu 2024

Nama Coder	Jennie
Nomor Identitas Coder	
Usia Coder	23 tahun
Pekerjaan Coder	Pegawai swasta

Mohon diperhatikan:  
 1. Coder telah membaca halaman "Penjelasan Konsep" dan memahami konsep yang dijabarkan sebelum mengisi Lembar Pengkodean.  
 2. Coder disarankan untuk membuat tampilan split window, menampilkan halaman "Indikator Strategi" dan "Lembar Pengkodean" secara bersamaan untuk memudahkan pengerjaan.  
 3. Tidak menutup kemungkinan bahwa satu konten bisa mengandung lebih dari satu atau tidak mengandung strategi sama sekali.  
 4. Isi Lembar Pengkodean dengan memberi tanda centang (v) pada kolom strategi yang ditemukan.

No.	Thumbnail Posting-an	Caption	Link Konten	Ingratiation (Attribute of Likability)				Intimidation (Project Danger)		Self-Promotion (Attribute of Likability)	
				Opinion Conformity	Favor Doing	Self-Enhancement	Other Enhancement	Threats	Anger	Performance Claims	Per
1		Emang Boleh lanjutan program Presiden @Jokowi?	<a href="https://www.instagram.com/p/C25p_KP00q0m?utm_source=ig_web_copy_link&amp;utm_medium=share">https://www.instagram.com/p/C25p_KP00q0m?utm_source=ig_web_copy_link&amp;utm_medium=share</a>	v	v	v					

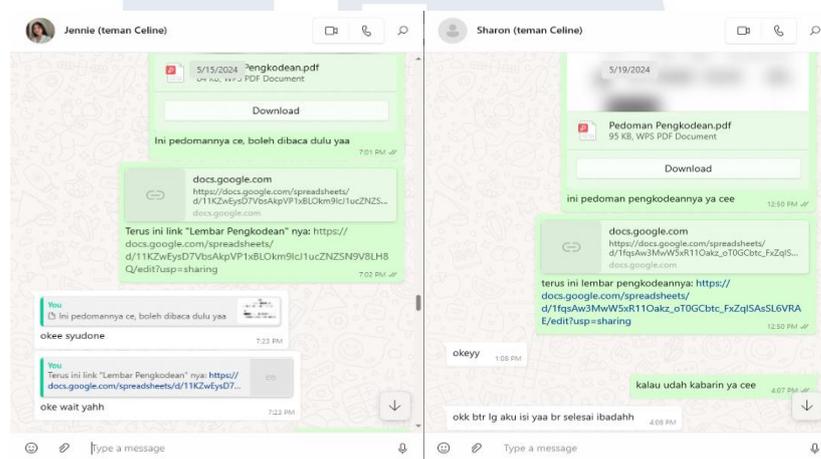
Gambar 2.2 Cuplikan Lembar Pengkodean

#### 4) Populasi dan sampel

Merumuskan populasi dan sampel analisis isi, yaitu menggunakan seluruh populasi (sensus) atau menentukan teknik *sampling* dan jumlah sampel yang akan dianalisis. Penelitian ini menggunakan seluruh populasi menjadi sampel, yaitu seluruh *posting-an* yang diunggah selama periode kampanye Pemilu 2024 (tanggal 28 November 2023 – 10 Februari 2024) yang berjumlah sebanyak 277 konten.

#### 5) Pelatihan *coder* dan pengujian validitas reliabilitas

Memberikan pelatihan pada *coder* yang akan membaca dan menilai isi, kemudian menguji reliabilitas. Jika belum memenuhi syarat, lembar pengkodean diubah hingga nantinya ditemukan angka reliabilitas yang tinggi. Pada penelitian ini, pelatihan *coder* dilakukan dengan komunikasi melalui WhatsApp. Selain itu, pedoman pengkodean juga dibuat untuk memastikan *coder* memiliki pemahaman yang sama dalam melakukan *coding*. Indikator yang telah dibuat dinilai berdasarkan *face validity* untuk memastikan validitasnya. Uji reliabilitas dilakukan dengan mengkode 15 sampel konten oleh ketiga *coder*.



Gambar 2.3 Cuplikan Bukti *Chat* dengan *Coder*

#### 6) **Proses *coding***

Mengkode seluruh isi konten ke dalam lembar pengkodean yang telah disusun. Setelah indikator yang digunakan dipastikan sudah valid dan reliabel, proses *coding* dilanjutkan oleh peneliti ke seluruh konten.

#### 7) **Perhitungan reliabilitas final**

Menghitung angka reliabilitas dari hasil *coding* menggunakan rumus seperti Holsti, Krippendorff, atau Cohen Kappa. Pada penelitian ini, rumus Holsti

digunakan untuk menghitung reliabilitas final dari indikator yang digunakan.

#### 8) **Input data dan analisis**

Menginput data dari lembar pengkodean dan analisis data. Data hasil *coding* dijabarkan pada bab 4 dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, kemudian dianalisis.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah objek/subjek dari suatu wilayah yang digeneralisasi, yang memiliki karakteristik, kuantitas, dan kualitas khusus sesuai dengan yang ditentukan peneliti untuk menghasilkan interpretasi dan data penelitian yang akan ditarik kesimpulannya (Muhammad et al., 2021). Singkatnya, populasi adalah seluruh objek/subjek penelitian yang ditetapkan peneliti. Di sisi lain, sampel adalah sebagian objek/subjek yang diteliti dan dianggap mewakili keseluruhan populasi (Machali, 2021).

Yang menjadi populasi penelitian ini adalah seluruh konten pada akun Instagram @prabowo.gibran2 yang diunggah selama periode kampanye Pemilu 2024, yaitu per tanggal 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024 yang berjumlah sebanyak 277 posts (117 foto dan 160 video). Penelitian ini akan menggunakan teknik sensus, yaitu menggunakan semua anggota populasi menjadi sampel (Eriyanto, 2011). Maka seluruh 277 posts akan diteliti dan diamati.

### **3.4 Unit Analisis**

Unit analisis adalah subjek dari penelitian, yakni apa atau siapa yang diteliti (Neuendorf, 2017). Dalam penelitian ini, yang menjadi unit analisis adalah konten dalam format *Photo*, *Carousel*, *Reels*, dan *Live (save to post)* di akun Instagram @prabowo.gibran2 selama periode kampanye. Konten akan dianalisis dan dikategorikan ke dalam strategi manajemen kesan menurut Jones & Pittman (1982).

### 3.5 Operasionalisasi Variabel/Konsep

Konsep harus diturunkan agar dapat diukur dan diteliti melalui pengamatan empiris. Hal ini dilakukan dengan membuat operasionalisasi, yaitu kegiatan mempertajam konsep yang bersifat abstrak menjadi konkret dengan membuat indikator-indikator (Eriyanto, 2011).

Penelitian ini mengangkat konsep strategi manajemen kesan Jones & Pittman (1982) yang terdiri atas dimensi (1) *Ingratiation* dengan indikator *Opinion Conformity*, *Favor Doing*, *Self-Enhancement*, dan *Other Enhancement*, (2) *Intimidation* dengan indikator *Threats* dan *Anger*, (3) *Self-Promotion* dengan indikator *Performance Claims* dan *Performance Accounts*, (4) *Exemplification* dengan indikator *Self-Denial*, *Helping*, dan *Militancy for A Cause*, dan (5) *Supplication* dengan indikator *Self-Deprecation* dan *Entreaties for Help*.



Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep

<b>Konsep</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Deskripsi Indikator</b>	<b>Butir (Lembar Coding)</b>
<i>Impression Management Strategy</i> (Jones & Pittman, 1982)	<i>Ingratiation</i>	<i>Opinion Conformity</i>	Menyetujui atau menyampaikan opini yang serupa dengan orang lain (e.g. menyatakan setuju, menunjukkan niat untuk melanjutkan hal yang sudah dilakukan/diperjuangkan orang lain, dll.)	Berikan tanda “v” pada kolom strategi jika indikator ditemukan
		<i>Favor Doing</i>	Menawarkan atau melakukan sesuatu yang sebenarnya tidak diperlukan orang lain sehingga menciptakan rasa hutang budi (e.g. merencanakan/melaksanakan program yang membantu banyak orang, berbagi buku, memborong dagangan penjual, mengadakan lomba berhadiah, dll.)	
		<i>Self-Enhancement</i>	Menunjukkan kualitas/sifat/motif/niat positif untuk meyakinkan orang lain (e.g. menunjukkan niat baik, optimisme, kesopanan, keramahan, mendengarkan aspirasi, membuat candaan, dll.)	
		<i>Other Enhancement</i>	Memberikan sanjungan atau pujian pada orang lain (e.g. memberikan sanjungan/pujian/apresiasi/ucapan selamat kepada orang lain, menyebutkan hal positif tentang orang lain, dll.)	
	<i>Intimidation</i>	<i>Threats</i>	Memberikan ancaman lisan/tulisan (e.g. menyampaikan pernyataan yang menjatuhkan reputasi orang lain, menyampaikan kritikan, dll.)	
		<i>Anger</i>	Menunjukkan kemarahan melalui ekspresi/kata-kata/wajah/sikap marah (e.g. mengungkapkan ketidaksetujuan/kekesalan, menaikkan nada berbicara, dll.)	
	<i>Self-Promotion</i>	<i>Performance</i>	Menunjukkan kemampuan umum atau khusus yang dimiliki secara langsung	

		<i>Claims</i>	(e.g. memuji kompetensi diri sendiri, menunjukkan kemampuan-kemampuannya, menyertakan data dalam opininya, menyatakan komitmen, dll.)
		<i>Performance Accounts</i>	Menunjukkan hal-hal yang ada di sekitarnya atau hasil usahanya untuk mempromosikan kemampuannya (e.g. menunjukkan hasil kerja/pengalaman/prestasi/penghargaan, menunjukkan dukungan dari orang lain, dll.)
<i>Exemplification</i>		<i>Self-Denial</i>	Menunjukkan sikap pengorbanan demi sesuatu yang lebih besar (e.g. menyatakan kerelaan untuk berkorban, menceritakan pengorbanan yang sudah dilakukan, menolak pujian terhadap dirinya, dll.)
		<i>Helping</i>	Menolong orang lain untuk menunjukkan kepedulian (e.g. menyatakan niat untuk menolong atau menolong orang kurang beruntung/berkekurangan/terkena musibah/minoritas, dll.)
		<i>Militancy for A Cause</i>	Menyampaikan opini yang membangun dalam mencapai suatu tujuan atau membangun image disegani (e.g. menyampaikan opini yang membangun/motivasi, menunjukkan tindakan moral (bersyukur, berdoa, meminta maaf), mengajak orang lain untuk berbuat baik, ikut memperingati/merayakan hari-hari spesial, dll.)
<i>Supplication</i>		<i>Self-Deprecation</i>	Menunjukkan bahwa dirinya mengalami kesulitan, tak berdaya, atau lemah akan kondisi yang dialami, seakan-akan perlu dikasihani (e.g. menampilkan kesulitan yang sedang/pernah dialami, menunjukkan kejahatan orang terhadapnya, dll.)
		<i>Entreaties for Help</i>	Meminta bantuan secara terang-terangan atas kelemahannya (e.g. meminta bantuan karena tidak mampu, dll.)

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi yaitu mengumpulkan data dengan mengamati subjek penelitian melalui pancaindra. Proses pengamatan tidak boleh diketahui oleh subjek atau objek yang sedang diamati. Bentuk observasi yang dilakukan adalah observasi non partisipasi (*nonparticipant observation*), yaitu mengamati secara independen tanpa berinteraksi dengan subjek yang diteliti. Observasi non partisipasi menghindari bias pada data yang diungkapkan karena tidak ada interaksi antara pengamat dan subjek penelitian (Hardani et al., 2020; Muhammad et al., 2021).

Dalam penelitian ini, observasi non partisipan dilakukan dengan mengamati *caption*, foto dan video pada setiap *posting*-an untuk menemukan kecenderungan presentasi diri yang ditampilkan Prabowo-Gibran dalam membangun kesan positif.

### 3.7 Teknik Pengukuran Data

Hasil penelitian yang valid, reliabel, dan objektif menjadi kriteria utama dalam penelitian kuantitatif. Maka untuk menjaga kualitas penelitian perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian kuantitatif, yang diuji validitas dan reliabilitasnya adalah instrumen penelitiannya (Hardani et al., 2020).

#### 3.7.1 Uji Validitas

Validitas dilakukan untuk memastikan alat ukur yang digunakan sah (valid) sehingga dapat menjamin bahwa hasil temuan dilakukan melalui pengukuran yang tepat. Terdapat beberapa jenis validitas, dalam penelitian ini yang digunakan adalah *face validity*. *Face validity* (validitas muka) adalah pengujian validitas dengan menentukan alat ukur yang digunakan memang sudah tepat mengukur konsep yang ingin diukur. Hal ini dilakukan dengan memeriksa dan memastikan ukuran yang digunakan sudah sesuai dengan apa yang ingin diukur (Eriyanto, 2011).

Salah satu cara untuk melakukan *face validity* adalah dengan mencocokkan alat ukur yang digunakan dengan referensi ilmiah lain untuk memastikan alat ukur yang dipakai telah diterima sebagai alat ukur yang valid (Eriyanto, 2011). Penelitian ini mengacu pada buku dan jurnal terdahulu sehingga alat ukur dalam penelitian ini dianggap sudah valid untuk mengukur konsep .

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah seberapa konsisten (handal) alat ukur kita dalam menghasilkan hasil yang sama setiap kali digunakan. Jenis uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabilitas antar-coder (*intercoder reliability*) yaitu melibatkan dua orang atau lebih *coder* yang diberikan alat ukur (lembar pengkodean) dan diminta untuk melakukan *coding* (menilai sesuai dengan petunjuk yang diberikan). Kemudian hasil *coding* ini akan dibandingkan untuk melihat persamaan dan perbedaannya (Eriyanto, 2011).

Penelitian ini menggunakan tiga *coder*. *Coder* pertama adalah peneliti. *Coder* kedua adalah Jennie Rao, seorang lulusan Ilmu Komunikasi yang saat ini berprofesi sebagai *Project Assistant* di Social Bread dan memiliki pengalaman kerja sebagai *Copywriter* di media sosial selama satu setengah tahun. Jennie juga pernah mengambil mata kuliah *Political Communication* ketika berkuliah sehingga dianggap memiliki pemahaman politik untuk menjadi *coder* dalam penelitian ini. *Coder* ketiga adalah Sharon Faustine, juga merupakan lulusan Ilmu Komunikasi dan saat ini berprofesi sebagai *Freelance Social Media Specialist* dengan pengalaman kerja selama tiga tahun di bidang media sosial. Selama berkuliah, Sharon pernah mengambil mata kuliah *Introduction to Politics* dan *Public Opinion* sehingga dianggap mumpuni untuk menjadi *coder* dalam penelitian ini.

Tahapan pengisian lembar pengkodean dimulai dengan membaca dan memahami penjelasan konsep yang telah dibuat oleh peneliti sebagai

petunjuk dalam mengkategorikan konten. Selanjutnya, para *coder* mengisi lembar pengkodean secara independen dengan mengacu pada penjelasan konsep. Setelah lembar pengkodean diisi oleh ketiga *coder*, dilakukan uji reliabilitas antar-*coder*. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan formula Holsti:

$$\text{Reliabilitas Antar - Coder} = \frac{3M}{(N1 + N2 + N3)}$$

Keterangan:

M = jumlah *coding* yang sama oleh ketiga *coder*

N1 = jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1

N2 = jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 2

N3 = jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 3

Hasil perhitungan dari formula ini harus berada di atas angka 0,7 atau 70% agar dianggap reliabel. Semakin tinggi angka yang dihasilkan dari perhitungan, semakin reliabel alat ukur yang digunakan (Eriyanto, 2011, pp. 290).

Setelah melakukan *coding*, ditemukan bahwa terdapat 43 *coding* yang sama oleh semua *coder*. *Coder* 1 (peneliti) menghasilkan 53 *coding*, *coder* 2 (Jennie) menghasilkan 52 *coding*, dan *coder* 3 (Sharon) menghasilkan 57 *coding*. Jika dimasukkan ke dalam formula Holsti, perhitungannya adalah sbb:

$$\text{Reliabilitas Antar - Coder} = \frac{3(43)}{53 + 52 + 57}$$

$$= \frac{129}{162}$$

$$= 0.7962962963 \sim 0.79$$

Hasil perhitungan menunjukkan angka 0,79 atau 79% (di atas 0,7 atau 70%) sehingga alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dianggap reliabel.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Tahapan awal dari analisis data adalah mendeskripsikan temuan. Hasil temuan akan dideskripsikan menggunakan statistik deskriptif, yaitu dijabarkan dalam bentuk tabel frekuensi, yang memuat frekuensi dari masing-masing kategori dan persentasenya (Eriyanto, 2011). Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik suatu kelompok, sampel, atau data (Machali, 2021).

Teknik analisis distribusi frekuensi data akan digunakan untuk menampilkan persebaran atau distribusi frekuensi data, dengan membuat tabel distribusi frekuensi. Tabel ini bertujuan untuk menyusun data hasil penelitian menjadi sistematis, sederhana, dan informatif sehingga mudah dibaca dan dipahami. Format tabel distribusi frekuensi mencakup kolom data, frekuensi, dan pada umumnya dilengkapi dengan kolom persentase. Teknik analisis data ini hanya dapat menyajikan satu variabel atau satu set data secara terpisah, tanpa mengaitkannya dengan variabel atau data lainnya (Machali, 2021).