

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian

Paradigma berkaitan dengan acuan yang menjadi dasar peneliti untuk mengungkapkan fakta melalui kegiatan yang peneliti lakukan (Moniaga et al., 2024). Dengan kata lain, paradigma penelitian merupakan perspektif riset yang dilakukan seorang peneliti yang berisikan cara pandang peneliti melihat realita hingga mempelajari fenomena (Batubara, 2017). Dengan demikian, paradigma penelitian dapat terbagi menjadi tiga bagian, yaitu *postpositivism*, *constructivism-interpretivism*, dan *critical-ideological* (Creswell & Creswell, 2018).

Pada penelitian ini, peneliti memilih paradigma penelitian *constructivism* atau konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme memandang bahwa individu mencari pemahaman tentang dunia tempat mereka hidup atau bekerja. Oleh sebab itu, individu mengembangkan mana subjektif dari pengalaman dan makna yang diarahkan kepada objek atau hal tertentu. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengandalkan pandangan partisipan atau narasumber tentang situasi yang sedang dipelajari (Creswell & Creswell, 2018).

Paradigma konstruktivisme berfokus pada pandangan individu dengan berbagi pengalamannya. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme untuk menjelajahi pengalaman narasumber terkait pemahaman dan penerimaan khalayak terhadap investasi Apple.Inc melalui YouTube GadgetIn. Dengan demikian, peneliti dapat mengandalkan pengalaman khalayak dalam memakani investasi Apple.Inc yang dapat berdampak pada citra dan reputasi *brand* Apple.Inc. Melalui paradigma ini juga, peneliti mendapatkan acuan untuk mengungkapkan fakta terkait posisi penerimaan khalayak secara mendalam.

3.2. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian berjudul “Resepsi Khalayak Mengenai Investasi Brand Apple.Inc di Indonesia Melalui Channel YouTube GadgetIn” yaitu kualitatif. Penelitian kualitatif mempertimbangkan keragaman makna dan nilai yang diciptakan dalam media. Dengan demikian, penelitian kualitatif berusaha memahami berbagai hubungan yang ada di dalam media dan khalayak (Brennen, 2024). Penelitian kualitatif berfokus pada sebuah pendekatan untuk menjelajahi dan memahami makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap sebuah masalah sosial (Creswell & Creswell, 2018). Oleh karena itu, penelitian kualitatif dapat digunakan saat peneliti ingin melibatkan individu untuk berbagi cerita atau informasi, mendengarkan pendapat, dan meminimalisir hubungan kekuasaan (Creswell & Poth, 2018).

Bersamaan dengan jenis penelitian yang menggunakan penelitian kualitatif, maka sifat penelitian yang diterapkan adalah deskriptif. Dengan demikian, pada penelitian ini dihasilkan penelitian kualitatif deskriptif. Sifat penelitian deskriptif berkaitan dengan strategi mendeskripsikan data secara sistematis, faktual, dan akurat dengan mengambil kedalaman makna (Kriyantono, 2022). Oleh sebab itu, peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan tujuan mendeskripsikan resepsi khalayak terkait investasi *brand* Apple.Inc. Dengan demikian pula, peneliti akan meninjau lebih mendalam dengan teori utama *encoding* dan *decoding*.

3.3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan analisis resepsi. Stuart Hall menyatakan bahwa pendekatan analisis resepsi khalayak berfokus pada makna, produksi, dan pengalaman khalayak dalam kaitannya dengan teks media. Encoding dan Decoding adalah teori yang digunakan dalam analisis resepsi. Stuart Hall menjelaskan teori tersebut sebagai proses khalayak untuk mengkonsumsi dan menghasilkan makna dari pesan media massa yang mereka konsumsi (Ida, 2014, p. 161).

Khalayak akan dibagi ke dalam tiga kelompok: dominan, negosiasi, atau oposisi, menurut Hall (dalam Ida, 2014, p. 179). Khalayak berada di posisi dominan ketika mereka memahami isi pesan secara apa adanya, sedangkan khalayak lain tidak dapat menangkap kode tersebut. Khalayak berada di posisi oposisi ketika mereka menunjukkan sikap yang bertentangan dengan pesan. Dalam penelitian ini, analisis resepsi digunakan untuk membagi khalayak berdasarkan pesan yang mereka terima setelah membaca berita. Kemudian, khalayak dikelompokkan ke dalam tiga posisi, dan hasilnya akan sebagai data yang akan digunakan peneliti untuk mencapai kesimpulan.

3.4. Pemilihan Informan

Dalam penelitian, pemilihan informan sangat penting dilakukan agar data yang didapatkan sesuai dengan apa yang sedang dibahas dalam penelitian. Oleh sebab itu, informan penelitian memainkan peran penting dan lebih luas daripada hanya sekadar memberikan informasi kepada peneliti. Lebih lanjut, informan juga berperan memberikan saran mengenai sumber informasi lain yang mendukung (Yin, 2014). Berdasarkan uraian yang tertera, peneliti memilih informan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mengikuti YouTube resmi GadgetIn.
2. Mengetahui berita terkait investasi Apple untuk negara Indonesia.

Melalui kriteria-kriteria yang telah peneliti jabarkan, peneliti mendapatkan 1 key informan dan 9 informan tambahan dengan latar belakang yang berbeda. Untuk mempermudah dalam penjabaran informan, peneliti cantumkan ke dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Daftar Informan

Nama	Usia	Latar belakang	Alasan mengikuti YouTube GadgetIn
Raja Alif Adhi Budoyo	24 Tahun	Karyawan swasta di salah satu digital agency di Gading Serpong, berdomisili Tangerang	Suka dengan gadget dan sebagai sumber informasi tentang gadget
Laurensia Yosinta Valentina	22 Tahun	<i>Fresh graduate</i> yang sekarang merupakan seorang <i>freelancer</i> , berdomisili Tangerang Selatan	Sebagai pedoman dalam memilih gadget sebelum membeli dan karena GadgetIn muncul paling atas ketika di <i>search</i> terkait gadget
Laurencia Averina	20 Tahun	Mahasiswa semester 3, berdomisili Jakarta Selatan	Channel GadgetIn memiliki cara penyampaian informasi yang santai dan berbeda dari yang lain terkait teknologi dan me-review secara jujur berdasarkan pemakaian pribadi (bukan endorse/mengiklan)an)

Rizky Rahmat Hoesien	23 Tahun	Seorang social media specialist di sebuah perusahaan arsitektur dan berdomisili di Tangerang Selatan	Suka dan update tentang gadget
Asep Sutresna, M.A	-	Dosen UMN dan berpengalaman meng- <i>handle</i> brand	-
Aurellita Lianty	22 Tahun	Fresh Graduate	Menjelaskan terkait teknologi dengan lengkap dan jelas
Meillycia Tantri	22 Tahun	Fresh Graduate	Channelnya informatif dan mereview dengan penggunaan pribadi
Vincent Jonathan	22 Tahun	Fresh Graduate	Channel GadgetIn mereview barang teknologi dengan sangat jelas dan lengkap
Raden Muhammad Akmal Burhanuddin	21 Tahun	Fresh Graduate	Channel YouTube GadgetIn informatif dan pengemasan video yang menarik

Michael Vincent	25 Tahun	Social Media Specialist	Channel YpuTube GadgetIn credible dan sangat informatif
-----------------	----------	-------------------------	---

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan cara peneliti untuk mengumpulkan sebuah data melalui sejumlah informasi. Oleh sebab itu, pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, pengamatan, wawancara, materi audio visual, serta dokumen dan laporan (Creswell & Poth, 2018). Berdasarkan teknik pengumpulan data yang telah dijabarkan, peneliti memilih teknik pengumpulan data melalui wawancara. Pada penelitian kualitatif yang menggunakan wawancara, peneliti dapat menggunakan pilihan tipe wawancara, seperti wawancara tatap muka, wawancara melalui telepon, wawancara melalui internet, atau wawancara yang sifatnya berkelompok (FGD) (Creswell & Creswell, 2018). Oleh karena itu, wawancara melibatkan pertanyaan yang tidak terstruktur dan umumnya bersifat terbuka dengan maksud untuk memperoleh pandangan dan pendapat dari para peserta (Creswell & Creswell, 2018).

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara yang berkaitan dengan proses memperoleh keterangan untuk keperluan penelitian dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada narasumber. Dengan demikian, wawancara memerlukan sebuah transkripsi untuk digunakan sebagai analisis data (Hartono, 2018). Wawancara membantu peneliti dalam menjelajahi serta mendalami informan yang merupakan khalayak yang mengikuti YouTube resmi GadgetIn. Melalui wawancara bersama informan, peneliti mendapatkan sejumlah uraian data dari hasil pemikiran informan. Oleh karena itu, hasil pemikiran informan tentang pemaknaan dan penerimaan investasi brand Apple.Inc di Indonesia akan sangat penting mengingat investasi yang dilakukan Apple.Inc dapat

berdampak pada citra dan reputasi Apple.Inc.

Tidak hanya melalui wawancara bersama informan, peneliti juga menggunakan dokumen sebagai penunjang pengumpulan data. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data pada penelitian ini terbagi menjadi dua tipe, sebagai berikut:

3.5.1. Daftar Informan

Data primer adalah data utama yang memerlukan riset. Oleh sebab itu, data primer didapatkan dari objek penelitian secara langsung. Dengan demikian pula, data primer yang digunakan peneliti adalah hasil penelitian dengan informan yang sesuai dengan kriteria yang telah tercantum pada subbab pemilihan informan. Informan pada penelitian ini harus berkewarganegaraan Indonesia, mengikuti channel YouTube GadgetIn, dan mengetahui berita terkait investasi Apple untuk negara Indonesia. Untuk mendapatkan data primer, peneliti akan melakukan wawancara bersama informan dengan memberikan sejumlah pertanyaan seputar investasi yang dilakukan Apple.Inc, sudut pandang informan terkait citra dan reputasi Apple.Inc, serta terkuat YouTube GadgetIn. Dengan demikian, peneliti akan mendapatkan data primer berupa pemahaman dan posisi penerimaan khalayak terhadap investasi yang dilakukan Apple.Inc

3.5.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari sumber telah sudah ada dalam berbagai bentuk. Data sekunder yang digunakan peneliti berupa dokumen yang beredar di media. Dokumen sekunder dalam penelitian dapat berupa dokumen dalam bentuk portal berita *online* dan konten video yang relevan dengan investasi brand Apple.inc.

3.6. Keabsahan Data

Keabsahan data berkaitan dengan standar kebenaran suatu data hasil

penelitian yang menekankan informasi (Fitrah & Luthfiyah, 2018). Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti menggunakan keabsahan data berupa triangulasi sumber (Patton, 1999). Hal ini berkesinambungan dengan teknik pengumpulan data yang telah dipilih, yaitu dengan melakukan wawancara dan peninjauan dokumen. Oleh karena itu, dengan sumber triangulasi, peneliti dapat mendalami dan meninjau kembali hasil wawancara serta dokumen yang dipilih terkait investasi *brand* Apple.Inc.

Dalam penelitian ini pula, peneliti menggunakan satu *key* informan untuk menunjang keabsahan data. *Key* informan berperan penting dalam memberikan informasi seputar topik penelitian karena memiliki pengetahuan luas dan ahli dibidangnya. Dengan demikian, peneliti memilih salah satu dosen Ilmu Komunikasi untuk mencari informasi yang berkaitan dengan media dan mengetahui bagaimana peran media dapat mempengaruhi khalayak sebagai penggunanya.

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses menyusun, mengkategorikan data, mencari pola, dengan maksud untuk mengetahui sebuah makna. Dengan demikian, analisis data dilakukan dengan upaya mengelompokkan dan menyamakan data sesuai dengan apa yang sedang dibahas (Mekarisce, 2020). Stake (1995). Menurut Miles dan Huberman (1984) dalam Fitrah & Luthfiyah (2018), analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan sampai tuntas. Dengan demikian, Miles dan Huberman menjelaskan terdapat tiga tahapan dalam menganalisis data, yaitu:

1. *Data reduction*, berkaitan dengan data yang didapatkan dari lapangan. Dengan demikian, reduksi data berguna untuk merangkum, meneliti informasi pokok, hingga mencari tema dan pola informasi penelitian.
2. *Data display*, berkaitan dengan penyajian data setelah melakukan reduksi. Dengan penyajian data, penelitian kualitatif dapat dibentuk secara uraian singkat, bagan, antar kategori, dan sejenisnya. Oleh karena itu, penyajian data penelitian kualitatif dapat berbentuk teks

yang bersifat naratif.

3. Kesimpulan, berkaitan dengan penarikan kesimpulan yang ditemukan. Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah dan diharapkan mendapatkan temuan baru yang tidak ada dalam penelitian sebelumnya.

Berkaitan dengan penelitian, peneliti terlebih dahulu melakukan reduksi data melalui wawancara bersama narasumber yang relevan dan dibantu dengan penggunaan informasi dari media terkait investasi *brand* Apple.Inc. Selanjutnya, peneliti akan menyajikan serta menguraikan data terkait investasi Apple.Inc. Dengan demikian, peneliti dapat menemukan kategori pembahasan serta pemahaman dan penerimaan informan. Setelah melakukan reduksi dan penyajian data, peneliti akan menarik kesimpulan dan mendapatkan temuan baru tentang pandangan khalayak terhadap investasi *brand* Apple.Inc.

