

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma atau *worldview* adalah sebuah keyakinan yang mendasari sebuah tindakan (Creswell, 2023, p. 40). Guba (1990) menyebutnya sebagai *worldview*, seperangkat kepercayaan dasar yang membimbing tindakan peneliti. Creswell berpendapat bahwa sebuah keyakinan menjadi penting untuk dicantumkan dalam sebuah penelitian supaya pembaca dapat mengetahui sikap yang diambil oleh peneliti dan kemudian dapat menafsirkan penelitian secara lebih baik. Ada empat jenis paradigma yang telah digunakan dalam banyak literatur yaitu postpositivisme, konstruktivisme, transformatif, dan pragmatisme (Creswell & Creswell, 2018).

Penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme sebagai landasan filosofis. Paradigma ini berpandangan bahwa realitas sosial tidak bersifat tunggal dan absolut, serta tidak dapat diamati atau diukur secara sempurna karena keterbatasan manusia sebagai peneliti. Oleh karena itu, kebenaran dalam pendekatan ini dianggap sebagai kebenaran yang paling mendekati, bukan kebenaran mutlak, dan selalu terkait dengan konteks sosial serta bukti empiris yang tersedia (Agustini et al., 2023). Postpositivisme berfokus pada hubungan sebab-akibat yang bersifat probabilistik dan menekankan pentingnya proses penelitian yang sistematis, rasional, dan logis. Pengetahuan dibangun melalui pengamatan yang cermat, pengumpulan data empiris, dan pertimbangan logis, serta didukung oleh teori yang dapat diuji, dikaji ulang, dan direvisi (Creswell & Creswell, 2023).

Dalam pelaksanaannya, peneliti menghimpun informasi berdasarkan alat ukur tertentu yang direspons oleh partisipan atau melalui observasi komprehensif di lapangan (Agustini et al., 2023). Karena itu, strategi validitas seperti triangulasi metode dan data menjadi penting untuk menangkap realitas. Paradigma postpositivisme dalam penelitian ini diterapkan untuk mendukung dua fokus utama. Pertama, pada aspek pola konsumsi berita dengan visualisasi data oleh audiens, peneliti menggunakan metode media diary untuk mencatat jenis dan topik berita

yang dikonsumsi, durasi membaca, sumber berita, serta alasan ketertarikan. Aspek seperti durasi konsumsi memungkinkan dilakukannya pengamatan dan pengukuran secara sistematis, sesuai prinsip postpositivis yang menekankan keterukuran dan bukti empiris. Kedua, dalam mengevaluasi kualitas berita dengan visualisasi data, peneliti menggunakan kerangka enam dimensi normatif kualitas berita dari Urban & Schweiger (2014), yaitu *diversity*, *relevance*, *accuracy*, *comprehensibility*, *impartiality*, dan *ethics*.

Dengan menggabungkan metode *media diary* dan *focus group discussion* (FGD), peneliti berusaha menyusun pemahaman yang mendalam dan valid mengenai bagaimana pengalaman nyata partisipan mengonsumsi dan memberikan penilaian mereka terhadap berita dengan visualisasi data. Paradigma postpositivisme mendukung pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini, dengan menekankan bahwa meskipun hasil penelitian tidak dapat menjangkau kebenaran mutlak, temuan yang disusun secara empiris dan logis tetap dapat memberikan gambaran yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut Nelson et al., 1992 (dalam Denzin & Lincoln, 2017), penelitian kualitatif mencakup ilmu sosial dan humaniora yang berfokus pada perspektif naturalistik dan pemahaman interpretatif tentang pengalaman manusia. Denzin & Lincoln (2017) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif bersifat kreatif dan interpretatif. Peneliti tidak hanya mengumpulkan data, tetapi juga menyusun cerita dan makna dari pengalaman lapangan. Oleh karena itu, penelitian kualitatif seringkali dilakukan untuk mengeksplorasi dan memahami makna seorang individu atau kelompok (Creswell & Creswell, 2018). Penelitian kualitatif mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan keberagaman manusia, keberagaman tindakan, keberagaman kepercayaan dan keberagaman minat dengan berfokus pada perbedaan yang dapat menimbulkan perbedaan makna (Anggito & Setiawan, 2018).

Proses penelitian kualitatif dilakukan dengan mengajukan pertanyaan dalam sebuah prosedur untuk mendapatkan data yang dilakukan dalam lingkungan partisipan dilanjutkan dengan analisis data yang dibangun secara induktif (muncul dari data) dari hal-hal khusus ke tema umum kemudian peneliti akan membuat interpretasi tentang makna dari data yang sudah dikumpulkan. Penelitian kualitatif juga bersifat politis karena tidak ada satu kebenaran tunggal (Denzin & Lincoln, 2018). Penelitian ini juga dapat digunakan untuk mengevaluasi program, memberi masukan kebijakan, dan menjadi ruang bagi suara masyarakat yang jarang terdengar.

Kirk & Miller menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah sebuah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang bergantung pada pengamatan manusia (Anggito & Setiawan, 2018). Adapun ada dua tujuan penelitian kualitatif secara mendasar yaitu *to describe & to explore* dan *to describe & explain*. Demikian juga penelitian ini dilakukan untuk mengamati bagaimana audiens mengonsumsi berita dengan visualisasi data dan bagaimana audiens menilai kualitas berita dengan visualisasi data.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini analisis khalayak. Pendekatan ini dipilih untuk memahami bagaimana audiens mengonsumsi berita dengan visualisasi data dan bagaimana mereka menilai kualitas dari berita tersebut. Studi khalayak merupakan suatu yang sangat melekat pada industri media itu sendiri.

Secara tradisional, studi khalayak terbagi antara pengukuran jumlah orang yang menerima pesan media dan menangkap keunikan interpretasi manusia terhadap pesan disebarkan oleh media massa. Dalam Patriarche et al. (2014), analisis khalayak telah berkembang dalam sisi kuantitatif dengan metode seperti survei & eksperimen dan kualitatif dengan metode wawancara individu & wawancara kelompok (FGD). Analisis khalayak dengan pendekatan kualitatif dilakukan untuk memahami bagaimana audiens mengonsumsi dan menafsirkan konten media.

Analisis khalayak menekankan pada pemaknaan subjektif terhadap pesan media oleh audiens (Morley, 1992).

Mc Quail (2010) menjelaskan ada tiga pendekatan utama pada penelitian khalayak yaitu Tradisi *Structural* yang berfokus pada menghitung dan mendeskripsikan siapa dan berapa banyak orang yang mengonsumsi media. Tradisi *Behaviorist* (Modern) yang berfokus pada alasan audiens memilih suatu media tertentu, apa motif mereka menggunakan media, dan bagaimana mereka menafsirkan pengalaman media mereka. Tradisi *Cultural and Reception Analysis* yang berfokus pada pemberian makna terhadap pesan media oleh audiens.

Dengan demikian, penelitian ini akan mengacu pada tradisi *Behaviorist Modern* yang ingin melihat bagaimana audiens mengonsumsi berita dengan visualisasi data dan bagaimana audiens menafsirkan kualitas berita dengan visualisasi data menurut pengalaman mereka sendiri. Audiens kini dianggap aktif dalam memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhan dan motivasi mereka pribadi (McQuail, 2010).

3.4 Key Informant atau Informan

Key Informant menjadi salah satu hal terpenting karena mereka adalah subjek yang akan memberikan data untuk diteliti. Pemilihan informan dalam penelitian dilakukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian (Kriyantono, 2010, p. 160). *Key informant* dalam penelitian ini adalah Generasi Z, adalah mereka yang lahir sejak tahun 1997 – 2012 (Dimock, 2019). Pemilihan Generasi Z dikarenakan generasi inilah yang paling banyak menggunakan internet. Karakteristik generasi ini sangat akrab dengan teknologi digital dan pengguna aktif internet. Generasi Z menjadi kelompok yang relevan dalam penelitian ini karena penelitian ini bertujuan untuk melihat pola konsumsi berita dengan visualisasi data di media daring Indonesia. Pemilihan ini dilakukan karena peneliti kualitatif memilih individu yang paling membantu dalam memahami masalah dan pertanyaan penelitian (Creswell & Creswell, 2018).

Adapun kriteria informan yang penulis tetapkan dalam penelitian ini terutama dalam *media diary* adalah

1. Kelahiran tahun 1997 – 2012 (Generasi Z)
2. Mengonsumsi berita melalui platform digital

Kemudian, informan yang berpartisipasi dalam *Focus Group Discussion* adalah mereka yang sebelumnya telah mengikuti *media diary*. Pemilihan ini dilakukan karena partisipan *media diary* telah memiliki pengalaman awal dalam mengonsumsi berita dengan visualisasi data. Dari seluruh partisipan *media diary*, hanya dipilih 15 orang untuk mengikuti FGD. Peneliti tetap menyediakan contoh berita yang akan dinilai kualitas beritanya agar seluruh partisipan berada pada pemahaman berita yang sama saat mengevaluasi kualitas berita.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan dua cara berurutan yaitu *media diary* dan *focus group discussion*.

3.5.1 Media Diary

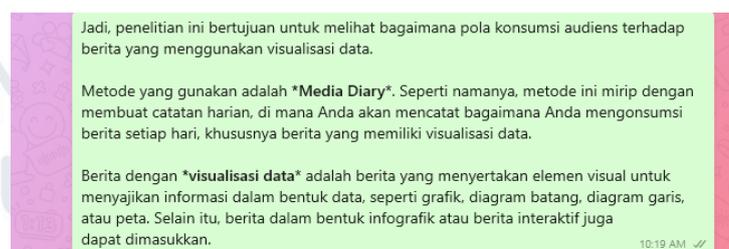
Media diary digunakan untuk mencatat “*life as is narrated*” atau pengalaman audiens sebagaimana yang mereka ceritakan sendiri (Moe et al., 2022). Dalam Berg & Düvel, 2012 juga dijelaskan *media diary* telah lama digunakan untuk berbagai tujuan seperti pada penelitian penggunaan waktu (Gershuny & Sullivan, 1998) untuk mencatat aktivitas individu sehari-hari. *Media diary* merupakan sebuah cara modern yang dilakukan oleh seseorang untuk mencatat keterlibatan mereka dengan media secara teratur (Berg & Düvel, 2012). *Media diary* digunakan untuk meneliti bagaimana audiens terlibat dengan berita dari waktu ke waktu (Moe et al., 2022). Dengan demikian, metode ini memungkinkan partisipan untuk mencatat konsumsi media mereka secara rutin hingga batas waktu yang telah ditentukan.

Media diary dikembangkan untuk meneliti dan mempelajari bagaimana audiens berinteraksi dengan informasi dan berita dalam

kehidupan sehari-hari (Kümpel, 2021). *Media diary* ini dapat dilakukan berbasis *mobile* melalui aplikasi pesan untuk menjawab pertanyaan dan kemudian memahami pola konsumsi audiens serta mengetahui bagaimana tren berita dengan visualisasi data di media daring. Pemanfaatan aplikasi pesan untuk melakukan *media diary* adalah karena kemudahan, kenyamanan dan kedekatan bagi peserta penelitian. Aplikasi pesan berbasis *mobile* ini dapat membuat partisipan melaporkan pengalaman mereka dalam mengonsumsi berita secara langsung (Kümpel, 2021). Dengan demikian, *media diary* dapat mengumpulkan pengalaman individu dan mengungkap pola konsumsi berita secara lebih luas.

Dalam *diary* ini, audiens akan diminta untuk mencatat jenis berita dan topik berita apa yang sering mereka konsumsi, berapa lama mereka membaca berita, dari sumber apa, dan apa yang membuat mereka tertarik untuk membaca berita tersebut. Dengan demikian, data juga dapat digunakan untuk melihat bagaimana pemetaan topik berita dengan visualisasi data di Indonesia khususnya untuk berita yang diunggah di internet melalui situs berita digital.

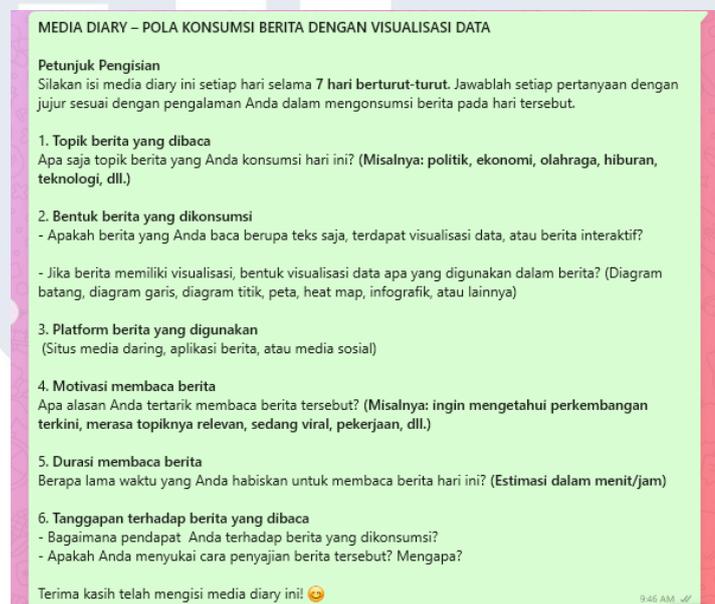
Setelah semua informan didapatkan, peneliti menjelaskan beberapa prosedur dalam melakukan *media diary* kepada semua partisipan melalui aplikasi pesan *WhatsApp*. Setelah itu, penulis memberikan daftar pertanyaan untuk *media diary*, membuat *template* untuk menulis *media diary*, dan pesan pengingat untuk melakukan *media diary*.



Gambar 3.1 Pesan berisi penjelasan prosedur *media diary*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Para partisipan diminta untuk mencatat aktivitas media mereka dalam sebuah *media diary* selama satu minggu dan mengirimkan laporan mereka kepada penulis setiap harinya menggunakan aplikasi pesan WhatsApp. Dalam *media diary* ini, pertanyaan disusun secara semi-struktur dengan mengombinasikan pertanyaan tertutup yang telah ditentukan sebelumnya dengan ruang untuk jawaban terbuka.



MEDIA DIARY - POLA KONSUMSI BERITA DENGAN VISUALISASI DATA

Petunjuk Pengisian
Silakan isi media diary ini setiap hari selama 7 hari berturut-turut. Jawablah setiap pertanyaan dengan jujur sesuai dengan pengalaman Anda dalam mengonsumsi berita pada hari tersebut.

- 1. Topik berita yang dibaca**
Apa saja topik berita yang Anda konsumsi hari ini? (Misalnya: politik, ekonomi, olahraga, hiburan, teknologi, dll.)
- 2. Bentuk berita yang dikonsumsi**
 - Apakah berita yang Anda baca berupa teks saja, terdapat visualisasi data, atau berita interaktif?
 - Jika berita memiliki visualisasi, bentuk visualisasi data apa yang digunakan dalam berita? (Diagram batang, diagram garis, diagram titik, peta, heat map, infografik, atau lainnya)
- 3. Platform berita yang digunakan**
(Situs media daring, aplikasi berita, atau media sosial)
- 4. Motivasi membaca berita**
Apa alasan Anda tertarik membaca berita tersebut? (Misalnya: ingin mengetahui perkembangan terkini, merasa topiknya relevan, sedang viral, pekerjaan, dll.)
- 5. Durasi membaca berita**
Berapa lama waktu yang Anda habiskan untuk membaca berita hari ini? (Estimasi dalam menit/jam)
- 6. Tanggapan terhadap berita yang dibaca**
 - Bagaimana pendapat Anda terhadap berita yang dikonsumsi?
 - Apakah Anda menyukai cara penyajian berita tersebut? Mengapa?

Terima kasih telah mengisi media diary ini! 😊

9:45 AM

Gambar 3.2 Pesan berisi pertanyaan *media diary*.

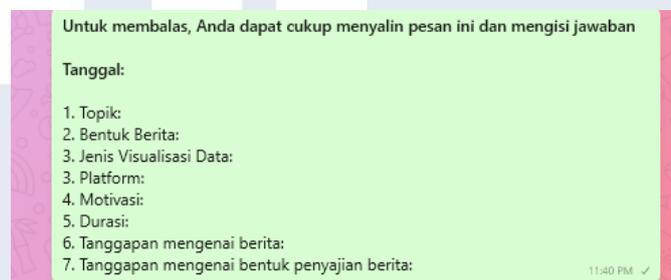
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Partisipan diberikan sejumlah pertanyaan untuk mengidentifikasi pola konsumsi mereka dalam membaca berita. Mereka diminta untuk menjelaskan topik berita yang mereka baca serta platform yang mereka gunakan, apakah melalui media cetak, situs web berita, media sosial, atau aplikasi berita. Selain itu, mereka juga ditanyakan mengenai alasan yang mendorong mereka untuk membaca berita tertentu.

Jenis berita yang dikonsumsi juga menjadi perhatian dalam penelitian ini, apakah berita tersebut berupa teks saja, memiliki elemen visual, atau bersifat interaktif. Jika berita yang dibaca memiliki visualisasi,

partisipan diminta untuk menjelaskan bentuk visualisasi yang digunakan, seperti infografik, foto, video, atau grafik interaktif.

Aspek lain yang dikaji adalah durasi yang dihabiskan partisipan dalam membaca berita setiap harinya serta tanggapan mereka terhadap berita yang dikonsumsi. Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk memahami pola konsumsi berita partisipan, termasuk preferensi mereka terhadap berbagai jenis berita dan *platform* yang digunakan.



Gambar 3.3 Pesan untuk menulis jawaban partisipan

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 3.4 Pesan berisi pengingat mengisi *media diary*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Untuk mengisi jawaban, partisipan *media diary* juga diberikan *template* untuk memudahkan menulis jawaban. Selain itu, penulis juga membuat pesan pengingat kepada partisipan untuk mengisi *media diary* hari itu, Setelah dimulai pada tanggal 5 April 2025, pengumpulan data *media diary* selesai pada 11 April 2025. Pada hari terakhir, peneliti juga mengajukan beberapa pertanyaan kepada partisipan sebagai kesimpulan atau evaluasi sederhana setelah melakukan *media diary*.

Dalam proses pelaksanaan *media diary*, peneliti menyadari adanya kemungkinan bahwa partisipan dapat menyesuaikan perilaku konsumsinya dengan topik yang ditekankan dalam instruksi. Untuk mengurangi bias tersebut, peneliti tidak membatasi atau memaksakan partisipan untuk mencatat berita dengan visualisasi data. Partisipan tetap diberi kebebasan untuk mencatat seluruh berita yang mereka konsumsi secara alami, baik yang menggunakan visualisasi data maupun tidak. Nantinya dalam analisis data *media diary*, pelaporan konsumsi berita yang tidak memuat visualisasi data tersebut tidak dijadikan fokus analisis utama. Penulis hanya memilih dan menganalisis data *media diary* yang memang terdapat elemen visualisasi data di dalamnya sehingga sesuai dengan fokus penelitian.

3.5.2 Focus Group Discussion

Focus group discussion atau kelompok diskusi banyak digunakan sebagai cara pengumpulan data kualitatif karena memberikan kemudahan bagi peneliti untuk memahami persepsi, pendapat, dan pengalaman informan (Abdussamad, 2021, p. 152). Menurut Krueger (1994), *focus group* banyak diaplikasikan dalam riset pasar karena *focus group* akurat dalam memprediksi sikap dan nilai konsumen terhadap suatu barang.

Focus group mampu memberikan informasi mengenai persepsi konsumen, perasaan dan sikap klien dan mampu menyajikan gambaran yang komprehensif terhadap barang/jasa yang dijual berdasarkan sudut pandang klien/konsumen. Metode ini bertujuan untuk memperoleh opini dalam lingkungan yang nyaman dan bebas dari rasa takut sehingga pendapat yang jujur dapat tersampaikan (Krueger & Casey, 2015).

Moderator yang dalam hal ini adalah penulis memiliki peran untuk memandu jalannya diskusi dengan mengajukan pertanyaan, mendengarkan, menjaga fokus pembicaraan, dan memastikan semua partisipan mendapat kesempatan. FGD dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman mengenai perasaan, komentar atau pendapat partisipan. FGD biasanya

dilakukan beberapa kali untuk mendapatkan pola dalam persepsi mereka (Krueger & Casey, 2015).

Focus group discussion dalam penelitian sekunder umumnya digunakan untuk melengkapi penelitian kuantitatif dan salah satu teknik triangulasi (Abdussamad, 2021, 153). Oleh karena itu, FGD dilakukan untuk melihat bagaimana audiens menilai kualitas berita dengan visualisasi data secara lebih mendalam dan sedikit mengulik lebih dalam bagaimana pola konsumsi audiens terhadap berita dengan visualisasi data sesuai dengan yang telah dilakukan dengan *media diary*.

Pada penelitian ini, peneliti memilih 15 informan yang sebelumnya telah menjadi partisipan *media diary* sebelumnya. Pemilihan informan yang diambil dari partisipan *media diary* ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana audiens menilai dan mengevaluasi kualitas sebuah berita yang dibuat dengan pendekatan visualisasi data secara lebih mendalam melalui metode FGD. Adapun peserta FGD adalah partisipan *media diary* yang tidak memiliki latar belakang jurnalistik dan yang memiliki latar belakang jurnalistik dalam hal ini adalah latar belakang pendidikan perkuliahan. Ini dilakukan untuk dapat melihat bagaimana audiens tanpa latar belakang jurnalistik dan audiens dengan latar belakang jurnalistik melakukan penilaian kualitas berita. Dengan demikian, didapatkan dua perspektif penilaian kualitas berita oleh audiens yang tidak memiliki dan memiliki latar belakang jurnalistik

Biasanya, jumlah partisipan FGD terdiri atas lima sampai delapan orang untuk memastikan keterbukaan dan keberagaman perspektif (Krueger & Casey, 2015). Tetapi, jumlahnya dapat berkembang antara empat hingga dua belas orang. Selain itu, jumlah partisipan yang kecil memberikan partisipan lebih banyak kesempatan untuk menyampaikan pendapat mereka dibandingkan jumlah partisipan yang melebihi 12 orang. Jumlah partisipan harus cukup kecil, tetapi perlu cukup besar untuk memunculkan sudut pandang yang beragam. Oleh karena itu, menjadi penting untuk membatasi

jumlah partisipan dalam satu kelompok untuk mendapatkan diskusi yang bermakna.

Penulis akan mengadakan tiga grup diskusi yang jumlah partisipannya dibatasi sebanyak maksimal lima sampai enam orang untuk menjaga fokus saat berdiskusi karena menentukan kualitas berita adalah hal yang sulit bagi pembaca (Urban & Schweiger, 2014). Dalam Krueger & Casey (2015) disebutkan bahwa paling tidak diadakan tiga grup diskusi. Oleh karena itu, penulis membagi tiga grup diskusi yaitu dua kelompok dengan peserta yang tidak memiliki latar belakang pendidikan jurnalistik dan satu kelompok dengan peserta dengan latar belakang jurnalistik. Untuk memastikan keberagaman perspektif, penulis berusaha memilih peserta dari berbagai latar belakang termasuk pendidikan dan usia.

Saat dilakukan diskusi pada grup pertama, ada satu orang yang secara mendadak tidak datang untuk mengikuti diskusi, sehingga kelompok diskusi grup pertama hanya berisikan empat orang saja. Kemudian, kelompok grup diskusi kedua dilakukan dengan lima orang partisipan. Kelompok grup diskusi ketiga dilakukan dengan enam orang partisipan. Dengan *focus group discussion*, peserta mendiskusikan bagaimana mereka menilai kualitas berita dengan pendekatan visualisasi data sesuai dengan kriteria penilaian normatif berita yang telah disediakan.

3.6 Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, triangulasi adalah salah satu cara penting untuk memastikan keabsahan dan kekayaan data. Selain itu, untuk meningkatkan validitas temuan penelitian, penelitian yang baik mengharuskan peneliti untuk melakukan triangulasi (Denzin & Lincoln, 2017). Flick dalam Denzin & Lincoln (2017) mendefinisikan triangulasi sebagai strategi dalam penelitian sosial yang menggabungkan pendekatan baik teori, perspektif maupun metode untuk meneliti satu topik atau fenomena yang sama. Triangulasi menjadi relevan jika digunakan sebagai sumber pengetahuan tambahan tentang masalah yang dimaksud dan bukan hanya sebagai cara untuk mengonfirmasi temuan yang didapatkan dari pendekatan

pertama. Oleh karena itu, triangulasi yang kuat dipandang sebagai perluasan dari program penelitian.

Flick dalam Denzin & Lincoln (2017) menyebutkan triangulasi yang kuat melibatkan pemilihan berbagai metode secara sistematis dan menggabungkan berbagai sudut pandang dalam penelitian. Flick (2011) juga membedakan antara *weak triangulation* dan *strong triangulation*. *Weak triangulation* (triangulasi lemah) hanya digunakan untuk memvalidasi hasil dari satu metode dengan metode lain. Sebaliknya, *strong triangulation* (triangulasi kuat) digunakan untuk menghasilkan pengetahuan baru melalui kombinasi metode dan perspektif yang dipilih secara sistematis. Konsep ini juga sejalan dengan Denzin (1978, 1989) yang mengelompokkan triangulasi menjadi beberapa jenis di mana salah satunya adalah triangulasi metode yang termasuk dalam kerangka *strong triangulation*.

Adapun triangulasi metode dibagi menjadi dua jenis yaitu *within-method* dan *between-method*. Penelitian ini menggunakan triangulasi metode secara khusus pada jenis *between-method*. Dalam Denzin & Lincoln (2017) dijelaskan bahwa *between-method* adalah cara triangulasi dengan menggabungkan metode yang berbeda. Penelitian ini menggunakan dua pendekatan untuk memperoleh data yaitu *media diary* untuk melihat pola konsumsi audiens terhadap berita dengan visualisasi data dan *focus group discussion* untuk melihat bagaimana audiens menilai kualitas berita dengan visualisasi data berdasarkan enam kriteria dari Urban & Schweiger (2014). Oleh karena itu, penulis menggunakan triangulasi metode untuk memahami topik berita dengan visualisasi data di Indonesia.

3.7 Teknik Analisis Data

Salah satu teknik analisis data yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif adalah *thematic analysis* (Heriyanto, 2018). Analisis tematik adalah cara mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola (tema) dalam suatu data (Braun & Clarke, 2006). Dijelaskan bahwa tema menggambarkan sesuatu yang penting tentang data yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian dan mewakili beberapa respon atau makna berpola dalam suatu kumpulan data. Tema tidak selalu bergantung pada ukuran yang dapat diukur – tetapi dalam hal apa tema tersebut

tersirat sesuatu yang penting dalam kaitannya dengan pertanyaan penelitian. Menurut Fereday & Muir-Cochrane (2006), metode ini dikatakan efektif untuk menganalisis secara rinci data-data kualitatif untuk menemukan pola dalam sebuah fenomena dan menjelaskan sejauh mana hal itu terjadi melalui kacamata peneliti (Sitasari, 2022).

Analisis tematik dipilih karena sifatnya yang fleksibel dan sistematis dalam mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan data dalam penelitian kualitatif (Braun & Clarke, 2006). Analisis tematik dapat digunakan dalam berbagai pendekatan teoritis, tidak seperti metode lain yang terikat pada kerangka tertentu. Analisis tematik tidak terikat secara kaku berguna untuk berbagai jenis penelitian sehingga mampu menghasilkan analisis data yang kaya, detail, dan kompleks. Meskipun demikian, keseimbangan antara kebebasan penggunaan dan kejelasan metodologis perlu diutamakan meliputi definisi yang digunakan dan bagaimana cara melakukannya.

Penelitian ini mengidentifikasi bagaimana pola konsumsi audiens terhadap berita dengan visualisasi data (subjektif) dan melihat bagaimana audiens menilai kualitas berita dengan visualisasi data yang didasarkan pada suatu kualitas normatif berita oleh Urban & Schweiger (objektif). Oleh karena itu, analisis tematik digunakan untuk menganalisis data subjektif dan objektif yang telah dikumpulkan melalui metode *media diary* dan *focus group discussion* secara sistematis dan fleksibel. Analisis tematik digunakan untuk menganalisis secara rinci dan menginformasikan pengalaman, pendapat, dan perspektif individu terkait pola konsumsi dan penilaian kualitas berita.

Dalam Braun & Clarke (2006) disebutkan bahwa analisis tematik merupakan proses yang fleksibel, bertahap, dan bukan langkah kaku. Peneliti perlu berulang kali membaca data, menentukan data yang sudah dikodekan, dan mematangkan analisis. Adapun enam tahapan analisis tematik menurut Braun & Clarke (2006) adalah:

1. **Familiarisasi data (Familiarizing yourself with your data)**
Langkah pertama dilakukan dengan membaca ulang kembali seluruh data dan mencatat ide awal. Langkah ini termasuk dalam menuliskan transkrip data.
2. **Menghasilkan kode awal (Generating Initial Codes)**
Memberi kode semua bagian yang penting dalam data.
3. **Mencari tema (Searching for themes)**
Mengelompokkan kode menjadi tema sementara.
4. **Meninjau tema (Reviewing Themes)**
Memeriksa ulang apakah tema sesuai dengan kode dan keseluruhan data.
5. **Mendefinisikan dan menamai tema (Defining and Naming Themes)**
Menjelaskan dan memberi nama tema secara jelas
6. **Menulis laporan (Producing the report)**
Terakhir adalah menyusun hasil analisis ke dalam bentuk narasi tematik dengan kutipan dari data yang mendukung

Tema atau pola dalam data dapat diidentifikasi dengan memilih dua cara utama dalam analisis tematik yaitu induktif dan deduktif atau teoritis (Braun & Clarke, 2006). Pendekatan induktif artinya tema-tema muncul dari data itu sendiri. Sedangkan pendekatan deduktif atau teoritis berarti tema berkaitan langsung dengan fokus atau kerangka teoritis tertentu yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan dua cara ini yaitu induktif dan deduktif. Pendekatan induktif dilakukan untuk menganalisis data *media diary* dengan tujuan mengetahui apa tanggapan audiens terhadap berita dengan visualisasi data, apa motivasi mereka, dan kemudian dapat mengidentifikasi bagaimana tren visualisasi data di Indonesia. Sedangkan untuk menganalisis data *focus group discussion*, digunakan pendekatan deduktif atau teoritis untuk melihat bagaimana penilaian kualitas berita dengan visualisasi data oleh audiens yang mengacu pada kriteria penilaian normatif berita oleh Urban & Schweiger.