

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian

Paradigma dibagi menjadi 4 yaitu paradigma positivisme, paradigma post-positivisme, kritis, dan konstruktivisme.

1. **Paradigma Positivisme**

Menurut Neuman paradigma positivisme bahwa segala sesuatu yang dialami manusia atau individu terjadi karena adanya fakta-fakta yang dapat diukur dan selalu memiliki alasan sebab-akibat (Neuman, 2014). Sedangkan Soerjanto Poeswardojo (2015) mengatakan bahwa “positivisme adalah pandangan bahwa ilmu alam merupakan satu-satunya sumber yang benar. Aktifitas akal budi yang bersifat spekulatif menghasilkan pernyataan-pernyataan yang tidak dapat dibuktikan secara empiris dan arena itu tidak bersifat ilmiah karena tidak bisa dibuktikan secara empiris, benar atau salah. Jadi positivisme menekankan pengalaman dan kehendak bebas. Pengalaman merupakan data indrawi yang bisa dibuktikan” (Poespowardoyo & Seran, 2015).

2. **Paradigma Post-positivisme**

Paradigma post positivisme menurut Salim merupakan paradigma yang menganggap manusia tidak dapat selalu benar dalam memandang sebuah realitas (Muliani, 2017).

3. **Paradigma Kritis**

Paradigma kritis merupakan paradigma yang selalu melihat dalam konteks yang luas, tidak hanya pada sebuah level saja namun juga mengeksplorasi level lain yang ikut berperan dalam suatu peristiwa (Andriansyah, 2017).

4. **Paradigma Konstruktivisme**

Menurut Creswell menyatakan bahwa konstruktivisme merupakan kondisi individu yang mencoba untuk memahami lingkungan dimana itu menjadi tempat mereka hidup dan bekerja (Creswell, 2014).

Paradigma pada penelitian ini menggunakan paradigma *post positivisme*. Yang dimaksud paradigma post positivisme yaitu ditujukan untuk meneliti sebagian

dari data deskriptif kualitatif. Yang melatarbelakangi peneliti menggunakan paradigma post positivisme, yakni pada penelitian ini berusaha merefleksikan suatu realitas sesuai dengan penghayatan subjek dalam realitas itu sendiri. Paradigma ini membantu peneliti untuk menjelaskan situasi yang sebenarnya atau mendeskripsikan hubungan dari suatu permasalahan. Hal tersebut mampu mendukung penelitian ini dalam memahami praktik pengemasan pesan pada media sosial *Instagram* sebagai alat penyampaian informasi.

3.2. Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan data elektronik yang dapat digunakan dalam sebuah data yang mengandung cerita, pesan dan segala sesuatu tentang penjabaran data yang didasari pada hasil pencarian data yang akurat. Terdapat dua macam jenis pada metode penelitian diantaranya yaitu penelitian kuantitatif dan metode kualitatif. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif yang merupakan pendekatan yang memiliki tujuan untuk menjabarkan, mendeskripsikan suatu fenomena yang dilakukan baik individu maupun kelompok. Penelitian kualitatif ialah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan analisis statistik maupun cara kuantifikasi. Menurut Sugiyono (2017) pada penelitian kualitatif, data dapat dicapai dari berbagai sumber, dengan dilakukannya sebuah teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), serta dilakukan secara terus menerus sampai datanya menjadi jenuh. Dengan pengamatan yang dilakukan secara terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data akan tinggi. Penelitian kualitatif terdiri dari serangkaian penafsiran material yang membuat dunia menjadi terlihat. Dalam hal ini, penelitian kualitatif akan melibatkan suatu pendekatan penafsiran yang realistis terhadap dunia. Hal ini menyatakan bahwa peneliti kualitatif mempelajari benda-benda yang ada dilingkungan alamiahnya, dan berusaha untuk memaknai atau menafsirkan fenomena tersebut dalam sudut pandang makna-makna yang diberikan (Saputra, 2019).

Dalam penelitian ini digunakannya metode analisis isi. Analisis isi adalah suatu metode yang memungkinkan seseorang untuk memahami perilaku manusia secara tidak langsung melalui analisis komunikasi antara individu dengan individu

lainnya, dalam berbagai bentuk komunikasi seperti buku pelajaran, berita media massa, esai, novel, cerpen, drama, majalah, artikel, buku panduan, lagu, pidato kampanye, iklan, dan gambar. Isi dari komunikasi-komunikasi tersebut dapat dianalisis untuk mengungkap keyakinan, sikap, nilai, dan pandangan seseorang atau kelompok orang (Sumarno, 2020). Menurut Berelson dan Kerlinger memandang analisis isi sebagai suatu metode yang dapat dimanfaatkan dalam kajian isi komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif (Sumarno, 2020).

Dalam penelitian ini, aspek yang akan diteliti berupa konten akun *Instagram* @siapdarling pada periode November 2022 sampai dengan Maret 2023, yang termasuk pesan yang membahas tentang sadar lingkungan yang meliputi struktur pesan (*message sidedness, order of presentation* dan *drawing conclusion*), daya tarik pesan, dan bentuk pesan.

3.3. Unit Analisis

Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa sebuah unit analisis merupakan satuan yang dapat diteliti serta bisa berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial seperti misalnya aktivitas yang dilakukan oleh individu atau sekelompok sebagai sebuah subjek penelitian.

Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisis penelitian yaitu menggunakan dokumen dalam bentuk video reels dalam akun *Instagram* @Siapdarling. Terdapat kriteria pada unit analisis yang ditentukan dari seluruh unggahan pada akun *Instagram* @Siapdarling adalah:

1. Konten *Instagram* @Siapdarling yang diunggah pada periode November 2022 sampai Maret 2023.
2. Konten dengan kategorisasi pesan edukasi dan kampanye yang berjumlah 57 konten dengan bentuk pesan berupa *video reels* pada akun media sosial *Instagram* @Siapdarling.
3. Konten dengan pesan lengkap pada *Instagram* @Siapdarling.

Tabel 3.1. Unit Analisis

No	Judul Unggahan	Judul	Tanggal
1		Rekomendasi Healing Yang Bisa Kamu coba	13 November 2022
2		Tips Menanam Tanaman	16 November 2022
3		COP 27 Sebagai Langkah Atasi Perubahan Iklim	17 November 2022
4		What I Eat In A Day	20 November 2022
5		Naik Transportasi Umum? Boleh Dicoba	22 November 2022
6		Mulai Hari Ini, One Action One Tree	1 Desember 2022
7		Bikin Perubahan Itu Gak Bisa Sendirian	6 Desember 2022
8		Kebiasaan Anak Kos Yang Eco Friendly	7 Desember 2022
9		Kenapa Harus Sadar Lingkungan?	13 Desember 2022
10		Aku dulu vs Aku sekarang	19 Desember 2022
11		Bukan kedatangan tamu, ini tanda adanya kupu kupu	20 Desember 2022
12		Siap Sadar Lingkungan Dengan Siap Darling	20 Desember 2022
13		Tunjukkan kasih sayang kamu ke tanaman	23 Desember 2022
14		Capung di mana kau berada?	3 Januari 2023
15		Sisakan atau habiskan?	5 Januari 2023
16		Daun pisang si wadah makanan	6 Januari 2023
17		Pernah nanem pohon gak?	8 Januari 2023
18		Tau Gak Ada Hari Gerakan Satu Juta Pohon?	9 Januari 2023
19		Hari Gerakan Satu Juta Pohon: Aksi Menyumbang Bibit Pohon	10 Januari 2023
20		Tentang pohon Gandaria yang semakin langka	12 Januari 2023
21		Aku akan melakukan ini di weekend....	13 Januari 2023
22		Suara apa ya ini?	16 Januari 2023
23		Dear Aku..	18 Januari 2023
24		Bukan pargoy, tapi tumbuhan ini bergoyang	20 Januari 2023
25		Ini yang terjadi ketika...	23 Januari 2023
26		Macam-macam kendaraan umum di Indonesia	24 Januari 2023
27		Warga Vrindavan ternyata Darling	26 Januari 2023
28		Jangan dibuang! Skincar/Make up expired bisa dipake lagi!	1 Februari 2023
29		Cuma tuker botol plastik dapet cuan!	3 Februari 2023
30		Simbol rahasia yang ada di bahan plastik	6 Februari 2023

31		One Action One Tree	9 Februari 2023
32		Jangan buang sampah kaca asal-asalan	10 Februari 2023
33		Kemarin, Hari Ini, Besok	13 Februari 2023
34		A day in my life edisi valentine (tapi jomblo)	15 Februari 2023
35		Hal-hal yang gak boleh ditiru!	17 Februari 2023
36		Hari Peduli Sampah Nasional: Apa pendapat kamu kalau dengar "sampah"?	19 Februari 2023
37		Hari Peduli Sampah Nasional : Gimana cara kamu untuk mengurangi sampah?	20 Februari 2023
38		#AksiDarling KOPDAR (Bogor)	21 Februari 2023
39		Bukti kalau Spiderman punya jiwa Darling	24 Februari 2023
40		6 zodiak yang darling (part 1)	27 Februari 2023
41		6 zodiak yang darling (part 2)	1 Maret 2023
42		Habitat macan tutul makin terancam	3 Maret 2023
43		Kendala utama sadar lingkungan	6 Maret 2023
44		Nyampah di gunung auto blacklist!	7 Maret 2023
45		Aku dulu vs Aku sekarang (part 2)	9 Maret 2023
46		Nyampah sembarangan di Yogyakarta didenda ratusan ribu!	10 Maret 2023
47		Berapa harga setiap sampah di Bank sampah	14 Maret 2023
48		Hal-hal yang bikin sedih saar mulai darling	16 Maret 2023
49		Sedih! Negara ini bakal tenggelam	17 Maret 2023
50		Daur Ulang, Siapa Takut!	18 Maret 2023
51		Konoha adalah Indonesia	20 Maret 2023
52		3 Hutan ini angker, lho!	21 Maret 2023
53		Air layak konsumsi di Bumi tinggal 1%	22 Maret 2023
54		Suara apakah ini?	23 Maret 2023
55		6 Kucing endemik di Indonesia yang terancam punah	24 Maret 2023
56		Quote Of The Day: Suparno Jumar	27 Maret 2023
57		Tetap darling saat ngonser?	31 Maret 2023

Unit analisis yang telah dikumpulkan akan digunakan untuk membahas isi dari dokumentasi sesuai dengan apa yang dibutuhkan dari penelitian ini. Kemudian akan dilakukannya kategorisasi alat ukur oleh peneliti sesuai dengan *coding sheets*

yang telah dibuat untuk menghasilkan sebuah kesimpulan yang dibutuhkan pada penelitian ini.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam pencapaian tujuan penelitian. Hipotesis yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian. Namun, jawaban tersebut masih harus diuji secara empiris, dan untuk itu diperlukan pengumpulan data. Data ini dikumpulkan dari sampel yang telah ditentukan sebelumnya, yang terdiri dari sekelompok unit analisis yang menjadi fokus penelitian.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dalam menentukan unit analisis yaitu dengan menggunakan metode:

1. Dokumentasi yaitu proses yang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang berguna untuk keperluan penelitian yang berasal dari data berbentuk arsip (dokumen). Dokumen merupakan sumber data yang terdiri dari teks tertulis, foto, atau dokumen elektronik. Informasi ini dapat diperoleh melalui fakta-fakta yang tercatat dalam surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, jurnal kegiatan, dan lain sebagainya. Data dalam bentuk dokumen seperti ini dapat digunakan untuk mengungkap informasi mengenai peristiwa masa lalu. (Iryana, 2017). Dokumentasi dalam penelitian ini adalah konte-konten pada akun *Instagram* @siapdarling selama periode November 2022 sampai dengan Maret 2023.

Adapun beberapa teknik yang diterapkan oleh peneliti dalam melakukan pengumpulan data yang akan diteliti, yaitu:

1. Peneliti melakukan seleksi pada konten akun *Instagram* @siapdarling berdasarkan dengan kriteria pada unit analisis.
2. Peneliti mengunduh data-data yang telah lolos tahap seleksi dalam bentuk feed maupun *video reels*.
3. Peneliti mengumpulkan data sesuai dengan periode yang telah ditentukan.

Pertimbangan penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, yakni penelitian dilakukan pengamatan dengan data yang dikumpulkan melalui berkas dari objek penelitian yaitu konten unggahan tentang sadar lingkungan pada akun

media sosial *Instagram* @siapdarling selama periode November 2022 sampai dengan Maret 2023.

3.5. Metode Pengujian Data

Dalam penelitian kualitatif, jika ingin mendapat data valid maka temuan objek data harus sama dengan realitas fenomena. Dalam hal itu pengumpulan data peneliti perlu mengadakan validitas data agar data yang diperoleh tidak invalid (cacat). Untuk menetapkan data yang valid diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan data didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada 4 (empat) kriteria yang dapat digunakan, yaitu: derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

Penelitian ini menggunakan metode pengujian data *confirmability* dalam mengkonfirmasi bahwa data nantinya akan melewati proses untuk mencapai hasil yang valid:

1. *Confirmability*

Pengujian *confirmability* dalam penelitian kualitatif dapat disebut dengan uji obyektifitas penelitian. Penelitian dapat dikatakan sebagai obyektif apabila hasil penelitian tersebut disepakati oleh banyak orang. Dalam penelitian kualitatif, uji *confirmability* serupa dengan uji *dependability*, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Uji *confirmability* adalah menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Apabila hasil penelitian yang dilakukan merupakan fungsi dan proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*. Uji kepastian dapat diperoleh dengan cara mencari persetujuan kepada beberapa orang termasuk dengan dosen pembimbing terhadap pandangan, pendapat tentang hal-hal yang berhubungan mengenai fokus penelitian, dalam hal ini yaitu data-data yang diperlukan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji data penelitian kepada orang lain. Dalam penentuan *coder* sebagai uji *confirmability*, peneliti menentukan *coder* sesuai kebutuhan pada penelitian ini yaitu dengan data *coder* 2 sebagai berikut:

- Nama : Namira Nazra S.I.KOM
- Usia : 23 tahun

Pernah melakukan penelitian terkait metode analisis isi kualitatif dan melakukan *coding*.

Dan hasil *coding* akan dibandingkan yang telah dilakukan oleh peneliti. Setelah itu data akan diolah dengan menggunakan rumus Holsti untuk mengukur *reliabilitas* antar *coder* dengan rumus holsti.

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Rumus Holsti (Pribawati, 2018).

Keterangan:

CR : *Coefficient reliability* (*reliabilitas* antar-*coder*)

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 2

Tabel 3.2. Hasil Pengujian *Reliabilitas*

Kategori	Indikator	Dimensi	N1	N2	M
Struktur pesan	Message sidedness	One sided	39	54	39
		Two sided	18	3	3
	Order of Presentation	Climax	27	27	27
		Anti-climax	12	12	12
		Recency	10	10	10
		Primacy	8	8	8
		Eksplisit	48	54	48
		Implisit	9	3	3
	Drawing Conclusion				
	Fear/threat appeals		7	6	6
Emotional appeals		5	5	5	
Daya Tarik Pesan	Reward appeals		5	3	3
	Motivational appeals		37	40	37
	Humor appeals		3	3	3
Bentuk Pesan	Informatif		17	19	17
	Persuasif		40	38	38
	Koersif		0	0	0

			- Pesan cenderung bersifat memperlihatkan perbedaan pendapat
	<i>Order of Climax presentation</i>		Pesan penting yang disampaikan oleh akun @siapdarling dibagian akhir pesan.
	<i>Anti-Climax</i>		Pesan penting yang disampaikan oleh akun @siapdarling dibagian awal pesan.
	<i>Recency</i>		Kekuatan pesan positif yang disampaikan lebih menarik dibagian akhir pesan
	<i>Primacy</i>		Kekuatan pesan positif yang disampaikan lebih menarik dibagian awal pesan
	<i>Drawing a conclusion</i>	<i>Eksplisit</i>	Pesan yang disampaikan tentang lingkungan jelas dan mudah dipahami
		<i>Implisit</i>	Pesan yang disampaikan tentang lingkungan perlu waktu untuk memahami
2	Daya Tarik Pesan	<i>Fear/threat appeals</i>	Pesan yang disampaikan menimbulkan rasa takut akan permasalahan lingkungan yang terjadi.
		<i>Emotional appeals</i>	Penyajian pesan dengan mendorong emosional khalayak. Seperti dengan menyajikan adanya masalah lingkungan yang menimbulkan dampak negatif terhadap makhluk hidup.
		<i>Motivational appeals</i>	Penyajian pesan yang dilakukan untuk menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga mereka dapat segera mengikuti pesan-pesan yang disampaikan
		<i>Reward appeals</i>	Pesan yang disampaikan pada konten <i>Instagram</i> @siapdarling menawarkan penghargaan saat khalayak melakukan kegiatan sadar lingkungan
		<i>Humor appeals</i>	Pesan yang disampaikan memiliki sifat menghibur atau humor
3	Bentuk Pesan	Informatif	Pesan pada konten <i>Instagram</i> @siapdarling memberikan pengetahuan baru dan ilmu baru.
		Persuasif	Pesan pada konten <i>Instagram</i> @siapdarling mengajak khalayak dalam gerakan sadar lingkungan

Dengan adanya tabel di atas, penelitian ini akan melihat bagaimana pengelompokkan unit analisis untuk mencapai hasil yang relevan dengan konsep penelitian.

3.7. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan penelitian analisis isi pengemasan pesan sadar lingkungan pada akun *Instagram* @siapdarling, sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada konten *Instagram* @siapdarling pada periode November 2022 sampai dengan Maret 2023 yang berisi pesan sadar lingkungan secara luas.
2. Penelitian hanya berfokus pada fitur *video reels* pada *Instagram*.



