

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yang dijabarkan secara terperinci dalam sebuah studi kasus media sosial TikTok sebagai objeknya. Menurut (Syarif & Yunus, 2013), penelitian ini akan melibatkan perhitungan angka numerik pada hasil perolehan data. Setiap data dicatat secara cermat, kemudian dikaji, dihubungkan satu sama lain, sehingga memenuhi objektivitas uji yang dilakukan.

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode Analisis Isi Kuantitatif. Analisis isi kuantitatif adalah suatu teknik penelitian ilmiah yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan karakteristik isi serta menarik kesimpulan dari konten yang diamati. Analisis isi kuantitatif digunakan secara sistematis untuk mengidentifikasi isi komunikasi yang tampak secara eksplisit dan dilakukan dengan cara yang objektif, valid, dapat diandalkan, dan dapat diulangi. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang melibatkan definisi, pengukuran data dalam bentuk kuantitatif, dan analisis statistik secara objektif terhadap sampel atau populasi yang diminta untuk menjawab sejumlah pertanyaan survei. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi frekuensi dan proporsi tanggapan dari responden. Proses pengumpulan data dalam metode ini dikenal sebagai penelitian kuantitatif (Widodo, 2017).

Menurut (Eriyanto, 2011), pada tahapan analisis isi terdapat penyusunan lembar pengkodean (*coding sheet*) yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas reliabilitas. Sehingga, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur

uji validitas terhadap isi pesan pada konten informasi tempat kuliner yang disampaikan melalui video postingan pada akun TikTok @spaceseekers.id berdasarkan kategori yang telah ditetapkan oleh peneliti.

3.2 Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian tipe deskriptif kuantitatif. Menurut (Maksum, 2012), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan gejala, fenomena, atau peristiwa tertentu. Penelitian analisis isi dengan tipe deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan aspek-aspek yang terdapat dalam isi pesan berdasarkan realitas yang terjadi. Aspek-aspek yang terdapat dalam isi pesan berdasarkan realitas yang terjadi. Aspek-aspek yang akan diteliti adalah topik pesan, karakteristik pesan, dan tipe penyampaian pesan. Dalam penelitian ini, peneliti akan mendeskripsikan serta mengukur isi pesan informasi tempat kuliner dalam konten video unggahan pada akun TikTok @spaceseekers.id sesuai dengan kategori yang telah disusun.

3.3 Paradigma Penelitian

Pada penelitian ini, paradigma yang akan digunakan oleh peneliti adalah paradigma positivis. Paradigma positivis memfokuskan pada pengukuran objektif dan kuantitatif dari peristiwa sosial. Pendekatan kuantitatif, yang berlandaskan pada paradigma positivis, adalah metode penelitian yang mencegah unsur metafisik dan teologis dalam memahami fakta sosial (Ridha, 2017). Dalam situasi ini, penelitian bertujuan untuk memberikan hasil analisis isi konten secara objektif, dengan mengecualikan subjektivitas dengan mengemukakan prinsip-prinsip objektivitas yaitu validitas dan reliabilitas (Eriyanto, 2011).

Paradigma positivis juga menekankan pemisahan peneliti dari subjek penelitian untuk menjaga objektivitas dan membatasi dampak subjektivitas pribadi kepada analisis data. Ini signifikan dalam analisis kontek TikTok, peneliti mengkode dan mengkategorikan data tanpa menafsirkan subjektif.

Fokus paradigma positivis yaitu pada variable yang terukur. Dalam perihal isi pesan pada konten informasi tempat kuliner di TikTok, dapat meliputi variabel

seperti jumlah kemunculan teks, audio, dan visual pada video bertema informasi tempat kuliner dengan topik tertentu, karakteristik penyampaian pesan, dan tipe penyampaian pesan. Dengan menerapkan paradigma positivis, penelitian ini dapat menciptakan hasil data yang sistematis dan terukur, memungkinkan peneliti membuat generalisasi lebih luas tentang pola dan tren dalam konten informasi tempat kuliner di TikTok. Paradigma ini cocok untuk penelitian yang membutuhkan analisis objektif dan kuantitatif guna memahami fenomena secara empiris.

3.4 Batasan Populasi dan Total Sampling

Peneliti menetapkan batasan populasi guna memperoleh sampel populasi yang dapat diandalkan untuk keperluan penelitian. Berdasarkan dokumentasi pada akun TikTok @spaceseekers.id dalam rentang waktu Januari 2023 hingga Juni 2024. Maka dari itu diperlukan batasan populasi. Populasi adalah kumpulan objek yang terkait dengan variabel yang sedang diteliti. Oleh karena itu, peneliti harus menetapkan batasan populasi secara spesifik untuk mengidentifikasi subjek penelitian dengan tepat (Eriyanto, 2011).

Ada beberapa kriteria yang digunakan untuk menetapkan batasan populasi adalah sebagai berikut:

1. Video yang diposting oleh akun TikTok @spaceseekers.id mulai Januari 2023 hingga Juni 2024. Batasan hingga bulan Juni karena video informasi tempat kuliner yang diteliti adalah video terbaru yang diposting dalam kurun waktu satu tahun enam bulan, dan penelitian dikerjakan pada bulan Juni 2024, sehingga video dan foto informasi tempat kuliner sebelum bulan Januari 2023 dan sesudah bulan Juni 2024 tidak masuk dalam populasi penelitian.
2. Video terpopuler yang mengandung isi pesan informasi kuliner, yang memiliki jumlah penonton lebih dari 250 ribu penonton. Yang dipilih berdasarkan dengan fitur populer yang ada di aplikasi TikTok.

Dengan demikian diperoleh, sampel populasi yang sesuai dengan kriteria hanya terdapat sebanyak 8 video yang diunggah mulai bulan Januari 2023 sampai

Juni 2024, maka sampel dari penelitian ini adalah total sampling, yakni semua yang memenuhi syarat populasi dijadikan objek analisis. Berikut ini adalah daftar video informasi tempat kuliner yang telah diunggah oleh akun @spaceseeekers.id yang masuk dalam batasan penelitian:

No	Tanggal, Bulan, dan Tahun Upload	Judul Video / Nama Tempat Kuliner	Keterangan
1	28 Januari 2023	15 Rooftop Cafe Malang <ul style="list-style-type: none"> - Galle Coffee - Nyore Cafe - Atap Sore Coffee - Muraco Headquarter - Miel Society - Pink Box - Show Wan Cafe - Napa Eatery & Bar - Rooftop Kapal Garden - Lafayette - Semeru Art Gallery - Labcoffee.eatery - Sky Room Dining Lounge - Jeda Cafe Rooftop - Pesenkopi Betek 	Viewers: 271,2K Likes: 20.5K Comments: 404 Favorites: 12.8K Share: 5.142
2	03 Maret 2023	Latar Ijen	Viewers: 650.7K Likes: 11.8K Comments: 997 Favorites: 2.905

			Share: 1.889
3	08 Maret 2023	Shelterville	Viewers: 270,6K Likes: 15.3K Comments: 168 Favorites: 8.660 Share: 4.759
4	07 April 2023	Kafe Golekan	Viewers: 304.4K Likes: 29.7K Comments: 925 Favorites: 4.523 Share: 10.1K
5	13 Desember 2023	Atap Sore	Viewers: 513.4K Likes: 19.8K Comments: 201 Favorites: 6.901 Share: 5.683
6	05 Januari 2024	Java Dancer Coffee Roaster	Viewers: 285.5K Likes: 16K Comments: 120

			Favorites: 5.569 Share: 678
7	10 Februari 2024	10 Cafe Cantik <ul style="list-style-type: none"> - Retawu Deli - Mier Dessert & Patisserie - Grain Alley - The Grove - Madame Wang Secret Garden - Cafe Litchi - Dialoggi Signature - Signor Panino - Oura - La Collina 	Viewers: 343.9K Likes: 35.3K Comments: 196 Favorites: 26.3K Share: 5.338
8	03 Juni 2024	Tomoro Coffee	Viewers: 881K Likes: 9.460K Comments: 44 Favorites: 1.898 Share: 728

Tabel 3. 1 Daftar Video Informasi Tempat Kuliner
oleh Akun @spaceseekers.id

3.5 Struktur Kategori

Pada penelitian ini, struktur kategori digunakan untuk mengkategorisasi data yang telah dipilih dari konten video informasi tempat kuliner pada akun TikTok @spaceseekers.id. Struktur kategori ini untuk mengetahui aspek-aspek

isi pesan informasi tempat kuliner yang ada dalam setiap konten, untuk mempermudah proses analisis. Konten TikTok akun @spaceseechers.id dilihat dari kategori sebagai berikut:

Kategori	Sub Kategori	Indikator	Satuan Ukur
Pesan Komunikasi	Informasional: Konten Informasional ialah untuk mengulas pesan konten secara informatif sesuai kebutuhan pengguna.	<ul style="list-style-type: none"> - Nama Tempat Kuliner - Deskripsi Brand Kuliner - Ilustrasi Tempat (<i>Ambience Shoot</i>) 	Kemunculan aspek <ul style="list-style-type: none"> - Audio - Visual - Caption
	Komersial: Konten Komersial merupakan konten yang menjelaskan lebih dalam tentang suatu produk atau objek kuliner secara lebih rinci.	<ul style="list-style-type: none"> - Penjelasan Fasilitas - Penjelasan Menu - Keunggulan / Kekurangan - Rekomendasi Perilaku Konsumen (Contoh: Cafe Cocok Untuk Mahasiswa Mengerjakan Tugas) 	Kemunculan aspek <ul style="list-style-type: none"> - Audio - Visual - Caption
	Transaksional: Konten Transaksional adalah konten yang memberikan penawaran tertentu hingga mendorong transaksi.	<ul style="list-style-type: none"> - Keterangan Harga - Keterangan Benefit (Contoh: Promo, Voucher, Promo Paket, dll) 	Kemunculan aspek <ul style="list-style-type: none"> - Audio - Visual - Caption
	Navigasional:	<ul style="list-style-type: none"> - Alamat Tempat Kuliner 	Kemunculan aspek

	Konten Navigasional yaitu konten yang memberikan referensi rujukan alamat untuk mengakses arah ke tempat kuliner tersebut.		<ul style="list-style-type: none"> - Audio - Visual - Caption
--	--	--	--

Tabel 3. 2 Kategori Pesan Komunikasi dalam Konten TikTok @spacesekers.id

3.6 Unit Analisis dan Satuan Ukur

Dalam analisis isi, unit analisis dibagi menjadi tiga, yaitu unit sampel (*sampling units*) yang menentukan konten yang dipilih, unit pencatatan (*recording units*) yang menjadi elemen penelitian, dan unit konteks (*context units*) yang memberikan makna kontekstual terhadap hasil penilaian (Eriyanto, 2011). Pada penelitian ini, unit sampel adalah video yang telah dipilih berdasarkan batasan populasi. Sebanyak 8 video digunakan sebagai bahan penelitian. Peneliti akan mengkategorikan isi pesan yang disampaikan dalam video dengan menyusun struktur kategorisasi.

Peneliti akan menggunakan aspek audio, visual, dan caption dalam video sebagai unit analisis. Bentuk pesan audio, yang dicatat adalah kemunculan kalimat yang menjelaskan isi pesan informasi tempat kuliner, untuk bentuk pesan visual, yang dicatat adalah kemunculan seperti ilustrasi tempat dan *highlight text*. Sedangkan, bentuk pesan pada caption, yang dicatat adalah kemunculan keterangan yang menjelaskan isi pesan informasi tempat kuliner. Setiap kemunculan aspek-aspek tersebut akan dicatat skor 1 poin.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi, yang kemudian akan berpengaruh pada kualitas keseluruhan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui proses dokumentasi dengan melakukan pengamatan melalui akun TikTok

@spaceseekers.id. Dokumen yang dikumpulkan merupakan konten-konten video informasi tempat kuliner yang diupload oleh akun TikTok @spaceseekers.id pada rentang waktu Januari 2023 hingga Juni 2024.

Peneliti membuat lembar koding (*coding sheet*) berupa tabel pengkodean yang akan diisi oleh para pengkoder berdasarkan sub kategori yang telah ditentukan. Pengkoder akan melihat 8 video yang telah dipilih, kemudian mencermati isi pesan dari video secara detail untuk mengisi sub kategori yang dibuat oleh peneliti, yang diukur melalui kemunculan aspek audio, visual, caption, dan ekspresi dalam video.

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, data kuantitatif yang diperoleh dapat dianalisis menggunakan prinsip dan teknik analisis statistik yang standar, seperti uji reliabilitas dan distribusi frekuensi dari data yang telah terkumpul. Teknik analisis data yang diterapkan adalah analisis deskriptif dengan langkah-langkah berikut:

1. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui lembar koding yang telah dibuat sesuai dengan kategori yang telah ditetapkan oleh peneliti. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan akun media sosial TikTok @spaceseekers.id, yang berfokus pada isi pesan informasi tempat kuliner.

2. Penyusunan Kategori

Tahap awal dalam analisis isi adalah menyusun kategori yang digunakan untuk mengategorikan isi konten. Menurut (Widodo, 2017) penyusunan kategori harus dilakukan secara cermat. Terdapat tiga prinsip penting dalam penyusunan kategori: pertama, kategori harus bersifat *mutually exclusive*, artinya setiap kategori harus berbeda dan tidak tumpang tindih satu sama lain. Kedua, kategori harus bersifat *exhaustive*, yang berarti kategori-kategori tersebut harus mampu mencakup semua kemungkinan konten yang muncul. Ketiga, kategori harus *reliable*, yaitu kategori tersebut harus dipahami dengan konsisten oleh semua pihak yang terlibat dalam penelitian.

3. Pengisian Lembar Koding

Data yang telah dikategorikan dimasukkan ke dalam lembar tabel yang disebut lembar koding (*coding sheet*). Lembar koding ini berisi skor atau tanda (√) apabila kemunculan aspek ada dalam konten TikTok, dan (X) jika aspek tersebut tidak ada.

Coder / Indikator	Nama Tempat Kuliner	Deskripsi Brand Kuliner	Ilustrasi Tempat (Ambience Shoot)	Penjelasan Fasilitas	Penjelasan Menu	Keunggulan / Kekurangan	Rekomendasi Perilaku Konsumen (Ex. Cafe Cocok Untuk Mahasiswa Nugas)	Keterangan Harga	Keterangan Benefit (Ex. Promo, Voucher, Promo Paket, dll)	Alamat Tempat Kuliner
Video 1										
Video 2										
Video 3										
Video 4										
Video 5										
Video 6										
Video 7										
Video 8										

Gambar 3. 1 Lembar Koding

Keterangan:

(1) = Setuju.

(0) = Tidak Setuju.

3.9 Uji Reliabilitas

Peneliti melakukan konfirmasi data setelah melalui serangkaian tahapan sebelumnya. Salah satu langkah yang dilakukan adalah uji reliabilitas, yang bertujuan untuk mengukur tingkat kesepakatan antar koder dalam menilai data yang sama. Uji reliabilitas yang diusulkan oleh Holsti adalah salah satu bentuk uji reliabilitas yang umum digunakan, selain penggunaan persentase persetujuan. Prinsip dasar dari uji reliabilitas ini mirip dengan persentase persetujuan, yaitu mengukur sejauh mana tingkat kesepakatan antar pengkoder ketika menilai hal yang sama. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan formula holsti dalam uji reliabilitas untuk menghitung tingkat kesepakatan antar koder terhadap alat ukur yang telah disebutkan, yaitu:

$$\text{Reliabilitas Antar-Coder} = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Gambar 3. 2 Rumus Holsti

Keterangan:

M : Jumlah pernyataan yang disetujui oleh pengkoder.

N1+N2 : Jumlah pernyataan yang diberikan oleh pengkoder.

Dalam rumus holsti, nilai reliabilitas yang diharapkan sebagai tingkat yang reliabel adalah 0,7 atau setara dengan 70%. Artinya, jika hasil perhitungan reliabilitas melebihi angka 0,7, maka alat ukur tersebut dapat dianggap sebagai alat yang dapat diandalkan (*reliable*). Sebaliknya, jika hasil reliabilitas berada di bawah angka 0,7, maka dapat disimpulkan bahwa coding sheet tersebut tidak dapat dianggap sebagai alat yang reliabel. Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi konsistensi dari serangkaian pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian yang telah disusun. Untuk menghitung reliabilitas instrumen penelitian, peneliti memerlukan seorang pengkoder tambahan yang berperan dalam proses evaluasi dan pengujian (Widodo, 2017).

Untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini, peneliti mengikuti serangkaian langkah-langkah sebagai berikut:

1. Peneliti memberikan panduan dan penjelasan kepada ketiga pengkoder mengenai unit analisis yang akan digunakan, serta kategori yang telah disusun sebelumnya.
2. Ketiga pengkoder melakukan penilaian pada sampel yang telah ditentukan, yaitu sebanyak 8 konten.
3. Hasil penilaian dari pengkoder pertama, kedua, dan ketiga akan dibandingkan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menggunakan rumus Holsti.
4. Analisis data yang telah dimasukkan ke dalam coding sheet akan dilanjutkan dengan penghitungan untuk mengetahui frekuensi kemunculan setiap aspek kategori dalam konten TikTok. Hal ini dapat dilakukan dengan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P : Persentase kemunculan.

F : Jumlah frekuensi yang muncul.

N : Total jumlah indikator.

