

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi (reception analysis) untuk mengkaji bagaimana audiens, khususnya laki-laki alumni Ilmu Komunikasi angkatan 21, memaknai tren TikTok “*Marriage is Scary*”.

#### **3.1 PARADIGMA PENELITIAN**

Paradigma adalah kerangka berpikir yang digunakan peneliti untuk membimbing penelitian dalam memahami realita, merumuskan masalah dan menentukan metode (deepublish.com, 2025) [deepublish.com](https://deepublish.com). Thomas Kuhn menjadi orang pertama yang memperkenalkan paradigma dalam bukunya *The structure of Scientific Revolutions* (1962) bahwa, paradigma merupakan landasan berpikir dan konsep dasar yang dipakai para ilmuwan dalam melakukan studi [deepublish.com](https://deepublish.com), 2025.

Penelitian ini berlandaskan pada Paradigma Kritis, sebagaimana dijelaskan oleh Farid Rusman (2006) dalam bukunya *Metode-Metode Penelitian Komunikasi*. Paradigma kritis berangkat dari pemikiran bahwa realitas sosial yang tampak tidak selalu mencerminkan kebenaran sejati. Realitas yang diamati melalui pancaindra sering kali bersifat semu atau palsu (False Reality) karena telah mengalami distorsi akibat pengaruh kekuatan ekonomi, politik, budaya, dan ideologi yang dominan dalam masyarakat.

Paradigma ini memandang bahwa manusia hidup dalam struktur sosial yang menindas, dimana kesadaran mereka dibentuk oleh sistem kekuasaan yang berkuasa. Kondisi ini menimbulkan apa yang disebut kesadaran palsu (False consciousness) keadaan ketika individu tidak menyadari bahwa cara berpikir, kebutuhan, bahkan selera mereka tidak dikonstruksi oleh kekuatan eksternal seperti kapitalisme industri dan media massa.

Menurut Farid Rusman (2025), Paradigma Kritis menolak pandangan bahwa realitas sosial bersifat netral. Sebaliknya, paradigma ini berusaha membongkar relasi kekuasaan dan ideologi yang tersembunyi di balik proses komunikasi. Dalam konteks penelitian ini, paradigma kritis menjadi relevan karena fenomena komunikasi di media sosial seperti TikTok tidak dapat dipisahkan dari kepentingan industri digital. Platform seperti TikTok merupakan bagian dari sistem ekonomi kapitalistik yang mendorong produksi dan konsumsi konten sebagai komoditas.

Industri media digital menciptakan dan mengatur mekanisme distribusi makna melalui algoritma, tren, dan strategi branding yang menanamkan nilai-nilai tertentu pada audiens. Melalui mekanisme itu, pengguna tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produk yang dikomodifikasi data, perhatian, dan kreativitas mereka dijadikan sumber keuntungan oleh industri. Paradigma Kritis memandang hal ini sebagai bentuk dominasi baru dalam kapitalisme digital, dimana kesadaran pengguna dibentuk melalui logika industri dan budaya populer yang disebarkan secara masif di ruang digital.

Secara ontologis, Paradigma Kritis menempatkan realitas sebagai sesuatu yang terkonstruksi oleh kekuasaan dan ideologi. Realitas sosial tidak pernah bebas nilai, karena selalu dipengaruhi oleh konteks historis, ekonomi, dan budaya yang membentuknya. Dengan demikian, fenomena komunikasi di TikTok tidak hanya dipahami sebagai aktivitas hiburan, tetapi juga sebagai cerminan dari dinamika industri media yang membentuk cara berpikir dan perilaku audiens.

Secara epistemologis, hubungan antara peneliti dan objek yang diteliti dalam paradigma kritis bersifat reflektif, interaktif, dan berpihak. Peneliti tidak dituntut untuk bersikap netral, melainkan menempatkan diri sebagai pihak yang berpihak kepada kelompok lemah. Dalam hal ini audiens media digital yang sering kali menjadi korban dari sistem industrialisasi konten. Peneliti diharapkan mampu mengungkap bagaimana sistem industri digital mempengaruhi kesadaran pengguna, bagaimana algoritma mengarahkan perilaku konsumsi konten, dan bagaimana nilai-nilai kapitalistik disisipkan ke dalam bentuk hiburan populer.

Secara aksiologis, Paradigma kritis menekankan bahwa penelitian tidak pernah bebas dari nilai. Nilai moral, etika, dan kemanusiaan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam setiap proses penelitian. Sebagaimana dijelaskan Farid Rusman (2025), peneliti dalam paradigma ini berperan sebagai *transformative intellectual, advocate, atau activists* yang berupaya menghadirkan kritik sosial dan pemberdayaan masyarakat (social empowerment). Dalam konteks industri media, peneliti berperan mengungkap bagaimana praktik industri dapat menciptakan ketimpangan, eksploitasi, atau manipulasi terhadap audiens, sekaligus mendorong kesadaran kritis agar masyarakat lebih mampu menilai dan mengontrol konsumsi informasinya.

Secara metodologis, Paradigma Kritis menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis yang komprehensif, kontekstual, dan historis. Peneliti tidak hanya memeriksa data secara permukaan, tetapi juga menelusuri relasi kekuasaan dan ideologi industri yang memengaruhi fenomena komunikasi. Dalam konteks penelitian ini, analisis diarahkan untuk memahami bagaimana media sosial TikTok sebagai produk industri digital berperan membentuk budaya populer, mempengaruhi perilaku konsumsi, serta membangun citra dan makna tertentu bagi audiens.

Kualitas penelitian dalam paradigma kritis tidak diukur dari validitas statistik, melainkan dari kemampuan peneliti mengungkap struktur ideologis di balik fenomena sosial. Dengan demikian, peneliti ini tidak hanya berupaya menjelaskan fenomena komunikasi di TikTok, tetapi juga menelusuri bagaimana kapitalisme industri digital dan budaya populer membentuk kesadaran, perilaku, dan persepsi masyarakat.

Sebagaimana ditegaskan oleh Farid Rusman (2025), paradigma kritis berorientasi pada kritik sosial, transformasi, dan emansipasi, dimana hasil penelitian diharapkan dapat membuka kesadaran publik terhadap pengaruh industri dalam membentuk cara berpikir dan berkomunikasi. Dengan menggunakan paradigma ini, peneliti berupaya untuk tidak hanya memahami realitas komunikasi, tetapi juga menggugat sistem yang menciptakan ketimpangan makna di ruang media.

### **3.2 PENDEKATAN PENELITIAN**

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan Kualitatif, yang bertujuan untuk memahami makna yang dikonstruksi oleh individu terhadap suatu fenomena sosial (Denzin & Lincoln, 2018). Pendekatan ini sesuai karena penelitian ini menggali bagaimana mahasiswa laki-laki UMM angkatan 2021 memaknai tren “*Marriage is Scary*” dan bagaimana interpretasi tersebut terbentuk melalui interaksi sosial di media digital.

Pendekatan kualitatif memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengamalan subjektif dan analisis naratif dari komentar atau respons audiens terhadap konten yang berkaitan dengan tren ini (Moleong, 2018)

### **3.3 TIPE DAN DASAR PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian interpretatif, yang merupakan bagian dari paradigma kualitatif. Pendekatan interpretatif digunakan untuk memahami dan menafsirkan realitas sosial dari sudut pandang partisipan atau subjek penelitian. Fokus utama pendekatan ini adalah menggali makna secara subjektif, interpretasi, serta pengalaman individu dalam konteks sosial tertentu.

Dalam penelitian ini, pendekatan interpretatif digunakan untuk menganalisis bagaimana laki-laki alumni mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 21 memahami dan merespons fenomena sosial berupa tren “*Marriage is Scary*” yang berkembang di media sosial. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya melihat bagaimana para informan menafsirkan narasi yang muncul di media, membentuk makna pribadi, serta mengaitkannya dengan pengalaman dan nilai-nilai sosial yang mereka miliki.

Pendekatan interpretatif dibentuk melalui proses interaksi sosial, bahasa, dan budaya. Pendekatan ini menekankan bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif dan universal, melainkan relatif dan kontekstual. Dengan demikian, makna dipahami sebagai sesuatu yang dibangun melalui pengalaman subjektif dan dipengaruhi oleh lingkungan sosial individu. Setiap partisipan dapat memiliki

interpretasi yang berbeda terhadap fenomena yang sama, tergantung pada latar belakang, nilai, dan pengalaman hidupnya ([sugiyono,2019](#) ).

Penelitian ini juga menggunakan dasar pemikiran dari analisis resepsi (reception analysis) yang dikembangkan oleh Stuart Hall. Pendekatan ini berpijak pada paradigma bahwa audiens bukanlah penerima pasif pesan media, melainkan pihak yang aktif dalam memberikan makna terhadap pesan-pesan yang mereka konsumsi. Audiens menafsirkan pesan media berdasarkan konteks sosial dan pengalaman pribadi mereka, sehingga proses penerimaan makna dapat berbeda antara satu individu dengan yang lain.

Dasar pemikiran ini sangat relevan untuk penelitian ini karena tren “Marriage is Scary” yang berkembang di media sosial telah memunculkan beragam bentuk pemaknaan dan tanggapan dari kalangan generasi muda, khususnya laki-laki alumni Ilmu Komunikasi angkatan 21. Melalui analisis resepsi, penelitian ini berupaya memahami bagaimana mereka memaknai tren ini, apakah mereka menerima pandangan tersebut secara dominan, menegosiasikannya dengan nilai dan pengalaman pribadi, atau bahkan menolak narasi yang berkembang.

Dengan demikian, teori resepsi Stuart Hall menjadi landasan konseptual yang kuat untuk melihat bagaimana proses pemaknaan individu terhadap fenomena sosial “Marriage is Scary” terbentuk dan dipengaruhi oleh konteks sosial serta pengalaman hidup mereka ([Kompas, 2022](#))

### **3.4 SUMBER DATA**

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan penjelasan :

#### **1. Data Primer**

Data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara mendalam dengan laki-laki alumni Ilmu Komunikasi angkatan 21. Informan dipilih berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- 1) Mahasiswa UMM angkatan 2021 yang sudah lulus
- 2) Laki-laki

- 3) Mengetahui dan mengikuti tren “*Marriage is Scary*” di TikTok
- 4) Memiliki pandangan atau opini terhadap isu pernikahan

### 3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Metode yang akan digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini, yaitu :

#### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali pemaknaan dan pandangan laki-laki alumni Ilmu Komunikasi angkatan 21 terhadap tren “*Marriage is Scary*.” Tujuan wawancara ini adalah untuk mengetahui:

- 1) Bagaimana informan memahami tren “*Marriage is Scary*”
- 2) Faktor apa yang membuat mereka merasa “relate” terhadap isu tersebut
- 3) Pandangan mereka terhadap pernikahan di era modern

### 3.6 TEKNIK ANALISIS DATA

Menurut Miles dan Huberman (1994), tahapan analisis data kualitatif meliputi tiga proses utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Ketiga proses ini digunakan sebagai pedoman dalam penelitian ini, dengan penyesuaian terhadap konteks pendekatan interpretatif dan analisis resepsi audiens.

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data mentah yang diperoleh dari hasil wawancara. Pada tahap ini, peneliti menuliskan transkrip wawancara secara lengkap, kemudian menandai bagian-bagian penting yang relevan dengan fokus penelitian, seperti:

- 1) Persepsi mahasiswa terhadap pernikahan dan komitmen,
- 2) Alasan di balik rasa takut terhadap pernikahan
- 3) Pengaruh lingkungan sosial, keluarga, dan media, serta
- 4) Bentuk interpretasi terhadap fenomena “Marriage is Scary”.

## 2. Penyajian Data (Data Display)

Setelah proses reduksi data dilakukan, peneliti menyajikan data dalam bentuk narasi deskriptif yang disusun per subjek. Penyajian ini dilakukan dengan menguraikan secara mendalam pandangan, pengalaman, serta cara masing-masing informan memaknai tren *Marriage is scary* di TikTok. Model ini dipilih karena penelitian menggunakan teknik *in-depth interview*, sehingga data yang dihasilkan bersifat personal, reflektif, dan kontekstual.

Penyajian data per subjek memungkinkan peneliti menampilkan proses pemaknaan secara utuh sesuai dengan latar belakang kehidupan masing-masing informan. Dalam narasi tersebut, peneliti tidak hanya menyajikan apa yang dikatakan subjek, tetapi juga konteks sosial, pengalaman keluarga, nilai yang dianut, serta relasi yang membentuk cara pandang mereka terhadap pernikahan.

Melalui penyajian naratif ini, peneliti dapat melihat bagaimana tren *Marriage is scary* diterima, dipahami, dan dimaknai secara berbeda oleh setiap subjek. Perbedaan tersebut menjadi dasar untuk mengidentifikasi pola pemaknaan serta menentukan posisi resepsi audiens berdasarkan teori Stuart Hall, yaitu *dominant-hegemonic*, *negotiated*, atau *oppositional*. Dengan demikian, penyajian data tidak hanya berfungsi sebagai paparan hasil wawancara, tetapi juga sebagai tahap awal analisis sebelum dilakukan interpretasi teoritis lebih lanjut.

### 3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap ini, peneliti melakukan interpretasi mendalam terhadap seluruh data yang telah disajikan dalam bentuk narasi per subjek untuk menemukan makna umum dari keseluruhan temuan. Proses ini tidak hanya didasarkan pada pernyataan informan, tetapi juga mempertimbangkan konteks sosial, pengalaman hidup, serta latar belakang masing-masing subjek.

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan meninjau kembali seluruh data wawancara, mengidentifikasi pola pemaknaan yang konsisten, serta membandingkan perbedaan sudut pandang antar subjek. Selanjutnya, temuan diverifikasi dengan mengaitkannya pada kerangka teori resepsi Stuart Hall, sehingga dapat ditentukan posisi pemaknaan informan apakah berada pada *dominant-hegemonic*, *negotiated*, atau *oppositional*.

Kesimpulan yang diperoleh merupakan hasil sintesis dari keseluruhan proses pemaknaan laki-laki alumni Ilmu Komunikasi angkatan 2021 terhadap tren *Marriage is scary* di Tiktok, serta bagaimana media sosial berperan dalam membentuk cara pandang mereka terhadap pernikahan.

#### 3.7 UJI KEABSAHAN DATA

Uji keabsahan data pada penelitian ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar akurat, dapat dipercaya, dan menggambarkan realitas yang dialami oleh informan. Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data menjadi sangat penting karena data bersifat subjektif dan diperoleh melalui interpretasi mendalam terhadap pengalaman individu. Oleh karena itu, peneliti menerapkan beberapa teknik untuk menjaga validitas data, yaitu triangulasi, pengecekan anggota (*member check*), dan ketekunan dalam pengamatan.

#### 1. Triangulasi Sumber dan Metode

Triangulasi dilakukan dengan cara membandingkan dan mengkonfirmasi data dari berbagai informan untuk melihat konsistensi pola pemakaian. Teknik ini tidak menggunakan triangulasi metode, tetapi memanfaatkan perbandingan :

- 1) Pengalaman personal informan
- 2) Latar belakang keluarga
- 3) Pengalaman hubungan
- 4) intensitas penggunaan Tiktok

Dengan membandingkan berbagai sumber informan, data menjadi lebih kuat dan tidak bergantung pada satu perspektif saja.

## **2. Pengecekan Anggota (Member Check)**

Pengecekan anggota dilakukan dengan meminta konfirmasi langsung dari informan untuk memastikan bahwa hasil interpretasi peneliti sesuai dengan maksud dan pemakaian mereka terhadap tren “Marriage is Scary”. Proses ini dilakukan setelah wawancara melalui komunikasi lanjutan kepada informan. Tujuan hal ini dilakukan adalah untuk memastikan peneliti tidak salah dalam menafsirkan ucapan informan, hasil analisis sesuai dengan maksud informan, makna yang muncul benar-benar berasal dari pengalaman mereka.

## **3. Ketekunan dalam Pengamatan**

Ketekunan dalam pengamatan dilakukan dengan cara peneliti secara mendalam menelusuri konteks sosial dan budaya yang melatarbelakangi tren “Marriage is Scary.” Peneliti menonton isi konten secara teliti, memahami pola pembahasan yang muncul, serta mencermati respon laki-laki alumni Ilmu Komunikasi angkatan 21 terhadap isu tersebut. Ketekunan ini membantu peneliti memahami realitas secara menyeluruh dan menghindari interpretasi yang dangkal.