

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi resepsi. menjelaskan bahwa studi resepsi bertujuan untuk memahami bagaimana khalayak memaknai pesan media dengan mempertimbangkan pengalaman dan latar belakang sosial mereka. Penelitian mereka menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga memproduksi makna baru sesuai konteks individu dan budaya yang mereka miliki (Delya et al., 2022). Metode penelitian ialah suatu teknik ilmiah yang bertujuan untuk memperoleh suatu informasi agar dapat dideskripsikan serta dibuktikan untuk memecahkan suatu permasalahan dalam kehidupan manusia. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini yaitu studi resepsi.

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif sebagai pendekatan utama dalam menggali perilaku warganet terhadap komunikasi visual yang disajikan oleh akun Instagram @pestapora. (Bimbingan & Konseling, 2016) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif berfokus pada upaya memahami fenomena secara mendalam dalam konteks yang alami dan spesifik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali makna yang tersembunyi di balik perilaku dan interaksi sosial yang diteliti. Dalam prosesnya, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang secara langsung mengumpulkan dan menganalisis data, sehingga mampu menangkap nuansa serta perspektif yang tidak dapat diperoleh melalui pendekatan kuantitatif. Dalam hal ini, fokus utama penelitian adalah bagaimana perilaku warganet berinteraksi dengan dan

merespons konten komunikasi visual yang diposting oleh akun Instagram @pestapora, dengan tujuan untuk memahami bagaimana makna atau pesan yang terkandung dalam konten tersebut dipersepsikan oleh audiens.

Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan dengan rinci bagaimana perilaku audiens dalam merespons komunikasi visual yang disajikan oleh akun Instagram @pestapora. Dalam konteks ini, penelitian ini berfokus pada pengungkapan fenomena sosial yang terkait dengan interaksi antara warganet dan konten visual yang ditampilkan oleh akun tersebut. Dalam konteks penelitian ini, pola-pola tersebut merujuk pada respons atau interaksi yang muncul dari warganet terhadap komunikasi visual yang disajikan oleh akun @pestapora. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi berbagai cara warganet berinteraksi dengan konten visual tersebut, serta memahami lebih jauh apa yang memotivasi mereka untuk memberikan respons tertentu. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menyelami nuansa makna yang terkandung dalam setiap interaksi dan merespons pesan yang dikirimkan melalui visual.

Pendekatan kualitatif juga sangat relevan dalam memahami perilaku konsumen atau audiens karena memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam mengenai persepsi, motivasi, dan tindakan yang dilakukan oleh subjek penelitian. (Haki et al., 2024) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif berfokus pada upaya menggali pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang dialami subjek penelitian. Pendekatan ini digunakan untuk menelusuri perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan individu dalam konteks tertentu, sehingga peneliti dapat menangkap makna yang tidak

selalu terlihat melalui pendekatan kuantitatif. Dalam hal ini, penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menceritakan fenomena secara rinci dan menyeluruh, memberikan wawasan yang lebih kontekstual dan mendalam terkait dengan perilaku warganet terhadap komunikasi visual yang ditampilkan oleh akun Instagram @pestapora. Perilaku warganet dapat dijelaskan secara lebih jelas dan rinci dengan menggambarkan bagaimana respons mereka terhadap visual yang ada.

3.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dipergunakan adalah tipe penelitian interpretatif. (Mujtahidin & Oktarianto, 2022) menjelaskan bahwa penelitian interpretatif bertujuan menggali dan menjelaskan peristiwa sosial maupun budaya dengan menggunakan perspektif dan pengalaman orang yang diteliti. Pendekatan ini memfokuskan pada pemahaman mendalam terhadap makna yang dibentuk oleh subjek penelitian, sehingga memberikan gambaran yang lebih kontekstual dan kaya dibandingkan metode penelitian yang bersifat positivistik. Tipe penelitian ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan uraian pemaknaan warganet Instagram terhadap komunikasi visual yang digunakan akun @pestapora untuk kemudian dilakukan penafsiran mengenai data-data yang sudah didapatkan.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

Kurang lebih selama 2 bulan penelitian ini akan dilakukan yakni dari bulan Desember 2024 hingga Januari 2025. Lokasi penelitian merupakan lokasi peneliti untuk mendapatkan dan memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan (Safina

Salma Sa'adah et al., 2024). Kota Malang, Sidoarjo, dan Surabaya akan menjadi tempat untuk penulis melakukan penelitian.

3.4 Sumber Data Penelitian

Pada penelitian ini sendiri teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Selanjutnya pada penelitian ini akan dilakukan wawancara secara online, baik itu melalui telepon ataupun chat. Sebelum melakukan wawancara secara mendalam nantinya akan diberikan pertanyaan *screening* terlebih dahulu, hal itu dengan tujuan agar peneliti bisa mendapat subjek yang sesuai dengan kriteria penelitian. Apabila peneliti mendapat subjek yang bisa diwawancarai secara langsung, peneliti akan menggunakan teknik wawancara semi terstruktur agar informasi yang didapat lebih bervariasi dan lebih mendalam.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksud dalam pengumpulan data ini adalah pengumpulan gambar - gambar dari konten yang diunggah oleh pestapora di akun instagram @pestapora, bentuk dari dokumentasi ini nanti akan berupa *screenshot* dari konten - konten pestapora, Selain itu kolom komentar juga akan didokumentasikan berupa *screenshot* kolom komentar yang berisikan komentar yang menunjukkan perilaku konsumen, dalam hal ini akan dipilih konten dengan *likes* paling banyak. Selain itu nantinya dokumentasi berupa *screenshot* konten yang membalas komentar dari audiens pestapora akan disertakan dalam penelitian ini, dimana dokumentasi berupa

screenshot ini bisa menunjukkan bagaimana interaksi yang terjalin antara penonton dengan pestapora

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini akan dibagi menjadi dua tipe data yaitu:

1. Data primer

Pada penelitian ini data primer yang dimaksud adalah data yang dikumpulkan melalui subjek yang sesuai dengan panduan wawancara yang telah dibuat, dimana data primer ini jumlah subjek tidak banyak sehingga wawancara yang dilakukan sifatnya mendalam, sehingga penulis bisa menggali informasi secara mendalam.

2. Data sekunder

Pada penelitian ini data sekunder akan berupa analisis dari Instagram akun @pestapora yang berupa gambar, dimana peneliti akan memasukkan data berupa komentar diberikan oleh audiens akun Instagram @pestapora yang kemudian dibalas dengan konten instastory oleh akun Instagram @pestapora. Dengan adanya data sekunder tersebut tentu akan membantu penulis dalam melakukan analisis persepsi konsumen, dimana data sekunder ini akan memperkuat data primer itu sendiri.

Kriteria subjek dalam penelitian ini akan penulis pilih sesuai dengan karakteristik yang telah penulis tentukan, dimana jumlah subjek yang telah penulis tentukan adalah lima orang, kriteria yang harus dimiliki oleh lima subjek tersebut yaitu:

1. Subjek berusia antara 19 - 25 tahun

2. Subjek merupakan orang yang aktif menggunakan media sosial Instagram, dalam hal ini aktif yang dimaksud adalah mengikuti perkembangan kultur populer , aktif sebagai penonton saja diperbolehkan menjadi subjek
3. Subjek merupakan orang yang mengetahui akun Instagram @pestapora yang telah mengikuti konten Pesta Pora minimal lima kali atau merupakan *followers* dari akun Instagram @pestapora .
4. Subjek merupakan orang yang sudah pernah menghadiri festival Pestapora.
5. Subjek merupakan orang yang belum pernah menghadiri dan menonton Pestapora.

Pada dasarnya kriteria utama yang penulis pilih adalah generasi milenial, dimana pada penelitian ini penulis memilih subjek yang memiliki usia pada rentang 19-25 tahun. Hal ini sesuai dengan (Jatmika & Puspitasari, 2019) yang menjelaskan bahwa generasi milenial, yang juga dikenal sebagai generasi Y, merupakan kelompok individu yang lahir pada rentang waktu tahun 1980 hingga 2000. Generasi ini tumbuh di tengah perkembangan teknologi informasi dan digital yang pesat, sehingga memiliki karakteristik berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Dilain sisi pemilihan milenial juga didasari oleh generasi milenial memiliki kecenderungan kuat untuk mengandalkan perangkat digital, khususnya smartphone, dibandingkan media konvensional seperti televisi. Mereka juga lebih menyukai bentuk konten dua arah yang interaktif, termasuk user-generated content, serta hampir seluruh individu pada generasi ini memiliki akun media sosial sebagai bagian dari gaya hidup digital mereka. (Khadijah, 2018)

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan melalui proses wawancara nantinya akan disortir terlebih dahulu, melalui pertanyaan *screening* sebelum wawancara. Apabila jawaban pertanyaan *screening* telah memenuhi syarat yang telah ditentukan oleh peneliti, maka selanjutnya adalah peneliti melakukan pengamatan dengan membaca hasil wawancara berupa teks ataupun berupa audio yang telah ditranskrip. Setelah proses penelitian hasil wawancara selesai, peneliti akan mencari poin - poin terkait perilaku dan persepsi konsumen terkait gaya komunikasi visual yang dilakukan Pestapora pada akun instagram @pestapora. Setelah semua data tersusun rapi, selanjutnya penulis akan menjawab rumusan awal pada penelitian yang penulis buat, dimana jawaban rumusan masalah ini akan berupa kesimpulan terkait penelitian yang penulis buat. Hasil akhir dari penelitian ini akan berupa sebuah gambaran persepsi pengguna media sosial Instagram terhadap gaya komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh akun Instagram @pestapora berdasarkan hasil *interview* yang telah dilakukan oleh penulis.