

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

##### 3.1.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi makna yang diberikan oleh individu atau kelompok mengenai masalah sosial atau manusia (Creswell, 2017). Hal ini sesuai dengan penelitian yang akan menitikberatkan pada “Analisis konten *travel vlog* sebagai *Media Digital storytelling* dalam Membentuk Citra Pariwisata Sumba” pada akun YouTube *Gypsy in Sneakers*. Hal ini dikarenakan *Gypsy in Sneakers* merupakan *YouTuber* yang menyajikan konten perjalanan nyata dan otentik yang dikombinasikan dengan *storytelling* dan *cinematic*. Pada penelitian ini, peneliti akan memperhatikan bagaimana citra destinasi wisata Sumba yang terbentuk dalam konten trip milik *Gypsy in Sneakers*.

##### 3.1.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Content Analysis* (Analisis Isi). Menurut Sekaran & Bougie (2016), analisis isi merupakan metode penelitian dengan pembahasan mendalam yang digunakan untuk mengevaluasi secara sistematis isi simbolis dari semua bentuk komunikasi yang direkam. Menurut Fraenkel, Wallen & Hyun (2012), *content analysis* memungkinkan peneliti untuk mempelajari perilaku manusia secara tidak langsung, melalui analisis dari isi komunikasi mereka. Jenis komunikasi ini dapat berupa buku teks, esai, surat kabar, novel, artikel majalah, lagu, pidato politik, iklan, gambar maupun video. Melalui komunikasi tersebut, suatu keyakinan, sikap, nilai maupun gagasan seseorang atau kelompok sering terungkap. Pada penelitian ini, *content analysis* yang digunakan akan mengungkap dan mengkaji tentang konstruksi konsep digunakan vlogger dalam vlog-nya yang dimana menjadi perbincangan global sebagai media pemasaran dan juga berpengaruh terhadap preferensi orang untuk mengunjungi wisata tersebut. Analisis yang dilakukan

apabila dihubungkan dengan pertanyaan penelitian mengenai bagaimana gambaran konten *travel vlog* sebagai media *digital storytelling* dan bagaimana citra destinasi yang terbentuk dalam konten *Travel Vlogger*. Maka, metode ini dinilai sesuai untuk menjawab pertanyaan tersebut.

## 3.2 Pengumpulan Data

### 3.2.1 Unit Analisis

Unit analisis pada umumnya yaitu keseluruhan yang dibedakan dan diperlakukan oleh peneliti sebagai elemen independen (Krippendorff, 2018). Unit analisis dalam penelitian ini didapatkan dari pengamatan visual baik gambar maupun video dan teks yang tercantum dalam postingan akun media sosial YouTube milik *travel vlogger* yang membuat video di Sumba. Pada unit analisis ini, peneliti akan meneliti dari struktur konten vlog dari caption, video *opening*, isi, *closing*, dan peneliti juga melihat dari sisi visual dan *angle* pada konten vlog tersebut.

### 3.2.2 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian, jenis dan sumber data yang diperlukan dikelompokkan ke dalam 2 golongan, yaitu:

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang tidak dipublikasikan dan yang peneliti kumpulkan dari orang atau organisasi. Data primer meliputi data hasil wawancara, kerja lapangan dan dokumen yang tidak dipublikasikan seperti notulen rapat dan lain sebagainya (Myers, 2013).

b. Data Sekunder

Menurut Sekaran & Bougie (2016), data sekunder merupakan data yang sudah ada dan tidak dikumpulkan oleh peneliti secara langsung. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berbagai literatur dan karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini serta dokumen atau konten *Travel* yang diunggah pada akun Gypsy in Sneakers.

**TABEL 3. 1**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Data	Sumber Data	Jenis Data
1.	Data Pengguna <i>Social Media</i> di Indonesia	Laman Web <i>We Are Social</i>	Sekunder
2.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>Influencer, Travel Vlog, Digital Storytelling</i> dan Citra Destinasi	<i>Ebook, Jurnal dan Artikel</i>	Sekunder
3.	Pariwisata Sumba	Website	Sekunder
4.	Konten <i>Travel Vlog</i> ke Sumba	Youtube <i>Gypsy in Sneakers</i>	Sekunder

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

### 3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Menurut Sekaran & Bougie (2016) teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Literatur, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal maupun *homepage/website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan Citra Destinasi, *Social Media Influencer, Travel Vlog* dan *Digital Storytelling*
2. Observasi, yaitu melakukan pengamatan dan peninjauan terhadap objek dan subjek yang sedang diteliti. Observasi menurut Sekaran & Bougie (2016) termasuk menonton, merekam, analisa yang direncanakan dan interpretasi perilaku, tindakan atau peristiwa. Data yang akan didapatkan dari observasi adalah mengamati gerak tubuh dan mimik muka yang ditunjukkan pada konten *Travel Vlog* yang akan diteliti. Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi secara daring untuk mendapatkan informasi mendalam tentang citra destinasi dari sudut pandang konten yang diunggah oleh *Travel Vlogger*.

3. Data Arsip (*Archival data*) merupakan data yang sudah ada dan disalin oleh peneliti dari komunikasi-komunikasi yang dimediasi internet dari *Youtube* milik *Travel Vlogger*. Agar memiliki relevansi, peneliti mungkin memerlukan beberapa tingkat penyaringan terhadap data tersebut.
4. *Audiovisual* dan *digital materials* merupakan data berupa foto, benda seni, *videotape*, halaman situs web, email, pesan teks, teks media sosial atau segala bentuk suara

### 3.3 Analisis Data

Menganalisis data dalam penelitian kualitatif pada dasarnya melibatkan analisis, sintesis, serta reduksi informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber seperti observasi, wawancara dan dokumen (Fraenkel et al., 2012). Data kualitatif ini didapatkan dari berbagai macam sumber primer dan/atau sumber sekunder, seperti individu, grup focus, catatan perusahaan, publikasi pemerintah, dan internet. Analisis data kualitatif bertujuan untuk membuat kesimpulan yang valid dari jumlah data yang dikumpulkan. Menurut (Fraenkel et al., 2012) terdapat 6 tahapan yang terlibat dalam *content analysis*, yaitu:

#### 3.3.1 *Determine Objectives* (Menentukan Tujuan)

Tahapan pertama dalam *Content Analysis* yaitu *Determine Objectives* dimana peneliti harus menentukan tujuan spesifik yang ingin dicapai. Adapun beberapa alasan seseorang melakukan penelitian *Content Analysis* yaitu untuk:

- a. Memperoleh informasi deskriptif mengenai suatu topic
- b. Merumuskan tema (gagasan utama) yang membantu mengatur dan memahami sejumlah besar informasi deskriptif
- c. Memeriksa temuan penelitian lainnya
- d. Memperoleh informasi yang berguna dalam menghadapi masalah pendidikan
- e. Menguji hipotesis

Melalui penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian kualitatif *Content Analysis* untuk mengetahui citra destinasi wisata Sumba yang terbentuk dalam konten *travel vlog* di YouTube.

### 3.3.2 *Specify the Unit of Analysis* (Menentukan Unit Analisis)

Tahapan kedua yaitu *Specify the Unit Analysis*, dimana sebelum peneliti melakukan dan melaporkan analisis mereka harus menentukan unit analisis apa yang akan digunakan terlebih dahulu. Unit analisis dapat berupa kata-kata, kalimat, frasa dan yang lainnya. Menurut Krippendorff (2018), unit dalam *Content Analysis* dibedakan menjadi tiga jenis yaitu *sampling units*, *recording/coding units*, dan *context units*. *Sampling units* merupakan bagian dari objek yang diseleksi oleh peneliti untuk didalami. *Recording units* yaitu bagian atau aspek dari isi yang menjadi dasar dalam pencatatan dan analisis. Unit ini pun dibedakan untuk deskripsi, transkripsi, perekaman atau pengkodean yang terpisah. Sementara *context units* adalah konteks apa yang diberikan oleh peneliti untuk memahami atau memberi arti pada hasil pencatatan. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konten *travel vlog* ke Sumba yang diunggah oleh akun *Gypsy in Sneakers* yaitu audio, frasa dan visualisasi.

### 3.3.3 *Locate the Relevant Data* (Menemukan data yang Relevan)

Tahap ketiga dalam penelitian ini yaitu *locate the relevant data*, dimana peneliti harus menemukan data yang akan dianalisis dan yang relevan dengan tujuan setelah peneliti menentukan tujuan dan unit analisis yang akan diteliti. Hubungan antara isi yang akan dianalisis dan tujuan penelitian harus jelas. Salah satu cara untuk membantu memastikan kejelasan yaitu dengan memiliki pertanyaan penelitian yang spesifik dan kemudian memilih kumpulan materi di mana pertanyaan atau hipotesis dapat diselidiki. Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, pada penelitian ini peneliti merumuskan satu pertanyaan penelitian, yaitu :

1. Bagaimana konten *travel vlog* sebagai media *digital storytelling* membentuk citra destinasi wisata Sumba?
2. Bagaimana gambaran citra destinasi wisata Sumba yang terbentuk dalam konten *travel vlogger*?

### 3.3.4 *Develop A Sampling Plan* (Mengembangkan Rencana Pengambilan Sampel)

Tahap selanjutnya yaitu *develop a sampling plan*, peneliti mengembangkan rencana pengambilan sampel setelah langkah-langkah sebelumnya diselesaikan. Segala bentuk komunikasi dapat dijadikan sampel pada setiap tingkat konseptual yang sesuai. Contoh pengambilan sampel yaitu program televisi yang dapat diambil sampelnya berdasarkan jenis, saluran, sponsor, produser atau waktu tayangan. Selain itu, novel yang dapat dijadikan sampel pada satu atau sejumlah tingkatan, seperti kata, frasa, kalimat, paragraph, bab, buku atau penulis.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan teknik *purposive sampling*. *Purposive Sampling* menurut Sekaran & Bougie (2016) merupakan teknik pengambilan data yang terbatas pada tipe orang tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan peneliti, untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. *Purposive sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah *homogeneous sample*. *Homogenous sample* merupakan sampel dimana semua anggotanya memiliki sifat atau karakteristik tertentu (Fraenkel et al., 2012)

Adapun kriteria *Key Informan* dari partisipan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Merupakan *Social Media Influencer* yang memiliki konten *Travel Vlog* di YouTube
2. Merupakan *Travel Vlogger* non-Indonesia sehingga perspektif terhadap destinasi yang dikunjungi mempunyai pendapat dan sudut pandang yang berbeda daripada *travel vlogger* tersebut.
3. Merupakan *travel vlogger* yang menyajikan konten video dengan teknik *storytelling*
4. Memiliki jumlah *followers/subscribers* diatas 100 Ribu pada akun YouTube
5. Memiliki media sosial lain seperti *instagram* dan *tiktok*
6. Seleksi konten yaitu konten *Travel Vlogger* yang membuat Vlog ke Sumba

7. Memiliki lebih dari 3 konten *travel vlog* ke Sumba
8. Video yang dipilih adalah video yang sudah di-*publish* mulai tahun 2022
9. Video yang dipilih merupakan video yang diambil secara langsung oleh *travel vlogger* saat berada di Sumba

Berdasarkan kriteria di atas, ditahun 2022 sudah terdapat beberapa akun *travel vlogger* yang membuat konten *vlog* ke Sumba di aplikasi *youtube*, yaitu:

**TABEL 3. 2**  
**YOUTUBE CHANNEL TRAVEL VLOGGER NON INDONESIA YANG**  
**MEMBUAT KONTEN VLOG KE SUMBA PADA TAHUN 2022 DI YOUTUBE**

Nama YouTube Channel	Nama Influencer	Subscribers	Asal Negara	Akun TikTok	Akun Facebook	Akun Instagram	Jumlah Konten Vlog ke Sumba
<i>Gypsy in Sneakers</i>	Susan	249K <i>Subscribers</i>	Belanda	155.5K <i>followers</i>	619 <i>followers</i>	144K <i>followers</i>	7
<i>Mikevisuals</i>	Michael Gray	143K <i>Subscribers</i>	Inggris	10.3K <i>followers</i>	384 <i>followers</i>	263K <i>followers</i>	1
<i>Eryn Krouse</i>	Eryn Krouse	294K <i>Subscribers</i>	California	7.4K <i>followers</i>	-	179K <i>followers</i>	1

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan data diatas, subjek utama yang sesuai dengan kriteria dan digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik akun YouTube *Gypsy in Sneakers* yaitu Susan yang memiliki subscriber sejumlah 249 Ribu. Akun *Gypsy in Sneakers* menjadi salah satu akun *YouTube* yang berfokus pada penyampaian informasi serta berbagi pengalaman terkait dengan pariwisata. Akun *Gypsy in Sneakers* menyampaikan semua informasi dan pengalamannya dengan cara naratif dan persuatif yang memungkinkan khalayak tertarik dengan informasi yang disampaikan. Selain itu, konten yang dibagikan di akun *Gypsy in Sneakers* ini memilikivisual dengan editing video yang menarik dan seringkali menjalin kerjasama dengan *Travel Agent* salah satunya saat ia melakukan Trip ke Sumba.

Fitra Fadya Iswanto, 2024

*Analisis Konten Travel Vlog sebagai Media Digital Storytelling dalam Membentuk Citra Pariwisata Sumba*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Adapun konten yang telah dipilih dan akan diteliti yaitu:

**TABEL 3. 3**  
**KONTEN VIDEO YANG DIPILIH BERDASARKAN PADA TAHUN 2022**

No.	Judul Vlog	Durasi Video	Sumber Data	Jenis Data	Viewers	Like	Tanggal Unggahan
1.	<i>First impressions of WILD Sumba Island, Indonesia - Day 1</i>	20:37	<i>YouTube</i>	Sekunder	142 Ribu	5.1 Ribu	26 Juni 2022
2.	<i>We explored WEST SUMBA   Fairytale land is REAL - Day 2 Indonesia Trip</i>	15:07	<i>YouTube</i>	Sekunder	66 Ribu	3.3 Ribu	6 Juli 2022
3.	<i>We Crossed WEST to EAST SUMBA / Sumba Island Indonesia - Day 3</i>	20:56	<i>YouTube</i>	Sekunder	39 Ribu	1.9 Ribu	17 Juli 2022
4.	<i>We explored EAST SUMBA - This is the most remote place I've been!   Day 4</i>	18:19	<i>YouTube</i>	Sekunder	63 Ribu	3.1 Ribu	31 Juli 2022
5.	<i>No one has traveled here! - SUMBA ISLAND'S Hidden Gems - Day 5</i>	17:47	<i>YouTube</i>	Sekunder	76 Ribu	2.7 Ribu	10 Agustus 2022

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

### 3.3.5 *Formulate Coding Categories* (Merumuskan Kategori Pengkodean)

Tahap kelima yaitu *Formulate Coding Categories*, yaitu tahap dimana peneliti perlu merumuskan kategori yang relevan setelah peneliti mendefinisikan setepat mungkin aspek konten apa yang akan diteliti. Kategori yang digunakan harus sangat akurat agar peneliti lain dapat menggunakannya untuk memeriksa materi dan mendapatkan hasil yang sama secara substansial yaitu menemukan frekuensi yang sama di setiap kategori.

Data yang dikategorikan dalam penelitian ini meliputi konten *travel vlog* di YouTube yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Setelah konten tersebut terkumpul, peneliti mengurutkan video sesuai dengan tanggal diunggahnya konten di YouTube. Kemudian peneliti membuat transkrip, dimana



dalam transkrip tersebut peneliti mengkategorikan kembali dengan mengkodekan sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Hal ini tentunya mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya bila diperlukan selama proses penelitian berlangsung.

### 3.3.6 *Analyze Data*

Pada tahap *analyze data* ini peneliti menganalisis data sesuai dengan kategori pada lembar *coding*. Melakukan analisis data-data temuan dengan melakukan beberapa langkah untuk mendapatkan hasil kemudian data disajikan dan diambil kesimpulan.

Data yang telah dikategorikan kemudian akan tersusun secara sistematis melalui tahapan penyajian data. Penyajian data melibatkan pengambilan data yang telah direduksi dan kemudian menampilkannya secara terorganisir. Penyajian data dapat berupa garis, bagan, matriks, diagram, grafik, frasa, dan/atau gambar. Dalam penelitian ini, penyajian data akan dilakukan dalam bentuk naratif dengan menggunakan bagan untuk mendukung penyajian data agar lebih mudah dipahami. Dengan adanya penyajian data, maka akan mempermudah peneliti dalam memberikan informasi yang dimaksud sehingga membantu peneliti dalam menjelaskan secara detail data yang akan dianalisis.

Pada tahap pengambilan kesimpulan yang dilakukan peneliti adalah memberikan kesimpulan terhadap analisis/penafsiran data dan evaluasi kegiatan yang mencakup pencarian makna serta pemberian penjelasan dari data yang telah diperoleh. Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap, yang pertama menyusun simpulan sementara, tetapi dengan bertambahnya data maka perlu dilakukan verifikasi data, yaitu dengan cara mempelajari kembali data-data yang ada. Kedua, menarik simpulan akhir setelah kegiatan pertama selesai. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan yang didapatkan dari hasil coding dengan makna yang terkandung dalam pertanyaan peneliti secara konseptual.

### 3.4 Tahapan *Coding*

Kode dalam penelitian kualitatif dapat berupa kata atau frasa pendek yang secara simbolis memberikan atribut sumatif, menonjol, menangkap esensi atau menggugah untuk sebagian data berbasis bahasa atau visual (Saldaña, 2014). Data tersebut dapat berupa transkrip wawancara, catatan lapangan observasi partisipan, jurnal, dokumen, gambar, artefak, foto, video, situs internet, korespondensi email, literatur, dan sebagainya. Kode kualitatif dapat bersifat deskriptif ataupun interpretative dan biasanya dihasilkan secara *apriori* (pengodean selektif) atau muncul secara induktif (pengodean terbuka) dari data (Fraenkel et al., 2012).

Tahapan *coding* bersifat manual berfokus secara eksklusif pada kode dan pengkodean, serta bagaimana mereka berperan dalam proses analisis data kualitatif. Bagi penelitian baru, analisis data kualitatif dengan *manual coding* membantu menyajikan metode pengkodean lebih luas, mudah, dan dapat memberikan informasi tambahan yang ditemukan dalam transkrip untuk dikutip lebih detil (Saldaña, 2013). Penelitian ini mengacu pada tahapan penelitian *coding* yang dikembangkan oleh Mahpur (2017) yaitu:

1. Menyiapkan Data Mentah menjadi Verbatim

Data yang sudah terkumpul bukan data mentah, seperti rekaman, video, gambar, corat-corek observasi atau jenis data mentah lainnya. Data yang akan dikoding adalah data yang sudah berbentuk kata-kata atau sekumpulan tanda yang sudah peneliti ubah dalam satuan kalimat atau tanda lain yang bisa memberikan gambaran bahasa dan visual. Jika data yang ditemukan berbentuk video, dibutuhkan transkrip audio agar peneliti mendapat secara langsung paparan percakapan selain melihat secara bersamaan fakta gerak visual video. Koding dalam konteks video akan diproses lebih kompleks, tidak hanya mencatat hasil pengamatan data visual, tetapi isi percakapannya juga.

2. Pemadatan Fakta

Setelah data terbangun, peneliti menuju langkah selanjutnya yaitu melakukan pemadatan fakta. Pemadatan fakta bertujuan memperoleh fakta-fakta psikologis dari data yang sudah terkumpul untuk dipilah “perfakta secara

terpisah-pisah” bukan diinterpretasikan dalam sebuah narasi pendek. Pemadatan fakta dapat diambil dari seluruh data, baik dari transkrip hasil wawancara, catatan lapangan, video, dokumentasi dan data lain yang ada. Pemadatan fakta tidak lain adalah merekonstruksi kalimat subyek menjadi kalimat yang tertata dengan baik dan dapat memudahkan peneliti untuk memahami makna penuturan subyek. Hal ini dimaklumi bahwa bahasa verbal akan berbeda dengan bahasa tulis. Oleh karena itu, pemadatan fakta digunakan untuk memudahkan peneliti menangkap makna sebuah kalimat yang dituturkan subyek dan diubah menjadi kata, frase, atau kalimat baku.

### 3. Menyiapkan Probing untuk Pendalaman Data

*Probing* dilakukan untuk mendapatkan *cross-check* data ke subyek dengan tujuan agar fakta-fakta psikologis lebih akurat dan mendalam. *Probing* menjadi siklus pendalaman data sehingga data sudah dianggap jenuh (*exhausted*) dan dengan demikian peneliti mencukupkan penggalan data. Pada tahap *probing* ini, peneliti dapat membuat catatan kecil untuk didalami. Catatannya dapat berupa pertanyaan wawancara lanjutan sehingga peneliti akan mendapatkan data yang lebih mendalam. Data yang mendalam sangat dibutuhkan bagi peneliti kualitatif karena akan menambah kredibilitas analisis dan semakin menunjukkan keunikan hasil penelitian.

### 4. Pengumpulan Fakta Sejenis

Pengumpulan fakta sejenis dilakukan untuk mengetahui kualitas psikologis yang sudah diperoleh dari data verbatim wawancara atau lainnya. Pengumpulan fakta sejenis membantu peneliti melakukan sistematisasi kategorisasi dan pada akhirnya menemukan tema-tema kunci sebagai bahan menarasikan data. Tahapan ini juga membantu peneliti untuk mengetahui apakah data yang diperoleh sudah mendalam, mencerminkan data triangulasi, data dianggap mencukupi atau belum sehingga dibutuhkan pendalaman data. Selain itu, pengumpulan fakta sejenis dapat membantu peneliti untuk mengukur kredibilitas dan keandalan data kualitatif.

Peneliti dalam pengumpulan fakta sejenis akan mengetahui bahwa data dengan kategori tertentu dianggap sudah cukup mewakili kesimpulan analisis atau masih terasa kering sehingga perlu didalami lagi. Pengumpulan fakta sejenis dapat membantu peneliti melakukan investasi pertanyaan pendalaman (*probing*). Jika peneliti sudah mengumpulkan fakta sejenis, maka peneliti akan mampu melihat tingkat kemendalaman temuan penelitian dan dapat menentukan apakah kumpulan fakta kemudian dapat dijadikan analisis atau tidak.

#### 5. Menentukan Kategorisasi

Jika pengumpulan fakta sejenis dilakukan dan peneliti sudah mendapatkan fakta yang mendalam dan meluas, peneliti akan memperoleh gambaran data berbasis fakta secara visual. Oleh karena itu dari kumpulan pemadatan fakta sejenis dan kesimpulan interpretasi, peneliti akan dapat membuat kategorisasi. Kategorisasi dapat diartikan sebagai kesimpulan analisis setelah peneliti melihat kumpulan fakta dan kesalinghubungan diantara fakta. Kesalinghubungan fakta ini juga akan dibantu kode interpretasi sehingga pembuatan kata, frase atau kalimat kategorisasi akan betulbetul mencerminkan varian fakta sejenis.

#### 6. Membangun Konsep dan Menarasikan

Ketika peneliti sudah mendapatkan banyak kategorisasi, maka tugas selanjutnya memilih kebutuhan yang utama yaitu kategorisasi apa saja yang paling penting menjawab masalah penelitian. Jika temuan kategorisasi kemudian tidak sejalan dengan masalah awal penelitian berarti seorang peneliti harus memihak temuan fakta di lapangan. Pada penelitian kualitatif, konfirmasi ide penelitian dengan fakta dilapangan dibutuhkan agar penelitian kita tidak hanya menarik di ide peneliti dengan sejumlah pijakan literatur tetapi tidak berkesinambungan dengan realitas di lapangan karena diksi, bahasa, budaya, dan setting penelitian boleh jadi tidak ditemukan di referensi atau sebagaimana yang dibayangkan oleh peneliti sebelumnya. Namun jika sudah menemukan banyak kategorisasi, maka peneliti bisa mengumpulkan kategorisasi secara sistematis dan menggabungkan diantara kategorisasi-kategorisasi yang berhubungan menjadi satu kesatuan tema atau konsep. Untuk itu narasi yang dibangun oleh

peneliti didasari oleh pemetaan secara sistematis makna-makna yang saling berhubungan yang dibangun peneliti sehingga narasi utuhnya akan menjadi gagasan tematik dan pada akhirnya membentuk rangkaian teori-teori.

### 3.5 Keabsahan Data

Penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Pada penelitian ini, teknik pemeriksaan keabsahan data akan dilakukan dengan triangulasi. Adapun triangulasi ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai cara dan berbagai waktu (Barlian, 2016). Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif yang digunakan untuk mencapai standar memiliki empat kriteria, yaitu:

a. Kepercayaan (*credibility*)

Pemenuhan kriteria ini dilakukan dengan pengecekan kesesuaian antara hasil pengamatan dan realitas di lapangan melalui proses konfirmasi oleh *content creator*. Pada observasi langsung kepada *content creator*, yaitu pemilik akun YouTube *Gypsy In Sneakers* ia bersedia memberikan beberapa konfirmasi terkait fakta di lapangan. Pemeriksaan derajat kepercayaan dilakukan dengan beberapa kriteria sebagai berikut:

1) Keikutsertaan peneliti dalam proses penelitian

Keikutsertaan peneliti dalam proses pencarian data adalah mutlak dan tidak dapat diwakilkan. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin peneliti terlibat dalam proses pencarian data, disesuaikan bahwa data yang dihasilkan dalam penelitian akan semakin baik (*valid*).

2) Ketentuan Pengamatan

Ketentuan pengamatan dimaksudkan untuk mengetahui ciri-ciri, dan unsur, serta situasi yang sangat relevan dengan persoalan yang diteliti, untuk memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Ketentuan pengamatan yang dilakukan dalam peneliti bertujuan untuk mendapatkan kedalaman penelitian mengenai konten video *travel vlog* sebagai media digital *storytelling* dalam membentuk citra destinasi. Penelitian dilakukan dengan

menganalisis konten video *travel vlog* milik Gypsy In Sneakers selama di Sumba.

3) Kecakupan referensial

Kecakupan referensial merupakan keseluruhan bahan yang tercatat atau terekam yang sewaktu-waktu dapat digunakan sebagai patokan dalam menguji atau analisis data

b. Keteralihan (*transferability*)

Laporan hasil penelitian ini ditulis dengan secara rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya sehingga hasil penelitian ini mudah dipahami dan diterapkan oleh pembaca.

c. Kebergantungan (*dependability*)

Untuk menghindari kesalahan dalam memformulasikan hasil penelitian, dilakukan konsultasi dengan berbagai pihak untuk ikut memeriksa proses penelitian yang dilakukan peneliti, agar temuan peneliti dapat dipertahankan dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pihak yang ikut memeriksa yaitu dosen pembimbing pada penelitian ini.

d. Kepastian (*confirmability*)

Konfirmabilitas dalam penelitian dilakukan bersamaan dengan dependabilitas. Perbedaannya terletak pada orientasi penilaian. Konfirmabilitas digunakan untuk menilai hasil penilaian. Konfirmabilitas dilakukan dengan peneliti dengan mengonfirmasi hasil penelitian dengan *content creator* atau pemilik akun YouTube Gypsy In Sneakers

Pada penelitian ini, peneliti menganalisis 5 unggahan *travel vlog* milik akun Gypsy in Sneakers di Youtube yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana konten *travel vlog* sebagai media digital *storytelling* membentuk citra destinasi dan bagaimana citra destinasi yang terbentuk dalam konten *travel vlog* tersebut.