

BAB III

METODE PENELITIAN

Shah, Corley, dan Silverman (dalam Civanga & Monyai, 2021) mendefinisikan metode penelitian yang digunakan dalam ilmu sosial sebagai rangkaian teknik interpretatif yang bertujuan untuk menemukan makna di balik fenomena tertentu dalam dunia sosial. Pemilihan metode penelitian harus disesuaikan dengan masalah penelitian untuk mengembangkan instrumen penelitian yang tepat, sehingga dapat menghasilkan data yang bermakna dalam konteks topik yang diteliti. Pada subbab metode penelitian, peneliti akan memaparkan tahapan-tahapan metodologis yang akan dilaksanakan dalam penelitian ini. Tahapan metodologis dalam bab ini terbagi menjadi enam subbab. Rincian pembahasan dari enam subbab tersebut adalah desain penelitian, partisipan dan tempat penelitian, pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan langkah-langkah etis yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini.

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Penelitian kualitatif adalah sarana untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok yang berkaitan dengan masalah sosial atau manusia (Creswell, 2009). Definisi lain telah menjelaskannya secara lugas dan komprehensif, dengan menyatakan bahwa studi tentang pengalaman manusia tentang orang lain dan/atau diri sendiri dalam tindakan sosial dan situasi reflektif adalah inti dari penelitian kualitatif yang mencakup berbagai pendekatan dan metode, seperti wawancara, pengamatan, catatan lapangan, serta materi tertulis dan visual (Saldana dalam Xiong, 2022).

Dalam penelitian ini, peneliti berupaya mengeksplorasi dan memahami persepsi khalayak terhadap suatu fenomena. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengungkap bagaimana khalayak menerima dan memaknai pesan atau konten *branding* politik. Khalayak tidak hanya bertindak sebagai penerima pasif, tetapi juga secara aktif membentuk makna pesan melalui pandangan, pengalaman pribadi, budaya, serta latar belakang masing-masing. Hal ini mencakup penerimaan pesan, pandangan, emosi, dan reaksi subjektif para pengikut akun

Instagram @hengkykurniawan terhadap *branding* politik yang dilakukan Hengky Kurniawan di Instagram pribadinya.

Berdasarkan uraian di atas, maka pendekatan kualitatif sangat esensial digunakan dalam penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan penelitian ini memiliki keselarasan dengan definisi-definisi serta karakteristik pada pendekatan kualitatif yang telah dipaparkan. Dimana tujuan dari penelitian ini berupaya untuk mengungkapkan bagaimana resepsi atau pemaknaan khalayak terhadap politik *branding* politisi di media sosial Instagram. Sehingga, dengan pendekatan kualitatif pemaknaan tersebut dapat diungkapkan secara mendalam. Selaras dengan pendapat Bryman (dalam Anas, 2022) yang memandang bahwa pendekatan kualitatif lebih tepat digunakan ketika peneliti mengeksplorasi subjek tentang apa yang dia lakukan. Misalnya ketika peneliti ingin memahami, motif, alasan, dan lain sebagainya.

Sebagai upaya untuk mencapai tujuan penelitian tersebut pendekatan saja tidak cukup, maka penelitian ini turut menerapkan metode studi kasus. Metode studi kasus umumnya digunakan pada penelitian kualitatif untuk menjawab fokus pertanyaan dengan pertanyaan mendalam. Studi kasus juga menyelidiki masalah-masalah yang sedang terjadi. Studi kasus juga menargetkan untuk mendapatkan sumber yang kaya akan informasi untuk untuk mendapat pemahaman mendalam (Bhattacharya, 2017).

Studi kasus adalah strategi penyelidikan di mana peneliti mengeksplorasi secara mendalam sebuah program, peristiwa, aktivitas, proses, atau satu atau lebih individu. Kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan informasi rinci menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode waktu yang berkelanjutan (Stake dalam Creswell, 2009). Metode ini sangat cocok digunakan dalam penelitian ini, karena penelitian ini berfokus pada satu entitas atau kelompok spesifik, yaitu pengikut akun Instagram @hengkykurniawan di Kecamatan Gununghalu. Fenomena resepsi terhadap *branding* politik yang dilakukan oleh Hengky Kurniawan di media sosial, khususnya di wilayah Kabupaten Bandung Barat dengan latar belakang politik yang unik, membutuhkan pendekatan yang mampu menangkap dinamika sosial dan budaya yang kontekstual.

Rana Raniah Maharani, 2024

**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP BRANDING POLITIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(STUDI KASUS PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @HENGKYKURNIAWAN DI KECAMATAN
GUNUNGHALU)**

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

Studi kasus dianggap cocok digunakan untuk penelitian ini karena studi kasus memiliki paradigma yang mengakui pentingnya penciptaan makna yang subjektif, tetapi tidak menolak beberapa gagasan objektivitas (Baxter dan Jack, 2010). Dalam konteks ini, peneliti berupaya mengeksplorasi bagaimana khalayak di Kecamatan Gununghalu membentuk persepsi mereka terhadap pesan-pesan politik Hengky Kurniawan di Instagram, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang sosial, budaya, dan politik lokal. Dengan demikian, metode studi kasus tidak hanya memungkinkan penelitian ini untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang resepsi khalayak, tetapi juga mampu menggabungkan sudut pandang subjektif setiap individu dalam memahami *branding* politik Hengky Kurniawan di media sosial.

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

Pada subbab ini terbagi menjadi dua bagian. Pada bagian pertama, peneliti akan memaparkan informasi dan landasan pemilihan informan yang akan berpartisipasi dalam penelitian ini. Kemudian pada bagian kedua, akan memaparkan informasi mengenai pemilihan tempat atau lokasi dimana peneliti melaksanakan penelitian

3.2.1 Partisipan

Partisipan dalam penelitian kualitatif berfokus pada pengumpulan data dari beberapa partisipan untuk mengembangkan eksplorasi mendalam tentang topik penelitian (Clark dan Creswell, 2015). Sebagaimana telah dijelaskan pada bab satu khususnya pada sub bab latar belakang, bahwa subjek dalam penelitian ini yaitu pengikut akun Instagram @hengkykurniawan yang berdomisili di Kecamatan Gununghalu. Subjek penelitian tersebut merupakan partisipan primer atau utama yang berperan langsung dalam memberikan persepsi terhadap *branding* politik Hengky Kurniawan di media sosial Instagram. Penelitian ini hanya menggunakan partisipan primer yaitu pengikut akun Instagram @hengkykurniawan karena hal tersebut sesuai dengan fokus penelitian yang berfokus pada pemahaman langsung dari penerima pesan tanpa memerlukan informan pelengkap atau partisipan sekunder.

Penentuan informan atau sebagai subjek penelitian, peneliti menggunakan teknik *criterion sampling*. *Criterion sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang meninjau dan mempelajari kasus yang memenuhi kriteria signifikan yang telah ditentukan sebelumnya. Teknik ini umumnya digunakan sebagai upaya menjamin mutu (Patton dalam Kelly, 2011). Berlandaskan pada teknik tersebut, maka peneliti menetapkan beberapa kriteria informan yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kriteria Informan

Kriteria Informan
● Aktif menggunakan media sosial Instagram minimal 3 bulan kebelakang.
● Mengikuti akun Instagram @hengkykurniawan
● Berdomisili di Kecamatan Gununghalu Kabupaten Bandung Barat
● Berusia 18-34

Sumber: Arsip Peneliti, 2024.

Mengenai proses perekrutan informan dalam penelitian ini terbagi menjadi beberapa tahapan. **Tahap pertama**, peneliti akan melakukan penyusunan nama-nama calon informan berdasarkan informasi yang peneliti ketahui di media sosial Instagram. **Tahap kedua**, peneliti akan menelusuri beberapa informasi di media sosial Instagramnya, apakah mereka aktif menggunakan media sosial Instagram atau tidak. Bagi mereka yang teridentifikasi aktif menggunakan media sosial Instagram, selanjutnya memastikan bahwa yang mereka mengikuti akun Instagram @hengkykurniawan melalui fitur pencarian akun yang diikuti.

Setelah kedua kriteria tersebut terpenuhi, peneliti akan masuk pada **tahap ketiga** yaitu menghubungi calon informan melalui fitur pesan langsung (*direct message*) Instagram. Dalam kesempatan tersebut, peneliti akan menyampaikan identitas diri, maksud dan tujuan menghubungi yang bersangkutan. Melalui pesan tersebut peneliti akan bertanya mengenai alamat domisili dan usia. Hal tersebut dilakukan guna memastikan bahwa kriteria ketiga dan keempat terpenuhi. Apabila keseluruhan kriteria sudah terpenuhi, peneliti akan menyampaikan maksud dan tujuan dari penelitian serta meminta izin untuk ketersediaan menjadi informan

dalam penelitian ini. Guna memperkuat kredibilitas penelitian, peneliti juga melampirkan surat izin penelitian.

Setelah calon informan menyetujui ketersediaan untuk menjadi partisipan dalam penelitian ini. **Tahap keempat** sebagai tahap perekrutan terakhir, peneliti dan informan akan berkoordinasi untuk melakukan penjadwalan berkaitan dengan tempat dan waktu pelaksanaan wawancara. Guna merampungkan proses pemilihan partisipan penelitian ini, peneliti akan mengajukan lembar persetujuan dalam bentuk *word (document)* melalui ruang pesan pribadi pada aplikasi *WhatsApp*. Sebagai bentuk persetujuan, para informan akan menandatangani mereka pada lembar persetujuan tersebut.

Jumlah partisipan sebagai informan dalam penelitian ini berkisar pada 4 atau lima informan. Hal tersebut didasarkan pada rujukan yang mengatakan bahwa untuk penelitian dengan metode studi kasus ukuran sampel bisa mengambil kisaran 4 hingga 5 kasus (Creswell, 2013). Berikut data partisipan primer yang telah ditentukan dalam penelitian ini.

Tabel 3.2 Data Informan

No	Nama	Usia	P/ L	Pendidikan	Pekerjaan	Frekuensi Memilih
1	Bayu D. P.	25	L	S1	Tenaga Pendidik	2 Kali
2	Tubagus F.	23	L	S1	Tidak Bekerja	2 Kali
3	Ila Agustin	24	P	S1	Tidak Bekerja	2 Kali
4	M. N. Ikhsan	21	L	SMA	Mahasiswa	1 Kali

Sumber: Arsip Peneliti, 2024.

3.2.2 Tempat Penelitian

Tempat atau lokasi penelitian ini akan dilakukan yaitu di Kecamatan Gununghalu, Kabupaten Bandung Barat. Selain karena tempat tersebut merupakan bagian dari daerah yang dipimpin oleh Hengky Kurniawan pada masa jabatannya sebagai bupati Kabupaten Bandung Barat periode sebelumnya. Pemilihan tempat tersebut juga dilandasi oleh data bahwa Kecamatan Gununghalu menjadi

Rana Raniah Maharani, 2024
**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP BRANDING POLITIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
 (STUDI KASUS PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @HENGKYKURNIAWAN DI KECAMATAN
 GUNUNGHALU)**

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

kecamatan dengan perolehan suara terendah bagi pasangan Aa Umbara dan Hengky Kurniawan pada pilkada 2018.

Fakta ini menjadikan Kecamatan Gununghalu sebagai wilayah yang menarik untuk diteliti dalam konteks mengeksplorasi penerimaan khalayak terhadap *branding* politik Hengky Kurniawan di media sosial Instagram. Hal ini semakin relevan karena Hengky Kurniawan saat ini menjadi salah satu kandidat dalam Pilkada 2024 untuk memperebutkan kursi Bupati Kabupaten Bandung Barat di periode mendatang.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena hal tersebut merupakan tujuan dari penelitian. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka data yang akan didapat tidak akan tepat dan tidak memenuhi standar sehingga akan berpengaruh pada kualitas hasil penelitian (Sugiyono, 2013). Maka dari itu, dalam pengumpulan data lapangan, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan informan utama dan data sekunder diperoleh dari pengumpulan data dokumentasi beberapa unggahan di Instagram @hengkykurniawan.

4.3.1 Wawancara

Dalam penelitian ini, data akan dikumpulkan menggunakan teknik wawancara secara mendalam (*in-depth interview*). Peneliti meyakini bahwa untuk mengetahui resepsi atau pemaknaan individu terhadap sesuatu dapat diperoleh melalui wawancara mendalam. Hal tersebut selaras dengan penjelasan Klave (dalam Alamri, 2018) yang mengatakan bahwa tujuan dari penggunaan teknik wawancara yaitu untuk mendapatkan perspektif informan dengan menginterpretasikan makna dari fenomena yang dijelaskan.

Terkait dengan teknis pelaksanaan wawancara, peneliti akan menggunakan teknik wawancara semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur bertujuan untuk menemukan informasi mengenai suatu masalah secara terbuka di mana partisipan atau informan akan diminta untuk menyampaikan pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2019). Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi

informasi yang lebih mendalam, karena teknik ini memberikan keleluasaan bagi informan dalam menjawab, dan memungkinkan adanya diskusi yang lebih dinamis.

Pada tahap ini, peneliti tetap menyediakan panduan wawancara yang berisi daftar pertanyaan dan tema yang akan didiskusikan. Meskipun peneliti memiliki daftar pertanyaan, namun urutan pertanyaannya dapat mengikuti alur percakapan yang memungkinkan peserta mengeksplorasi masalah yang mereka rasa penting dan dalam urutan yang masuk akal bagi mereka. Tidak hanya itu pertanyaan yang diajukan bisa saja bukan pertanyaan yang ada dalam daftar pertanyaan sebelumnya (Osborne dan Grant-Smith, 2021).

Awalnya, wawancara akan dilakukan secara langsung atau tatap muka di lokasi penelitian. Namun, ada beberapa informan yang tidak bisa melakukan wawancara secara tatap muka langsung karena faktor kesibukan dan jarak yang tidak memungkinkan. Maka dari itu, peneliti dengan persetujuan informan menggunakan alternatif lain yaitu dengan melakukan wawancara melalui aplikasi zoom meeting. Sebelum wawancara dimulai, peneliti akan meminta izin untuk merekam suara guna menyimpan hasil dan bisa didengarkan kembali pada tahap analisis data.

Saat wawancara berlangsung, peneliti juga menggunakan metode wawancara elisitasi. Wawancara elisitasi merupakan Teknik ini bertujuan untuk menangkap pengalaman hidup nyata dari individu, termasuk aspek-aspek hedonistik, emosional, dan sensorik, sambil mengurangi potensi bias yang mungkin muncul akibat penilaian atau interpretasi yang dilakukan setelah kejadian (Hogan dan Hinrichs, 2016). Artinya, pada saat wawancara peneliti akan memperlihatkan beberapa unggahan dari Instagram @hengkykurniawan. Tujuannya adalah untuk merangsang kembali ingatan informan mengenai objek yang akan diteliti. Dengan cara ini, peneliti dapat menggali jawaban yang lebih mendalam dan kaya mengenai persepsi informan terhadap konten branding politik yang disajikan di media sosial Instagram Hengky Kurniawan.

4.3.2 Studi Dokumentasi

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan studi dokumen dilakukan untuk mendapatkan data sekunder data studi dokumentasi sangat signifikan digunakan

Rana Raniah Maharani, 2024

*ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP BRANDING POLITIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(STUDI KASUS PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @HENGKYKURNIAWAN DI KECAMATAN
GUNUNGHALU)*

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

dalam strategi penelitian studi kasus. Dalam hal ini, peneliti akan mengumpulkan dokumentasi berupa foto, video, tulisan (*caption*) pada unggahan Instagram @hengkykurniawan yang relevan dengan indikator yang telah ditentukan. Unggahan yang dikumpulkan yaitu dari unggahan yang mendeklarasikan bahwa Hengky akan maju di Pilkada 2024 terhitung dari tanggal 5 Juni hingga 12 Juni 2024. Peneliti mengambil 5 unggahan yang memiliki relevansi dengan indikator yang telah ditentukan dan jumlah komentar yang paling banyak. Berikut ini data dokumentasi yang telah dikumpulkan peneliti.

Tabel 3.3 Kumpulan Dokumentasi Unggahan Instagram @hengkykurniawan
(5 Juni 2024-12 Juni 2024)

Waktu Akses	Waktu Unggahan	Link Unggahan Instagram	Jumlah Viewers dan Komentar
14 Juni 2024	5 Juni Januari 2024	https://www.instagram.com/reel/C8GgJD-vnTs/?igsh=ODdlOTg1N3pyajZr	• Viewers: - • Komentar: 266
14 Juni 2024	7 Juni 2024	https://www.instagram.com/reel/C8B7rdcPGpu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	• Viewers: 99,7 ribu • Komentar: 161
14 Juni 2024	10 Juni 2024	https://www.instagram.com/p/C8Gkug5vzSa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	• Like: 74,5 ribu • Komentar: 61
14 Juni 2024	12 Juni 2024	https://www.instagram.com/p/C70kEDKPtAr/	• Like: 107 ribu

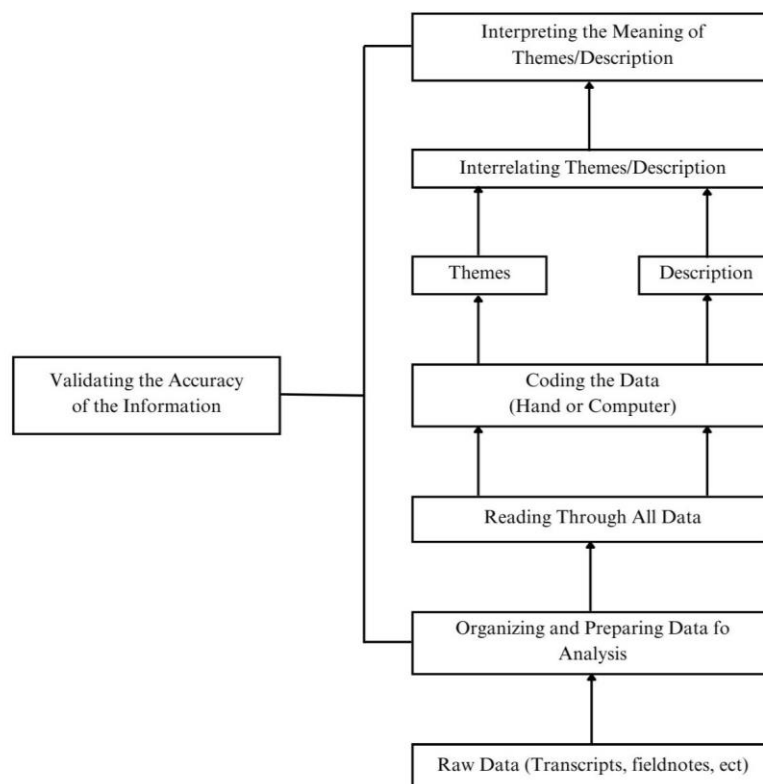
		?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	• Komentar: 88
14 Juni 2024	12 Juni 2024	https://www.instagram.com/reel/C8B7rdcPGpu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	• Viewers: 111 ribu • Komentar: 358

Sumber: Arsip Peneliti, 2024

3.4 Analisis Data

Pada sub-bab ini, peneliti memaparkan langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini. Adapun definisi analisis data dalam konteks penelitian kualitatif adalah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data kualitatif memungkinkan peneliti untuk mencapai beberapa tujuan yaitu untuk menggambarkan suatu fenomena secara lebih detail dan mendalam, untuk mengeksplorasi kondisi yang berbeda, dan mengembangkan teori fenomena yang diteliti dari analisis bahan empiris (Mezmir, 2020).

Tidak hanya itu, analisis data dalam penelitian kualitatif juga bersifat induktif yang berarti analisis berusaha untuk mengidentifikasi kategori penting pada data, seperti pola dan hubungan melalui proses penemuan (Schutt dan Chambliss, 2013). Lebih lanjut, analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengikuti tahapan analisis data kualitatif Creswell (2013) yang membentuk pola, kategori dari bawah ke atas (*bottom-up*) melalui beberapa langkah seperti pada gambar berikut.



Gambar 3.1 Analisis Data Kualitatif

Sumber: Creswell (2018)

Pertama, menyiapkan data penelitian yang akan dianalisis. Setelah peneliti melakukan transkrip data hasil wawancara yang telah direkam ataupun catatan-catatan lainnya yang peneliti dapatkan pada saat wawancara berlangsung. Selanjutnya data tersebut diatur dan disortir untuk dianalisis lebih lanjut. Data tersebut kemudian disajikan dalam bentuk tabel. **Kedua**, peneliti akan membaca secara keseluruhan hasil transkrip untuk lebih mengenai dan familiar dengan data sehingga dapat memberikan gambaran secara umum dari interpretasi informan. Dalam proses ini, peneliti akan memperhatikan kategori-kategori awal yang telah di tentukan dari penelitian terdahulu yaitu kategori utama dalam *branding* politik yang terdiri dari personalitas, penampilan dan pesan kunci politik.

Ketiga, yaitu koding data. Pengkodean merupakan operasi yang dilakukan untuk mengidentifikasi segmen makna data dan memberikan label pada data tersebut dengan sebuah kode, yang didefinisikan sebagai “sebuah kata atau frasa

pendek yang secara simbolis memberikan atribut sumatif, menonjol, menangkap esensi, dan/atau mengunggah untuk suatu bagian dari data berbasis bahasa atau visual” (Saldana dalam Linneberg dan Korsgaard, 2019). Dalam hal ini, peneliti lebih fokus memberikan label atau kode pada setiap kalimat atau paragraf.

Keempat, yaitu pentemaan. Setelah peneliti mendapatkan kode-kode pada langkah sebelumnya, peneliti meninjau data yang telah dikodekan untuk mengidentifikasi tema-tema pada koding tersebut. Pentemaan yaitu suatu proses di mana peneliti mengidentifikasi tema. Pada siklus pertama koding data, peneliti melakukan pengorganisasian data dengan memberikan tanda kurung pada dan memberi pengkodean pada setiap kalimat atau paragraf.

Kelima, menginterpretasikan tema dan deskripsi yang akan disajikan dalam bentuk pemaparan temuan-temuan penelitian. Pemaparan tersebut, peneliti lakukan dengan cara mengelaborasi narasi temuan penelitian dengan kutipan-kutipan wawancara.. Selain itu disajikan dalam bentuk naratif, penyajian data juga akan didukung dengan matrik, atau sejenisnya. Hal ini dilakukan untuk memahami apa yang terjadi mengenai persepsi informan terhadap *branding* politik Hengky Kurniawan di media sosial Instagram.

3.5 Uji Keabsahan Data

Guna menjamin keaslian dan keabsahan dari instrumen dan hasil penelitian, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan uji reliabilitas. Validitas merupakan salah satu penguatan dalam penelitian untuk menentukan apakah hasil temuan-temuannya akurat dari berbagai sudut pandang (Creswell dan Creswell, 2018). Dengan demikian data dikatakan valid apabila tidak adanya perbedaan antar data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya dari subjek penelitian. Adapun cara yang dipilih oleh peneliti untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini yaitu triangulasi dan *memberchek*.

3.5.1 Triangulasi

Triangulasi pada dasarnya bertujuan untuk memvalidasi hasil penelitian. Ini juga dilakukan untuk menggambarkan bagaimana peneliti memanfaatkan semua pendekatan dan mengekstrak informasi yang diperlukan serta menganalisis temuan secara kritis (Social Science Research Laboratory dalam Akutey dan

Tiimub, 2021). Dari beberapa cara triangulasi, peneliti menggunakan jenis triangulasi sumber. Triangulasi sumber akan dilakukan dengan mewawancarai pihak dari tim media sosial Instagram Hengky Kurniawan.

3.5.2 *Memberchek*

Membercheck merupakan proses pengulan data yang telah diperoleh oleh peneliti dari sumber data (Cresswell, 2019). Pada bagian ini, peneliti akan melakukan pengecekan ulang data kepada informan. Caranya yaitu dengan menghubungi kembali informan dan mengirimkan transkrip wawancara, untuk memastikan bahwa data yang ada sesuai dan tidak ada yang terlewat.

3.6 Isu Etik

Dalam penelitian ini, standar etis penelitian menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan dengan seksama oleh peneliti. Pelaksanaan wawancara sepenuhnya dilakukan atas dasar persetujuan dan ketersediaan informan penelitian. Sebelum menghubungi calon informan, peneliti terlebih dahulu menyiapkan surat izin penelitian dari fakultas dan surat persetujuan menjadi informan. Tahap perekrutan informan dilakukan melalui dua tahap. Pada tahap pertama, peneliti menghubungi informan melalui media sosial Instagram untuk meminta ketersediaannya menjadi informan penelitian. Pada saat yang sama peneliti juga turut menjelaskan secara rinci mengenai maksud dan tujuan penelitian ini.

Pada tahap kedua, setelah informan menyetujui ketersediaannya menjadi informan. Peneliti akan mengirimkan formulir persetujuan yang dapat ditandatangani oleh partisipan. Dalam formulir persetujuan tersebut, peneliti menyampaikan kepada partisipan mengenai hak-hak yang mereka miliki sebagai informan dan jaminan yang mereka dapatkan diantaranya adalah jaminan terkait identitas baik pribadi, jaminan keamanan serta jaminan privasi informasi yang mereka bagikan. Tidak hanya itu, sebelum proses wawancara, peneliti juga menyertakan surat izin penelitian dari fakultas sebagai bukti jika penelitian telah mendapatkan izin resmi dari pihak universitas.

Selain etika dalam proses pengambilan data, etika dalam penggunaan berbagai *Artificial Intelligence* atau AI. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan

beberapa AI yaitu *ChatGPT*, *Gemini*, *Perplexity*, dan *DeepL*. *ChatGPT*, *Gemini*, dan *Perplexity* digunakan untuk hal yang sama yaitu membantu mencari ide atau memastikan bahwa langkah-langkah penelitian yang digunakan sudah benar. Kemudian, digunakan juga untuk mencari sumber atau referensi yang relevan berupa jurnal atau buku. Sedangkan *DeepL* digunakan untuk menerjemahkan jurnal dan membantu parafase perkata untuk memperkaya kosa kata yang digunakan dalam penelitian ini.

3.7 Lini Masa Penelitian

Tabel 3.4 Lini Masa Penyusunan Proposal Skripsi

No	Uraian Kegiatan	2023			
		Maret	April	Mei	Juni
1.	Pengajuan Judul				
2.	Penyusunan Proposal Skripsi				
3.	Sidang Proposal Skripsi				

Sumber: Arsip Peneliti, 2024

Tabel 3.5 Lini Masa Penyusunan Skripsi

No	Uraian Kegiatan	2024							
		Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sept	Okt	Nov
1	Penyusunan Pedoman Wawancara								
2	Pengumpulan Data								
3	Proses Analisis Data								
4	Penyusunan BAB IV								
5	Penyusunan BAB IV								

Sumber: Arsip Peneliti, 2024.

Rana Raniah Maharani, 2024

ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP BRANDING POLITIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @HENGKYKURNIAWAN DI KECAMATAN GUNUNGHALU)

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