

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan komponen penting untuk mencapai tujuan penelitian. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian metode campuran dengan model *Social Media Engagement*. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Creswell dan Clark (2018) bahwa penelitian metode campuran merupakan bentuk penelitian yang menggunakan sudut pandang kualitatif dan kuantitatif agar mendapatkan hasil yang jelas dalam pemahaman dan pembuktiannya.

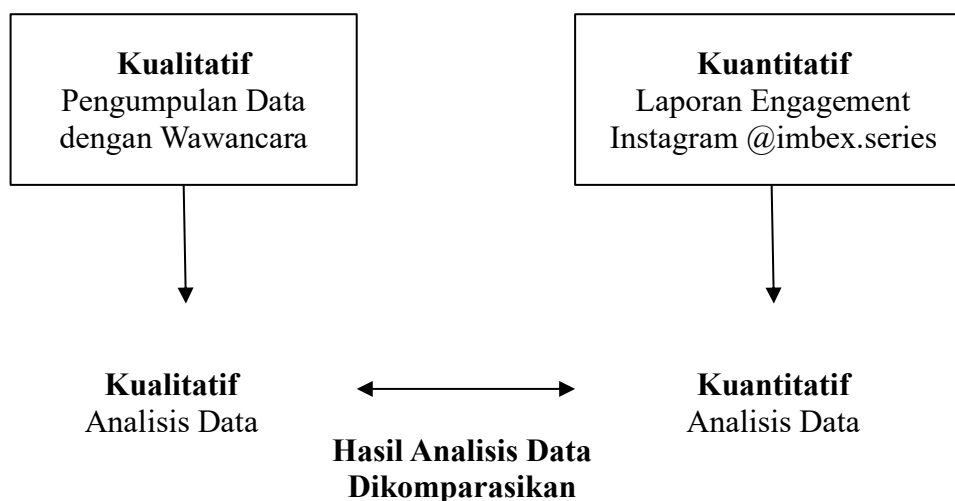
Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji mengenai keterlibatan pengguna pada konten visual Instagram @imbex.series. Berdasarkan aspek yang dikaji, peneliti memilih metode campuran karena ingin menggunakan berbagai sumber data, dan tipe data untuk memvalidasi dan menguatkan temuan. Dengan menggunakan perpaduan metode kualitatif dan kuantitatif, peneliti dapat mengeksplorasi berbagai aspek pertanyaan penelitian, sehingga mengarah pada pertanyaan yang lebih komprehensif dan analisis yang kuat.

Kemudian, agar memahami keterlibatan pengguna dengan konten visual Instagram @imbex.series, peneliti menggunakan model *Social Media Engagement* sebagai dasar penelitian. Model *Social Media Engagement* berfokus dalam keterlibatan pengguna dengan media sosial pada tingkat pengalaman individu, di mana hal ini dapat membantu peneliti dalam menggali motivasi keterlibatan pengguna dengan konten visual yang dibuat dan dibagikan di Instagram @imbex.series.

Tidak hanya itu, model ini juga mendukung peneliti untuk melihat seberapa intens keterlibatan pengguna pada konten visual Instagram @imbex.series. Selaras dengan Peet dan Haase (2016) yang menyatakan bahwa dengan mengetahui pengalaman pengguna yang positif, peneliti dapat mulai memahami mengapa pengguna terlibat pada tingkat yang mereka lakukan, bagaimana, dan apa dampaknya.

Selanjutnya, penelitian ini juga menggunakan strategi *Concurrent Triangulation Design* yang merupakan strategi desain paling dikenal di antara enam

model metode campuran utama. Strategi ini melibatkan data kuantitatif dan kualitatif dikumpulkan secara bersamaan oleh peneliti untuk mengoptimalkan waktu penelitian, serta memungkinkan peneliti membandingkan dan mentriangulasi data secara bersamaan. Dalam penelitian ini, data kualitatif diprioritaskan, sementara data kuantitatif digunakan untuk mendukung pembuktian.



Gambar 3. 1 Proses Desain Penelitian *Concurrent Triangulation*

Sumber: Creswell (2009, hlm. 213)

Berdasarkan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh metode campuran dan model *Social Media Engagement* yang telah dijelaskan sebelumnya, penggunaannya dalam penelitian ini dianggap sangat sesuai. Peneliti dapat melakukan eksplorasi lebih jauh untuk memahami bagaimana keterlibatan pengguna melalui data kualitatif yaitu wawancara mendalam dan data kuantitatif yaitu laporan *engagement*.

3.2. Partisipan dan Tempat Penelitian

3.2.1. Partisipan

Dalam menetapkan partisipan untuk penelitian ini, penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. Penggunaan *purposive sampling* membantu peneliti memilih sampel yang berkualitas dan memiliki relevansi untuk memperoleh data yang kaya dan mendalam. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Shaheen, Pradhan, dan Ranajee (2019) bahwa partisipan yang dipilih “dengan sengaja” dapat menghasilkan informasi yang sesuai dan berguna.

Lalu lebih rinci nya, bentuk sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *criterion sampling* atau sampel berdasarkan kriteria. Jenis pengambilan sampel ini mengharuskan peneliti untuk menetapkan kriteria tertentu yang seharusnya diikuti informan agar dapat mengikuti penelitian. Oleh karena itu, peneliti memilih informan yang memenuhi kriteria relevan dengan tujuan penelitian. Metode pengambilan sampel ini sangat kuat dalam jaminan kualitas karena data yang dihasilkan berasal dari sumber yang dapat dipercaya (Friday dan Leah, 2024).

Adapun alur dalam pengambilan informan, peneliti terlebih dahulu menentukan kriteria sebelum menghubungi informan. Kriteria tersebut ditentukan berdasarkan laporan dari Napoleon Cat yang mencatat mayoritas pengguna Instagram di Indonesia yaitu dari kelompok usia 18-24 tahun, dan kelompok usia 25-34 tahun sebagai pengguna Instagram terbanyak kedua di Indonesia. Sehingga, peneliti memfokuskan informan audiens akun Instagram @imbex.series yang berumur 18 hingga 34 tahun.

Selain faktor usia, peneliti menetapkan bahwa informan harus terlibat dengan salah satu konten visual di Instagram @imbex.series untuk memastikan kesesuaian dengan tujuan penelitian. Namun, karena pihak dari IMBEX memiliki target pasar utama dalam pengunjung pameran, akhirnya peneliti juga memutuskan untuk berfokus pada informan audiens akun Instagram @imbex.series yang memiliki status sebagai orangtua dan jastiper pameran IMBEX.

Pengambilan data dilakukan oleh penulis selama 5 bulan dari Januari hingga Mei tahun 2024. Informan yang dipilih peneliti dibagi menjadi dua kategori, yaitu utama dan pendukung. Untuk informan utama, peneliti berhasil mengumpulkan data dari 6 informan yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Lalu untuk informan pendukung dan ahli, kriteria yang ditetapkan oleh peneliti yaitu berupa ahli yang memahami penelitian yang dilakukan peneliti sehingga dapat memberikan pandangan secara eksternal. Peneliti berhasil mengumpulkan data dari 4 informan diantaranya, seorang *Public Relations Strategist* yang bekerja di PT. Ratisa Media Citra (agensi *public relation*), seorang *Marketing Executive* di PT. RX Indonesia, seorang *Social Media Specialist* di PT.

Media Citra, dan yang terakhir seorang *Associate Strategy Director* yang bekerja di BBDO Indonesia.

Berdasarkan karakteristik masing-masing, peneliti menjabarkan nama, jenis kelamin, usia, dan jabatan setiap informan. Nama informan dilampirkan atas persetujuan informan pada waktu wawancara. Berikut data keseluruhan informan dalam penelitian ini.

Tabel 3. 1 Daftar Informan Utama Penelitian

No	Informan Utama	Usia	Jenis Kelamin	Domisili
1.	Allistya Putri Pradita	27 Tahun	Perempuan	Bekasi
2.	Belvaros Marcida	28 Tahun	Perempuan	Jakarta Selatan
3.	Zaeinina Shintya Rasyikaj	27 Tahun	Perempuan	Tangerang Selatan
4.	Yolana Inas pemilik @giyoza.jastip	26 Tahun	Perempuan	Jakarta Barat
5.	Damia pemilik @shopmiholic	32 Tahun	Perempuan	Depok
6.	Nyimas Nurfadilah Yasin pemilik @jastipbynadhif	23 Tahun	Perempuan	Jakarta Barat

Sumber: Arsip Peneliti, 2024

Tabel 3. 2 Daftar Informan Pendukung dan Ahli

No	Informan Pendukung	Usia	Jenis Kelamin	Domisili	Posisi
1.	Citra Meidyna Budhipradipta	29 Tahun	Perempuan	Bandung	Public Relations Strategist PT Ratisa Media Citra
2.	Elizabeth Katarina Zefanya	25 Tahun	Perempuan	Tangerang Selatan	Marketing Executive

					PT. RX Indonesia
3.	Silkiya Zahra	22 Tahun	Perempuan	Bandung	Social Media Specialist PT Ratisa Media Citra
4.	Angga Hendi Prabowo	29 Tahun	Laki-laki	Jakarta Selatan	Associate Strategy Director, BBDO Indonesia

Sumber: Arsip Peneliti, 2024

3.2.2. Tempat

Penelitian ini akan dilakukan secara virtual tepatnya di aplikasi Zoom dan Google Meet mengingat subjek yang diteliti merupakan Audiens akun Instagram @imbex.series. Alasan peneliti memilih dilakukan secara virtual, karena domisili audiens Instagram @imbex.series yang berbeda-beda, selain itu juga karena sesuai dengan tujuan penelitian.

3.3. Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian *mixed method* berfokus pada topik yang belum pernah dipelajari secara mendalam sebelumnya, atau ingin mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang topik yang dipelajari sebelumnya tetapi menggunakan perspektif yang berbeda. Dengan demikian, pengumpulan data dalam penelitian melibatkan wawancara mendalam, dokumentasi, dan kajian pustaka. Ketiga teknik pengambilan data dijabarkan sebagai berikut.

Yang pertama, peneliti melakukan wawancara mendalam yang melibatkan mengajukan pertanyaan dan mendapatkan jawaban dari partisipan dalam sebuah penelitian (Kabir, 2016). Wawancara mendalam diperlukan untuk menganalisis perilaku keterlibatan pengguna pada konten visual Instagram @imbex.series. Kegiatan bertanya dan menjawab pertanyaan pada penelitian ini dilakukan di aplikasi Zoom dan Google Meet. Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara semi-terstruktur. Teknik ini memungkinkan peneliti melakukan wawancara fleksibel untuk menggali tanggapan dan ide lebih mendalam. Selaras dengan Sharma (2022) yang mengatakan bahwa wawancara semi terstruktur memiliki banyak kebebasan dengan

tetap mematuhi protokol wawancara. Oleh karena itu, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur karena adanya waktu terbatas dan memerlukan banyak informasi mengenai suatu permasalahan tertentu.

Namun sebelum wawancara, peneliti menanyakan terlebih dahulu kesediaan menjadi partisipan peneliti. Lalu, peneliti mengajukan surat persetujuan kesediaan menjadi informan penelitian dengan cara menghubunginya langsung melalui media sosial atau Whatsapp. Selama proses wawancara, peneliti meminta izin merekam wawancara untuk meninjau kembali hasilnya. Dalam proses ini, peneliti bertanya kepada informan utama bagaimana keterlibatannya pada konten visual di Instagram @imbex.series. Selain itu, peneliti juga menanyakan kepada informan lainnya terkait pandangannya terhadap keterlibatan audiens di konten visual Instagram @imbex.series.

Yang kedua, dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan atau catatan berisikan tulisan, angka, dan gambar yang berkaitan dengan objek penelitian, rekaman, catatan, dan transkrip. Sugiyono (2017) mengatakan dokumentasi berfungsi sebagai pelengkap bagi metode wawancara dalam penelitian kualitatif. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi sebagai pelengkap wawancara.

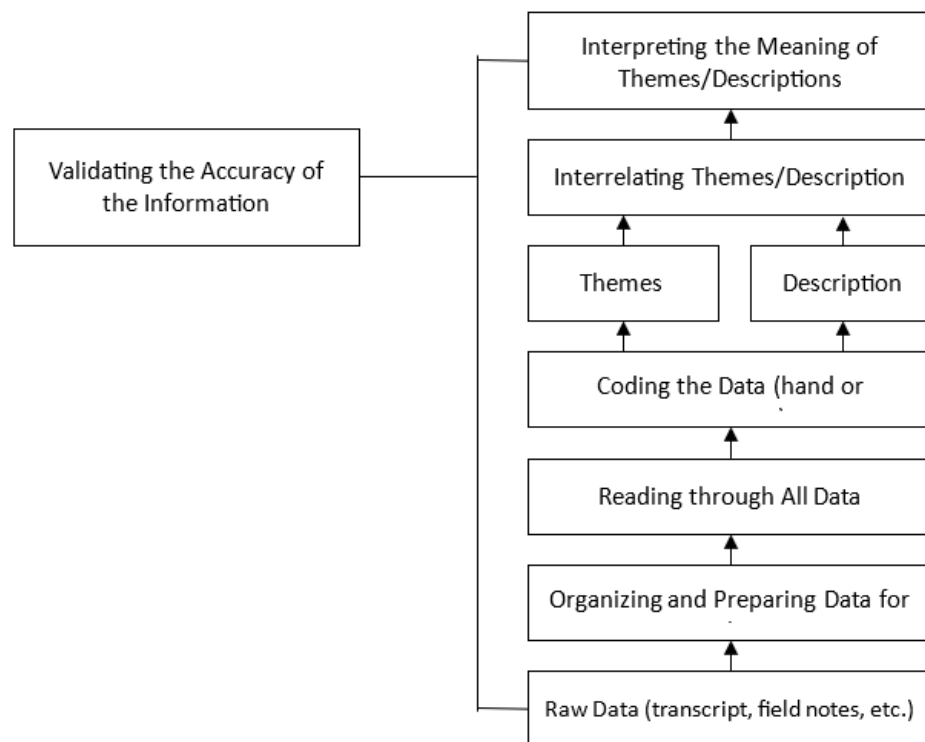
Dokumentasi utama yang digunakan oleh peneliti yaitu mengambil data *insight* akun Instagram @imbex.series yang berbentuk laporan evaluasi sebagai data pembanding. Data *insight* yang diambil berupa *impression* dan total *engagement*. Dalam penelitian ini, *data insight* yang dikumpulkan adalah data historis, yaitu data yang telah dikumpulkan di platform instagram selama periode waktu tertentu di masa lalu. Penelitian ini menggunakan data historis selama satu tahun dari IMBEX 2022 hingga Mommy&Me 2023 untuk membatasi jumlah data yang dikumpulkan.

Yang ketiga, kajian pustaka secara luas dapat diartikan sebagai metode sistematis untuk mengumpulkan dan mensintesis data atau informasi yang biasanya didapatkan dari penelitian sebelumnya, buku, data statistik yang sudah diverifikasi dan lainnya (Snyder, H., 2019). Peneliti menggunakan jurnal penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian sebagai data pendukung. Jurnal penelitian

yang digunakan peneliti berupa penelitian mengenai keterlibatan pengguna pada konten visual di media sosial.

3.4. Analisis Data

Analisis data merupakan langkah penting dalam mengolah data penelitian untuk memperoleh penjelasan dari data yang diambil. Analisis data pada penelitian metode campuran berkaitan dengan jenis penelitian strategi yang dipilih untuk prosedur tersebut. Dalam strategi *Concurrent Triangulation Design*, peneliti menganalisis data kualitatif dan kuantitatif secara terpisah. Untuk data kualitatif, peneliti menggunakan analisis data menurut Creswell (2018) yaitu analisis data kualitatif yang dibagi menjadi lima tahapan.



Gambar 3. 2 Analisis Data Kualitatif

Sumber: Creswell 2018, hlm. 268-270

Langkah pertama yaitu mempersiapkan dan mengelola data. Pada langkah ini, peneliti menyiapkan sepuluh transkrip wawancara dengan meninjau ulang rekaman dari Zoom Meeting atau Google Meet. Selanjutnya, peneliti mereduksi data yang sudah di transkrip untuk mengidentifikasi kalimat-kalimat penting dari wawancara terkait analisis keterlibatan audiens terhadap konten visual di Instagram @imbex.series. Seperti yang dijelaskan oleh Cresswell (2018), langkah awal dalam

proses analisis data kualitatif adalah mengkonversi setiap data yang dikumpulkan ke format digital, kemudian menyortir dan mengelompokkan data berdasarkan jenis dan sumbernya.

Langkah kedua dalam analisis data kualitatif adalah memahami data secara menyeluruh. Sebelum melakukan analisis, peneliti harus terlebih dahulu memahami dan mengenali data yang diperoleh untuk memastikan familiaritas dengan informasi yang tersedia serta mengidentifikasi temuan-temuan yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Menurut Brooks, Bee, dan Rogers (2023) penting bagi peneliti untuk memastikan mereka memahami datanya terlebih dahulu. Setelah dipahami, peneliti lalu memulai proses reduksi data. Dalam proses ini, peneliti menganalisis kata kunci dari pernyataan informan utama dan pendukung dengan mencatat atau menandainya.

Langkah ketiga, melakukan koding data. Koding data adalah proses mengklasifikasikan data yang dikumpulkan dari unggahan, catatan lapangan, wawancara, dan dokumen ke dalam kategori tertentu atau label yang bermakna (Brailas, Tragou, dan Papachristopoulos, 2023). Dalam langkah ini, peneliti melakukan metode *manual coding* untuk menelusuri data secara mendalam. Hal yang pertama dilakukan peneliti ialah membuat kategori secara umum. Selanjutnya, setiap kategori diturunkan menjadi sub kategori yang relevan guna untuk memperjelas temuan.

Langkah keempat, peneliti menentukan dan menghubungkan deskripsi dengan tema-tema yang muncul dari pengkodean tersebut. Tema disini mengacu pada aspek penting dari data yang mencerminkan pola respon atau makna yang signifikan dalam kumpulan data (Brailas, Tragou, dan Papachristopoulos, 2023). Kode-kode yang awalnya tidak beraturan kemudian disusun dan diklasifikasikan oleh peneliti ke dalam tema-tema tertentu yang telah ditentukan. Langkah ini penting karena memberikan peneliti pemahaman lebih dalam tentang bagaimana berbagai temuan saling terkait dan mendukung tujuan utama penelitian.

Langkah terakhir dalam analisis kualitatif, yaitu menginterpretasi dan menyajikan temuan penelitian. Tujuan utama dari langkah ini adalah untuk mengkomunikasikan temuan secara jelas dan menarik, dengan menyajikan data yang telah dianalisis sesuai dengan prosedur penulisan ilmiah yang berlaku. Proses

ini meliputi hasil penelitian terkait *audience engagement* pada konten visual serta mencocokkan temuan dengan literatur seputar *engagement* dan konsep media sosial.

Kemudian, peneliti melakukan analisis data kuantitatif. Data yang diambil merupakan data *insight* akun Instagram @imbex.series yang berbentuk laporan evaluasi sebagai data pembanding. Peneliti terlebih dahulu memilah data *insight* yang relevan dan mendukung tujuan utama penelitian sebelum dibandingkan dengan temuan kualitatif. Kemudian, data tersebut dijelaskan secara rinci dan kemudian dibandingkan dengan hasil temuan kualitatif. Setelah memaparkan semua temuan, peneliti memberikan rekomendasi untuk pihak pameran IMBEX, masyarakat, serta mahasiswa yang tertarik melakukan penelitian di masa mendatang.

3.5. Keabsahan Data Temuan Penelitian

Hasil dari penelitian kualitatif harus dipertanggungjawabkan keabsahan dari hasil penelitiannya. Hal ini dikarenakan seringkali penelitian kualitatif memiliki potensi pencarian dan interpretasi secara subjektif. Maka dari itu, diperlukan uji keabsahan data agar data yang disajikan dapat dipercaya validitas dan reliabilitasnya. Penelitian ini melalui dua tahap untuk memastikan keabsahan data. Tahap pertama melibatkan pengolahan data dengan *memberchecking* dan *intercoding*. Pada tahap kedua peneliti melakukan proses triangulasi sumber data serta triangulasi metode. Pemaparan lebih rinci mengenai tahap-tahap keabsahan data yang dilakukan oleh penulis, dapat diamati pada tiga subbab berikut.

3.5.1. Memberchecking

Sebelum melakukan triangulasi data dari hasil wawancara, peneliti terlebih dahulu melakukan *memberchecking* untuk memastikan keakuratan hasil reduksi data kepada informan. Langkah ini bertujuan memastikan bahwa informan merasa data yang disajikan akurat. Menurut Creswell (2018), prosedur *memberchecking* ini dilakukan melalui wawancara tindak lanjut dengan cara memberi kesempatan kepada informan untuk mengomentari temuan. Pada prosedur ini, pertama-tama peneliti menghubungi kembali informan melalui WhatsApp. Kemudian, peneliti menjelaskan tujuannya menghubungi informan yaitu untuk mengkonfirmasi ulang hasil analisis data melalui proses *memberchecking*. Proses *memberchecking* secara lebih rinci dapat diamati pada “Lampiran: 10”.

3.5.2. *Intercoding*

Selain *memberchecking*, peneliti juga melakukan tahap *intercoding* untuk memastikan konsistensi dan reliabilitas data penelitian. Menurut O'Connor, C., dan Joffe, H. (2020) *intercoding* diperlukan dalam penelitian kualitatif karena untuk menunjukkan transparansi proses pengkodean dan membantu meyakinkan beragam audiens tentang kepercayaan analisis data yang dilakukan peneliti. Sebelum melakukan proses *intercoding*, peneliti perlu mencari *intercoder* yang dapat membantu mengidentifikasi kesalahan pada analisis data yang dilakukan peneliti. *Intercoder* yang dipilih peneliti merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi yang memiliki pemahaman mengenai *audience engagement* di media sosial.

Setelah *intercoder* terpilih, peneliti terlebih dahulu menjelaskan proses tahapan koding dan hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti agar *intercoder* memahami hasil analisis data yang dilakukan peneliti. Selanjutnya, peneliti mengirimkan panduan *intercoding* beserta link spreadsheet berupa tabel hasil analisis data kepada *intercoder* melalui personal chat di Whatsapp. Kemudian, *intercoder* menilai hasil analisis dari peneliti dengan memberikan nilai 1 jika setuju dengan hasil analisis peneliti dan memberikan nilai 0 jika *intercoder* tidak menyetujui hasil analisis peneliti. Penilaian hasil analisis data dilakukan dengan menggunakan metode Holsti. Metode ini diukur dengan persentase kesepakatan, yang dihitung sebagai jumlah skor kesepakatan dibagi dengan jumlah total skor (Halpin, S. N., 2024). Berkaitan dengan hasil *intercoding* dari 113 kode yang diukur, ada 112 kode yang disetujui oleh *intercoder*, yang menunjukkan bahwa penelitian ini hampir sempurna dengan nilai 98 persen. Hasil *intercoding* secara lebih rinci dapat diamati pada "Lampiran: 8".

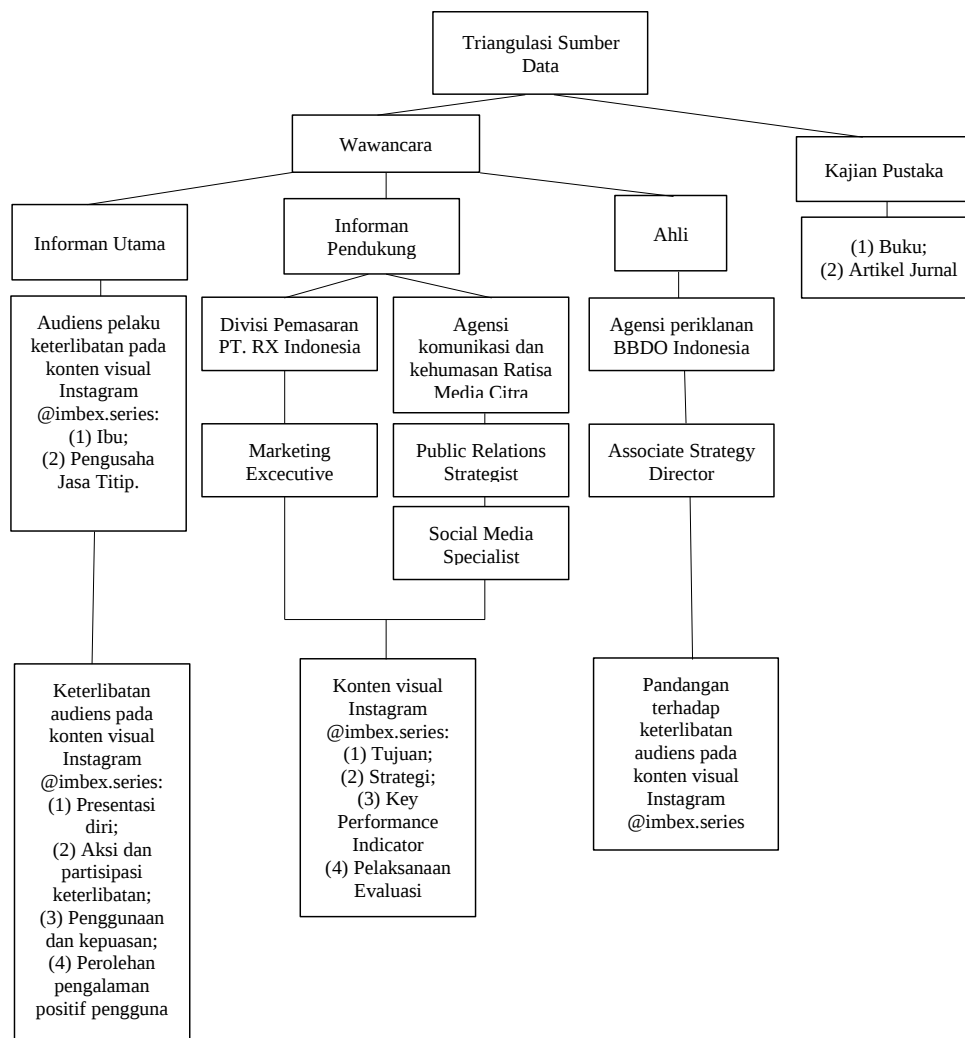
3.5.3. *Triangulasi Sumber Data*

Setelah menyelesaikan tahap *memberchecking* dan *intercoding*, peneliti lalu melakukan triangulasi sumber data untuk memperkuat validitas temuan. Pada tahap ini, peneliti mengelaborasi temuan dengan penelitian terdahulu dan studi relevan, serta melakukan triangulasi dengan informan pendukung dan ahli untuk mengonfirmasi kembali temuan yang diperoleh. Melalui triangulasi, peneliti dapat membangun justifikasi yang koheren untuk temuan, sehingga menambah keabsahan penelitian. Proses ini juga bertujuan untuk memperoleh masukan dan

pandangan dari pakar yang relevan, yang akan memperkaya kajian dalam bagian pembahasan penelitian (Creswell, 2018).

Kemudian dalam pemilihan informan pendukung dan ahli, peneliti sudah memilih informan yang relevan dengan rumusan serta tujuan masalah penelitian ini. Adapun untuk informan pendukung, peneliti memilih seorang *Social Media Specialist* yang memiliki pengalaman lebih dari 2 tahun mengurus konten media sosial perusahaan. Selain itu, peneliti juga memilih seorang *public relations strategist* dan seorang *marketing executive* yang telah bekerja dengan pihak IMBEX selama lebih dari 3 tahun. Sementara untuk informan ahli, peneliti memilih seorang *Associate Strategy Director* yang bekerja di BBDO Indonesia. Pemilihan informan ahli ini bertujuan untuk mendapatkan hasil jawaban yang tidak bias.

Sebelum melakukan triangulasi wawancara terhadap informan pendukung dan ahli, peneliti terlebih dahulu menghubungi informan secara personal melalui Whatsapp dengan menyampaikan maksud dan tujuan dilakukannya wawancara triangulasi ini. Setelah informan menyetujui dan bersedia menjadi informan pendukung dan ahli, selanjutnya peneliti mengajukan surat pengantar dari fakultas yang sudah ditandatangani oleh Wakil Dekan FPIPS serta surat kebersediaan menjadi informan ahli. Kemudian, peneliti berkoordinasi dengan informan ahli mengenai teknis dan jadwal wawancara. Untuk teknis wawancara triangulasi penelitian ini dilakukan secara daring melalui Zoom Meeting atau Google Meet. Setelah wawancara, peneliti lanjut melakukan transkrip untuk dianalisis pada pembahasan penelitian. Hasil wawancara triangulasi pendukung dan ahli ini dapat diamati pada “Lampiran: 9”.

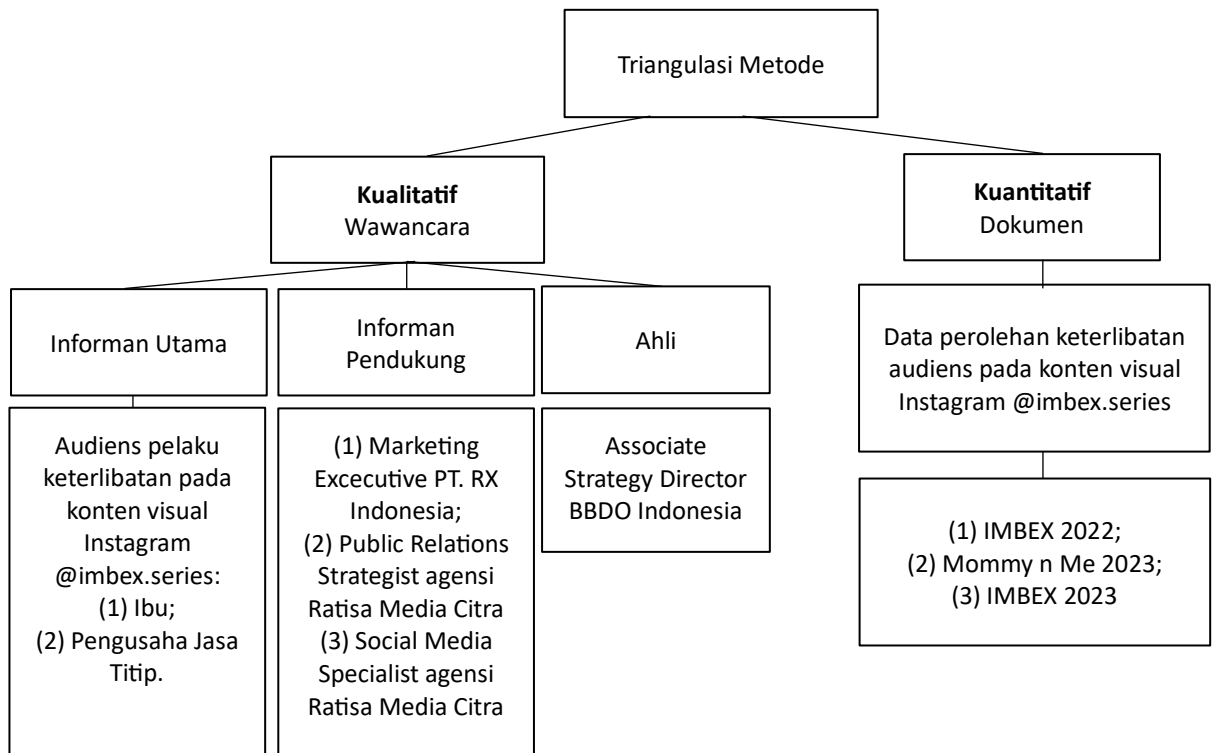


Gambar 3. 3 Alur Triangulasi Sumber Data

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

3.5.4. Triangulasi Metode

Selain triangulasi sumber data, peneliti juga melakukan triangulasi metode. Triangulasi metode melibatkan penggunaan beberapa metode pengumpulan data tentang fenomena yang sama (Carter, Lukosius, DiCenso, Blythe, dan Neville, 2014). Pada proses ini, peneliti melibatkan penggunaan data kuantitatif untuk melakukan triangulasi pada data kualitatif. Hal ini dilakukan agar mengungkap adanya relevansi ataupun perbedaan dalam hasil penelitian. Dengan demikian, peneliti melakukan analisis dengan menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif dan kualitatif, sehingga diperoleh temuan dan kesimpulan yang kuat dari analisis tersebut.



Gambar 3. 4 Alur Triangulasi Metode

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

3.6. Etis Penelitian

Penelitian ini diharapkan tidak menimbulkan dampak negatif baik fisik maupun non fisik kepada subjek yang diteliti. Hesse dan Biber dalam jurnal Cain, MacDonald, Coker, Velasco, dan West (2019) berpendapat bahwa etika harus dipusatkan dalam penelitian metode campuran: “Untuk memastikan validitas dan keakuratan penelitian seseorang, penting bagi peneliti untuk mendiskusikan implikasi etis dari penelitian mereka dan untuk tetap sadar akan integritas moral dalam penelitian mereka”.

Tahap awal yang dilakukan peneliti adalah menghubungi pihak IMBEX dengan menyerahkan surat resmi penelitian. Setelah memperoleh izin, peneliti akan mencari calon informan untuk meminta izin serta memberikan lembar pernyataan kesediaan untuk diwawancarai. Selanjutnya, peneliti mulai menghubungi informan ahli melalui pesan personal dan meminta izin untuk melakukan wawancara. Wawancara ini akan dilaksanakan melalui platform Zoom Meeting atau Google Meet. Setelah wawancara selesai, peneliti akan menuliskan transkrip dan sebelum dimasukkan ke dalam laporan, akan diserahkan terlebih dahulu kepada informan

untuk meminta persetujuan apakah transkrip tersebut sudah sesuai. Jika sudah ada persetujuan, peneliti dapat melanjutkan proses pembuatan laporan.

Selama proses penyusunan, penelitian ini dilakukan dengan mematuhi prinsip-prinsip etis, termasuk menjaga kejujuran, transparansi, dan integritas dalam seluruh proses penelitian. Dalam menyusun dan menyempurnakan kalimat, peneliti menggunakan alat bantu seperti AI, termasuk Google Translate dan perangkat serupa, untuk memastikan kejelasan dan kesesuaian bahasa. Penggunaan alat bantu ini bertujuan untuk meningkatkan akurasi dalam penyampaian hasil penelitian tanpa mengurangi orisinalitas dan nilai ilmiah dari temuan yang disampaikan. Selain itu, jurnal yang digunakan dalam penelitian ini diakses melalui Annas Archive, sebuah platform repositori terbuka yang menyediakan berbagai publikasi akademik.

3.7. Pernyataan Penelitian

Nama :

Jenis kelamin :

Usia :

Domisili :

Posisi/Jabatan : (untuk informan pendukung dan ahli)

Tabel 3. 3 Lembar Panduan Wawancara

Outline Dimensi dan Pertanyaan Wawancara	
Dimensi	Pertanyaan
Informan Utama	
<i>Presentation of Self</i>	Apa representasi Anda di akun Instagram anda?
	Mengapa Anda memilih untuk merepresentasikan diri Anda seperti itu di akun Instagram Anda?
	Apa dampak yang Anda rasakan dalam membagikan representasi diri Anda di akun instagram Anda?

<i>Action and Participation</i>	Konten visual seperti apa yang membuat Anda melakukan <i>action and participation</i> (<i>like, comment, share</i>) di @imbex.series?
	Kenapa Anda melakukan <i>action and participation</i> (<i>like, comment, share, and follow</i>) terhadap konten visual @imbex.series?
	Dengan siapa Anda biasanya berinteraksi atau melakukan <i>action and participation</i> (<i>like, komen, and share</i>) di konten visual @imbex.series?
<i>Uses and Gratification</i>	Apa yang membuat Anda memutuskan untuk memiliki akun Instagram?
	Mengapa Anda mengikuti akun Instagram @imbex.series?
	Jenis konten apa yang Anda lihat di Instagram @imbex.series?
	Apakah Anda memiliki kebutuhan khusus dalam mengakses konten visual dari @imbex.series?
	Mengapa Anda merasa ingin mengakses informasi yang disediakan pada konten visual @imbex.series?
	Apa dampak yang Anda rasakan setelah mengakses informasi yang disediakan pada konten visual @imbex.series?
<i>Positives Experience</i>	Bagaimana cara Anda mengekspresikan kepuasan Anda terhadap konten visual

	@imbex.series?
	Kenapa Anda merasa puas setelah melihat konten visual @imbex.series?
Informan Pendukung	
Konten Visual	Siapa saja yang bertanggung jawab atas pembuatan dan pengelolaan konten visual di Instagram @imbex.series?
	Apa saja jenis konten visual yang ada di Instagram @imbex.series?
	Di mana konten visual biasanya dibuat dan diedit sebelum diunggah ke Instagram @imbex.series?
	Bagaimana proses pembuatan konten visual dari konsep hingga publikasi di Instagram @imbex.series?
	Apa saja alat dan perangkat lunak yang digunakan untuk membuat konten visual di Instagram @imbex.series?
	Berapa lama waktu yang dibutuhkan dari ide awal hingga konten siap dipublikasikan di Instagram @imbex.series?
	Mengapa memilih membuat konten visual di Instagram @imbex.series?
	Bagaimana tanggapan Anda mengenai konten visual yang berada di Instagram @imbex.series
Strategi Sosial Media	Apa tujuan utama dari strategi konten visual di

	Instagram, seperti meningkatkan keterlibatan atau memperkuat <i>branding</i> ?
	Siapa audiens utama yang ditargetkan dengan konten visual di Instagram @imbex.series, dan apakah mereka telah merespons sesuai harapan?
	Apa elemen visual (warna, font, gambar) yang paling menarik perhatian audiens dan menghasilkan <i>engagement</i> tertinggi?
	Di mana konten visual @imbex.series yang paling sering dilihat dan dibagikan oleh audiens (misalnya, di <i>feeds</i> , <i>story</i> , atau <i>reels</i>)?
	Mengapa memilih gaya visual tertentu untuk konten visual Instagram @imbex.series?
	Bagaimana cara mengoptimalkan <i>engagement</i> konten visual instagram @imbex.series?
	Berapa banyak konten visual yang dipublikasikan per bulannya di Instagram @imbex.series?
	Kapan @imbex.series memposting konten visualnya di Instagram @imbex.series?
	Bagaimana tanggapan Anda mengenai strategi konten visual yang dilakukan di Instagram @imbex.series?
Pelaksanaan Evaluasi	Siapa saja yang terlibat dalam proses pembuatan konten visual, dan apakah peran masing-masing sudah efektif?

	Jenis konten visual apa yang paling berhasil untuk menarik <i>engagement</i> yang tinggi di Instagram @imbex.series?
	Kapan waktu posting terbaik yang menghasilkan <i>engagement</i> tertinggi, dan apakah @imbex.series sudah konsisten dengan jadwal tersebut?
	Di mana Anda mendapatkan bahan atau inspirasi untuk konten visual, dan apakah sumber tersebut cukup variatif dan relevan?
	Mengapa beberapa konten mendapatkan lebih banyak interaksi daripada yang lain, dan apa faktor utama yang mempengaruhinya?
	Bagaimana alur kerja dari pembuatan hingga publikasi konten visual, dan menurut Anda apakah alur kerjanya sudah efisien?
	Hambatan apa saja yang dialami tim @imbex.series selama pembuatan konten visual Instagram @imbex.series?
KPI	Saran Anda mengenai konten visual Instagram @imbex.series?
	Siapa yang bertanggung jawab untuk menetapkan dan memantau KPI Instagram @imbex.series?
	Apa saja KPI utama yang digunakan untuk mengukur keberhasilan konten @imbex.series?
	Kapan biasanya tim @imbex.series

	mengevaluasi dan mengkaji ulang KPI yang telah ditetapkan?
	Di mana data terkait KPI dikumpulkan dan disimpan untuk analisis lebih lanjut?
	Mengapa KPI tersebut dipilih, dan bagaimana mereka mendukung tujuan strategis @imbex.series?
	Bagaimana cara pengukuran dan pelaporan KPI dilakukan, serta alat atau metode apa yang digunakan?
Informan Ahli	
Presentation of Self	Bagaimana pendapat Anda terkait presentasi yang ditunjukkan audiens Instagram @imbex.series terhadap konten visual Instagram @imbex.series?
Action and Participation	Bagaimana pendapat Anda terkait aksi dan partisipasi yang ditunjukkan audiens Instagram @imbex.series terhadap konten visual Instagram @imbex.series?
Uses and Gratification	Bagaimana pendapat Anda terkait penggunaan dan kepuasan yang ditunjukkan audiens Instagram @imbex.series terhadap konten visual Instagram @imbex.series?
Positives Experience	Bagaimana pendapat Anda terkait pengalaman terhadap konten visual yang ditunjukkan audiens Instagram @imbex.series?

Sumber: Arsip Peneliti, 2024

3.8. Lini Masa Penelitian

Tabel 3. 4 Lini Masa Penyusunan & Sidang Proposal Skripsi

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

Sumber: Arsip Peneliti, 2024

Tabel 3. 5 Lini Masa Penyusunan Pendahuluan, Kajian Pustaka dan Metodologi

No.	Uraian Kegiatan	2023				
		Juli	Agustus	September	November	Desember
1.	Penyusunan Skripsi BAB 1					
2.	Penyusunan Skripsi BAB 2					
3.	Penyusunan Skripsi BAB 3					

Sumber: Arsip Peneliti, 2024

Tabel 3. 6 Lini Masa Pengumpulan Data Penelitian

No.	Uraian Kegiatan	2024				
		Januari	Februari	Maret	April	Mei
1.	Pengumpulan Data Wawancara Penelitian					
2.	Penyusunan Lampiran Penelitian					

Sumber: Arsip Peneliti, 2024

Tabel 3. 7 Lini Masa Analisis Data Penelitian

No.	Uraian Kegiatan	2024				
		Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
1.	Proses Analisis Data Penelitian					
2.	Penyusunan BAB 4 Temuan Skripsi					
3.	Pengumpulan Data Wawancara Triangulasi Ahli					
4.	Penyusunan BAB 4 Pembahasan Skripsi					

Sumber: Arsip Peneliti, 2024

Tabel 3. 8 Lini Masa Penyusunan Temuan & Pembahasan Penelitian serta Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi Penelitian

No.	Uraian Kegiatan	2024	
		November	Desember
1.	Penyusunan BAB 4 Pembahasan Skripsi		
2.	Penyusunan BAB 5 Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi Skripsi		
3.	Pengumpulan Skripsi		
4.	Sidang Skripsi		

Sumber: Arsip Peneliti, 2024