

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan tujuan memahami dan menganalisis fenomena yang kompleks dan kontekstual (Poerwandari, 2017). Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk memeriksa dan memahami makna individu atau kelompok dalam kaitannya dengan masalah sosial. Pendekatan ini sangat cocok untuk menganalisis, menyelidiki, atau mempelajari lebih dalam tentang aspek tertentu dari keyakinan, sikap, atau perilaku manusia (Creswell, 2018; George dkk., 2012).

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana akun Instagram @id_sohib menjalankan fungsinya sebagai platform komunikasi komunitas. Sebagai sebuah komunitas daring pengembangan diri, akun ini diharapkan tidak hanya menyajikan konten yang informatif, tetapi juga mampu membangun interaksi aktif dengan audiensnya. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini berfokus pada bagaimana komunikasi dan interaksi terjadi antara pengelola akun dengan pengikutnya, serta bagaimana khalayak merespons konten yang disajikan. Penelitian ini akan memberikan wawasan lebih detail tentang persepsi audiens terhadap konten, strategi komunikasi, dan upaya yang dilakukan untuk menciptakan *engagement*.

Sebagaimana dikemukakan oleh Bogdan dan Taylor (dalam Darmawan, 2021), penelitian kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data deskriptif yang terdiri dari dokumen tertulis, pernyataan lisan, dan perilaku yang dapat diamati. Dalam konteks penelitian ini, dokumen tertulis mencakup hasil metrik kinerja dan interaksi konten-konten yang diunggah oleh akun @id_sohib, sementara pernyataan lisan dan perilaku audiens dapat diamati melalui wawancara mendalam. Melalui data ini, peneliti dapat mengidentifikasi pola komunikasi yang efektif maupun yang kurang berfungsi dalam mencapai tujuan komunitas.

Desain penelitian ini memberikan fleksibilitas dalam pengumpulan data, memungkinkan penggunaan berbagai metodologi seperti wawancara dan dokumentasi untuk mengumpulkan data yang mendalam dan kaya tentang kinerja komunikasi pada akun @id_sohib. Fleksibilitas ini memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan pendekatan dengan kebutuhan penelitian dan memperoleh pemahaman yang holistik tentang fenomena yang diteliti.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti tidak hanya mengumpulkan data numerik, tetapi juga memperoleh wawasan mendalam tentang bagaimana dan mengapa fenomena terjadi. Dalam konteks akun Instagram @id_sohib, penting untuk mengetahui faktor-faktor sosial dan kultural yang memengaruhi interaksi dan persepsi audiens. Misalnya, apakah audiens lebih tertarik pada konten video atau infografis, apakah platform yang saat ini digunakan sudah sesuai dengan target audiens atau belum, atau program komunitas apa yang paling mereka minati? Penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan mempertimbangkan berbagai faktor kontekstual yang memengaruhi komunikasi di media sosial.

Dengan desain kualitatif, penelitian ini tidak hanya menyajikan data mentah mengenai performa komunikasi akun @id_sohib, tetapi juga menawarkan analisis mendalam tentang dinamika komunikasi dalam komunitas tersebut. Pemahaman yang komprehensif ini diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi praktis untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi, sehingga akun @id_sohib dapat lebih optimal mencapai tujuannya sebagai platform pengembangan diri dan membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yang merupakan eksplorasi mendalam terhadap fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteksnya tidak jelas (Yin, dalam Rustendi, 2023). Penelitian dilakukan secara intensif pada beberapa kasus dengan pemeriksaan mendetail, memungkinkan peneliti untuk menganalisis kasus spesifik seperti audit media sosial komunitas SohIB. Hal ini memungkinkan identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja akun dan bagaimana audiens merespons konten yang disajikan. Dengan demikian, peneliti dapat memberikan

rekomendasi strategi komunikasi yang lebih tepat dan kontekstual untuk meningkatkan performa media sosial Instagram SohIB, menjadikannya lebih relevan dan praktis.

3.2 Waktu, Tempat, dan Partisipan Penelitian

3.2.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan dan dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang mencakup proses prapenelitian hingga pelaksanaan penelitian inti. Tahap awal penelitian dimulai pada Oktober 2023 hingga Desember 2023. Pada tahap ini, berbagai metodologi penelitian diterapkan, termasuk wawancara mendalam dengan informan kunci, observasi langsung pada media sosial yang diteliti, serta pengumpulan data sekunder dari dokumen atau literatur terkait.

Tahap ini bertujuan untuk mendapatkan data yang komprehensif dan relevan dengan tujuan penelitian. Tahap berikutnya adalah pengolahan dan analisis data, yang berlangsung dari Januari hingga Maret 2024. Pada tahap ini, data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis secara sistematis menggunakan metodologi kualitatif untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3.2.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara *online* melalui platform Instagram, khususnya pada akun @id_sohib, yang merupakan platform media sosial resmi dari komunitas daring SohIB. Akun ini dipilih karena berfungsi sebagai sarana utama bagi komunitas SohIB untuk berinteraksi dengan anggotanya serta masyarakat umum. Selain sebagai alat komunikasi, akun ini juga mencerminkan berbagai kegiatan dan program pengembangan diri yang diadakan oleh komunitas SohIB.

Fokus utama dalam penelitian ini adalah pada aktivitas yang terjadi di halaman akun Instagram @id_sohib. Hal ini mencakup analisis interaksi pengguna terhadap konten tersebut. Interaksi ini meliputi *like*, komentar, dan *shares* yang memberikan gambaran mengenai bagaimana konten diterima oleh khalayak dan seberapa besar *engagement* yang tercipta.

Selain itu, peneliti juga mengamati program dan kegiatan komunitas yang dipromosikan dan dilakukan melalui platform Instagram. Program-program ini

sering kali melibatkan partisipasi aktif dari anggota komunitas maupun pengikut akun yang lebih luas. Akun Instagram @id_sohib digunakan untuk menyebarkan informasi, berbagi konten inspiratif, mengadakan diskusi, dan mempromosikan acara, program, atau kegiatan pengembangan diri.

Dengan memilih akun Instagram @id_sohib sebagai tempat penelitian, peneliti dapat memperoleh data yang relevan dan mendalam mengenai kinerja media sosial, penerimaan khalayak, dan strategi komunikasi yang digunakan. Tempat penelitian ini sangat mendukung tujuan penelitian untuk mengevaluasi dan meningkatkan performa akun media sosial dalam konteks komunitas daring. Dengan memilih tempat penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian, peneliti dapat mengarahkan fokusnya pada area yang relevan dan memperoleh data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan.

3.2.3 Partisipan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan partisipan yang akan terlibat dalam penelitian. *Purposive sampling* memungkinkan peneliti untuk mencari partisipan berdasarkan pertanyaan penelitian (Darmawan, 2021). *Purposive sampling* dipilih karena metodologi ini memungkinkan peneliti secara selektif memilih informan yang memiliki pengetahuan, pengalaman, berelevansi dengan tujuan penelitian yang telah dibuat, dan memiliki keterlibatan langsung dengan akun Instagram @id_sohib. Dengan *purposive sampling*, peneliti dapat memilih partisipan yang memberikan wawasan mendalam dan berkaitan tentang kinerja media sosial Instagram SohIB, penerimaan khalayak, serta strategi komunikasi yang efektif.

Purposive sampling juga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informan yang mudah dijangkau dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Hal ini memudahkan proses pengumpulan data dan memastikan partisipan yang terlibat memiliki minat dan motivasi untuk berbagi informasi yang berkaitan dengan topik penelitian.

Narasumber yang dipilih mencerminkan berbagai perspektif yang beragam, baik dari pihak internal maupun eksternal komunitas SohIB. Sebanyak enam narasumber internal dari tim Komunitas SohIB diwawancarai untuk memberikan

wawasan tentang pengelolaan konten, strategi komunikasi, dan dinamika internal yang memengaruhi keberlangsungan akun Instagram @id_sohib. Selain itu, empat anggota Komunitas SohIB juga dilibatkan sebagai narasumber internal untuk menggali pemahaman lebih mendalam mengenai peran mereka dalam komunitas, serta menggali perspektif mereka tentang media sosial SohIB saat ini.

Untuk mendapatkan perspektif dari luar komunitas, tiga pengikut akun @id_sohib yang bukan anggota komunitas diwawancarai sebagai narasumber eksternal. Mereka memberikan sudut pandang yang berbeda tentang bagaimana audiens umum memandang akun tersebut, termasuk motivasi mereka dalam mengikuti akun dan keterlibatan mereka terhadap konten yang diposting. Hal ini penting untuk memahami apakah akun tersebut berhasil menarik minat khalayak yang lebih luas di luar anggota komunitas inti.

Selain itu, dua informan ahli yang merupakan praktisi komunikasi atau ahli media sosial, serta desainer grafis, juga dihadirkan untuk memberikan masukan lebih lanjut mengenai kinerja komunikasi visual dan strategi media sosial yang diterapkan serta memberikan analisis kritis tentang bagaimana akun @id_sohib dapat meningkatkan efektivitas komunikasinya di media sosial dan mencapai tujuan pengembangan diri yang diusung oleh komunitas tersebut. Kehadiran narasumber ahli juga berperan mendukung triangulasi sumber data.

Dengan melibatkan berbagai narasumber ini, penelitian dapat menggabungkan berbagai sudut pandang untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai performa dan efektivitas akun Instagram @id_sohib dalam membangun komunikasi dan interaksi dengan khalayaknya.

Tabel 3.2 Partisipan Penelitian

| No. | Nama | Jenis Kelamin | Peran |
|-----|-----------------|---------------|--|
| 1 | Vicky Ferbian | Laki-laki | Project Manager Vendor Internal SohIB |
| 2 | Alifa | Perempuan | Content Writer Vendor Internal SohIB |
| 3 | Feby R | Perempuan | Social media Officer Vendor Internal SohIB |
| 4 | Ni Putu Ruslina | Perempuan | Social media Officer Vendor Internal SohIB |

Nurul Aulia, 2024

AUDIT MEDIA SOSIAL PADA KOMUNITAS DARING

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

| | | | |
|----|-----------------------------|-----------|---|
| 5 | Sandrina Cintya | Perempuan | Community Program Vendor Internal SohIB |
| 6 | Giri S | Laki-laki | Graphic Designer Vendor Internal SohIB |
| 7 | Nurazmi Maulida | Perempuan | Anggota Komunitas SohIB |
| 8 | Dahelia Saputri | Perempuan | Anggota Komunitas SohIB |
| 9 | Ichwani Rachma | Perempuan | Anggota Komunitas SohIB |
| 10 | Marthin Novian | Laki-laki | Anggota Komunitas SohIB |
| 11 | Sultan Niskala Rahman Sabil | Laki-laki | Non-anggota Komunitas SohIB |
| 12 | Ajeng Regina | Perempuan | Non-anggota Komunitas SohIB |
| 13 | Yose Bataona | Laki-laki | Non-anggota Komunitas SohIB |
| 14 | Fasha Rouf | Laki-laki | Ahli atau Konsultan Komunikasi Media Sosial |
| 15 | Novie Herdyanti Putri | Perempuan | Ahli Desainer Grafis |

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

3.3 Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses yang bertujuan untuk memperoleh informasi atau data yang relevan dan valid guna menjawab pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan narasumber yang mewakili berbagai sudut pandang untuk memberikan hasil penelitian yang komprehensif. Narasumber tersebut meliputi tim internal SohIB, anggota komunitas SohIB, ahli di bidang media sosial dan desain grafis, serta individu non-anggota komunitas SohIB yang mengikuti akun @id_sohib. Melalui wawancara ini, peneliti dapat mengeksplorasi secara mendalam perspektif, pengalaman, dan penilaian masing-masing narasumber terkait kinerja komunikasi dan konten akun @id_sohib.

Data sekunder dikumpulkan dari laporan bulanan media sosial komunitas SohIB, yang mencakup berbagai metrik kinerja penting seperti jumlah *insight*, *like*, komentar, *shares*, *engagement*, *reach*, dan lain-lain. Data sekunder ini digunakan untuk melengkapi analisis dari wawancara, memberikan gambaran numerik tentang performa media sosial akun @id_sohib, dan membantu menilai efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan. Kombinasi antara data primer dan sekunder memberikan fondasi yang kuat dalam menjawab rumusan masalah serta menyusun rekomendasi yang tepat sasaran.

Nurul Aulia, 2024

AUDIT MEDIA SOSIAL PADA KOMUNITAS DARING

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

3.3.1 Wawancara

Menurut Bungin (dalam Patria, 2020), wawancara adalah suatu proses pengumpulan informasi penelitian melalui tanya jawab tatap muka antara pewawancara dan yang diwawancarai. Dalam hal ini, peneliti menggunakan strategi tersebut untuk mengumpulkan data detail dari subjek penelitian tentang penggunaan Instagram @id_sohib.

Peneliti melakukan wawancara dengan anggota komunitas aktif untuk memahami penerimaan dan persepsi mereka terhadap konten yang disajikan. Tim internal SohIB yang mengelola akun diwawancarai untuk mendapatkan wawasan tentang strategi, pengelolaan, dan evaluasi konten. Ahli komunikasi dan media sosial diwawancarai untuk menilai efektivitas strategi komunikasi yang digunakan. Ahli desain grafis diwawancarai untuk memahami aspek visual dan desain konten. Anggota komunitas SohIB diwawancarai untuk memahami penerimaan anggota terhadap konten dan program yang dilakukan di media sosial SohIB. Pengikut akun @id_sohib yang bukan anggota komunitas juga diwawancarai untuk mendapatkan perspektif pengguna umum yang mengikuti akun komunitas SohIB.

Wawancara dapat dilakukan secara luring atau daring, sesuai dengan kesanggupan informan. Jika wawancara dilakukan secara daring, peneliti akan menawarkan pertemuan daring pada platform Zoom Meeting, sedangkan jika narasumber bersedia melakukan wawancara luring, maka peneliti akan menaarkan beberapa tempat yang tidak begitu jauh dari lokasi informan. Secara teknis, peneliti akan menyerahkan panduan wawancara berdasarkan teori referensi yang digunakan, serta merekam wawancara dan menyimpan catatan lapangan yang diambil selama proses berlangsung. Perlu dicatat bahwa dalam hal ini, peneliti akan mengontrol proses wawancara sesuai dengan aturan dan landasan teori yang ditetapkan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh tidak melebihi ruang lingkup penelitian, salah satunya dengan menggunakan pedoman wawancara.

Pedoman wawancara terdiri dari empat dimensi, yaitu substansi, struktur, alur kerja, dan tata kelola. Pertanyaan dibuat berdasarkan teori *core strategy* dalam *content marketing*. Berikut empat dimensi dengan pertanyaannya sebagai pedoman dalam mengumpulkan data wawancara:

Tabel 3.2 Pedoman Wawancara

| Dimensi | Indikator | Pertanyaan |
|----------------|------------------|--|
| Substansi | Topik | Bagaimana pandangan Anda terhadap konten di media sosial SohIB? |
| | | Apakah topik di media sosial SohIB sesuai dengan kebutuhan Anda? |
| | Jenis | Jenis konten apa yang Anda lihat di media sosial SohIB? (contoh: teks/artikel, infografis/foto, video) |
| | Sumber | Apakah setiap konten pada media sosial SohIB disajikan dengan sumber yang kredibel? |
| | Tata bahasa | Bagaimana pandangan Anda terhadap penulisan isi konten di media sosial SohIB? |
| | | Bagaimana pandangan Anda terhadap penulisan caption pada unggahan media sosial SohIB? |
| | Kualitas | Bagaimana kualitas visual (seperti gambar atau video) dari konten yang disajikan pada media sosial SohIB? |
| | | Apakah informasi dalam konten yang Anda lihat di media sosial SohIB berkualitas? |
| | Efisien | Apakah konten yang disajikan pada media sosial Indonesia Baik/SohIB dengan tambahan elemen visual (gambar atau video) membantu |

| | | |
|------------|------------------------------|--|
| | | Anda untuk lebih cepat dalam memahami isi konten tersebut? |
| | Akurasi Call-to-action (CTA) | Apakah Anda pernah melihat ajakan untuk berkomentar/berpendapat di <i>posting-an</i> media sosial SohIB? |
| | | Apakah Anda pernah melihat tautan link <i>website</i> dalam caption di <i>posting-an</i> media sosial SohIB? |
| Struktur | Bentuk (Format) | Bagaimana desain pada media sosial SohIB? |
| | Model atau Konsep | Bagaimana pandangan Anda terhadap pengemasan konten yang Anda lihat di media sosial SohIB? |
| | Kesesuaian medium | Apakah Instagram merupakan media sosial yang tepat untuk komunitas SohIB? |
| Alur Kerja | Proses pengerjaan | Bagaimana alur proses pengerjaan sebuah konten di media sosial SohIB? |
| | | Apakah alur kerja tersebut efektif? |
| | SDM | Berapa jumlah tim kerja pengelola konten media sosial SohIB? |
| | Proses pengerjaan | Apakah terdapat hambatan selama proses pengerjaan konten di media sosial SohIB? Komunikasi, tim divisi, dan eksternal (<i>followers</i>) |

| | | |
|-------------|-----------------------------|--|
| Tata Kelola | Perencanaan <i>strategi</i> | Sejauh ini strategi apa saja yang telah dilaksanakan untuk mendorong <i>goals</i> atau KPI media sosial SohIB? |
| | Respon | Bagaimana cara merespon sebuah isu atau situasi tertentu yang berkaitan dengan SohIB? |
| | Pengambilan keputusan | Bagaimana standar operasional antara vendor SohIB dengan tim internal Kominfo? |
| | Rekomendasi/harapan | Apa rekomendasi atau harapan Anda terkait media sosial SohIB? |

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

3.3.4 Dokumentasi

Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan sebagai bagian dari pengumpulan data. Proses dokumentasi mencakup pengumpulan berbagai jenis data yang diperlukan untuk analisis lebih lanjut. Contohnya adalah pengumpulan data laporan bulanan media sosial komunitas SohIB, serta dokumentasi interaksi pengguna melalui tangkapan layar atau catatan observasi. Selain itu, peneliti juga mendokumentasikan transkrip wawancara dengan partisipan yang relevan.

Metrik kinerja digunakan pada penelitian ini untuk mengukur efektivitas konten berdasarkan interaksi khalayak. Dalam pengumpulan data metrik dari Instagram yang akan dilakukan peneliti yaitu dengan menggunakan mengumpulkan hasil *insight* akun Instagram @id_sohib. Proses ini melibatkan pengumpulan data dari metrik kinerja akun, yang mencakup jumlah pengikut, *like*, komentar, *shares*, *impression*, dan *reach* pada Instagram SohIB dengan rentang waktu Januari 2023 hingga November 2023. Data ini kemudian diakumulasikan agar memberikan gambaran numerik tentang performa akun selama tahun 2023.

Sebagai bukti dan pendukung tambahan dalam penelitian, beberapa tangkapan layar dari interaksi dan komentar pengguna yang relevan disertakan dalam penelitian ini. Tangkapan layar tersebut dipilih berdasarkan keterkaitannya

dengan tipe konten yang dievaluasi, sehingga dapat memberikan bukti konkret mengenai respons audiens.

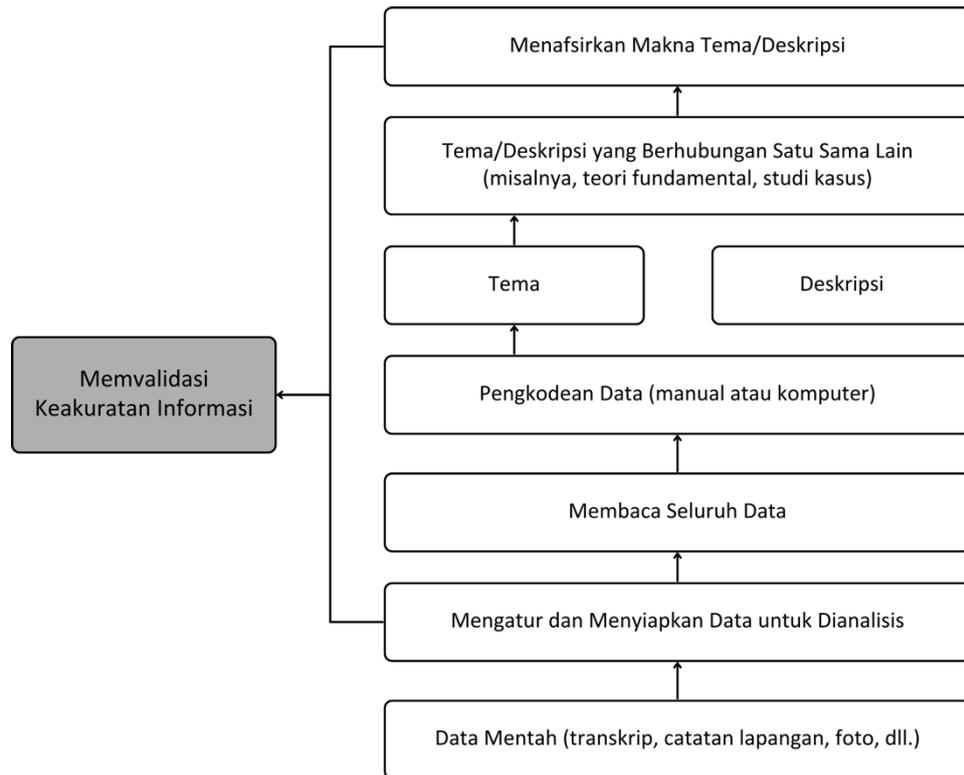
3.3.5 Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data juga mencakup kajian pustaka atau studi literatur yang dilakukan untuk memperkuat landasan teoretis dan konteks analisis. Kajian pustaka ini melibatkan pencarian dan penelaahan sumber-sumber referensi yang relevan, seperti buku akademik, jurnal ilmiah, artikel, serta laporan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik audit media sosial, analisis kinerja media sosial, strategi komunikasi komunitas, komunitas daring, dan lainnya.

Pengumpulan data literatur ini bertujuan untuk memperkaya pemahaman peneliti tentang konsep-konsep inti, model analisis, serta metodologi pengukuran yang dapat diaplikasikan dalam audit media sosial. Kajian pustaka ini memberikan landasan bagi peneliti untuk membandingkan temuan empiris dengan studi-studi terdahulu dan mengidentifikasi kesenjangan yang dapat dijadikan area pengembangan rekomendasi, baik untuk ranah praktis maupun akademis. Hasil dari kajian pustaka ini nantinya digunakan untuk menyusun analisis yang mendalam terhadap kinerja media sosial akun @id_sohib serta mengevaluasi dampak dan efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan dalam komunitas tersebut.

3.4 Analisis Data

Setelah proses pengumpulan data selesai, peneliti perlu mengorganisasi, menafsirkan, dan merumuskan temuan agar dapat menjawab pertanyaan penelitian dengan lebih sistematis dan komprehensif. Data primer dan sekunder yang telah dikumpulkan akan diolah, dianalisis, dan ditampilkan dalam bentuk tabel, grafik, atau ilustrasi untuk mendukung interpretasi hasil (Darmawan, 2021). Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara terstruktur sesuai dengan acuan yang relevan dari Creswell. Menurut Creswell (2018), proses analisis data kualitatif melibatkan lima tahapan utama, yang dapat dijelaskan melalui diagram berikut.



Sumber: Cresswell, 2018

Pada tahap awal analisis data, peneliti mengelola dan mempersiapkan seluruh data yang terkumpul. Data primer berupa transkrip wawancara dengan pihak internal komunitas SohIB, yang bertujuan untuk menggali pemahaman mengenai strategi komunikasi yang digunakan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan bulanan kinerja media sosial akun SohIB yang memuat metrik-metrik kinerja, seperti jumlah pengikut, jumlah *likes*, komentar, *shares*, *reach*, dan *impression*. Peneliti mengakumulasi data dari laporan bulanan ini untuk periode satu tahun, menghitung tingkat *engagement* (*Engagement rate/ER*) terbaik pada setiap jenis konten, serta menganalisis tren performa akun secara keseluruhan.

Dari data bulanan ini, peneliti mengakumulasi total *engagement* secara keseluruhan, serta mengidentifikasi tipe konten mana yang berhasil menarik tingkat *engagement* tertinggi. Proses ini dilakukan untuk mengevaluasi faktor-faktor spesifik yang berkontribusi pada interaksi yang lebih tinggi. Selain itu, peneliti juga mencatat frekuensi dan waktu *posting* untuk memahami pola publikasi konten yang dilakukan oleh tim pengelola akun. *Engagement rate* dihitung menggunakan rumus

persamaan oleh Mackenzie Taylor sebagai berikut (Taylor, dalam Kusuma & Sari, 2023).

$$\text{Engagement Rate} = \frac{\text{Like} + \text{Comments} + \text{Shares}}{\text{Total number of followers}} \times 100$$

Gambar 3.1 Rumus *Engagement Rate* Mackenzie Taylor

Kemudian kualitas *engagement rate* yang sudah dihitung diinterpretasikan menggunakan *average engagement rate value* seperti tabel di bawah ini (Arief, 2019).

Tabel 3.3 *Average Engagement Rate Value*

| No. | Jumlah Followers | Rata-rata ER |
|-----|------------------|--------------|
| 1. | > 1 M | 1.54 % |
| 2. | 100 K – 1 M | 1.55 % |
| 3. | 20 K – 100 K | 1.62 % |
| 4. | 5 K – 20 K | 2.28 % |
| 5. | 1 K – 5K | 4.26 % |

Sumber: Arief (2019)

Untuk mengevaluasi efektivitas *engagement rate* akun Instagram Komunitas SohIB, penilaian akan dilakukan dengan merujuk pada tabel nilai ER yang telah disajikan. Penilaian ini akan mempertimbangkan *engagement rate* yang tercatat dan membandingkannya dengan jumlah pengikut akun @id_sohib. Dengan demikian, dapat diukur sejauh mana *engagement rate* yang dicapai memenuhi standar yang ditetapkan atau memerlukan perbaikan.

Lebih lanjut, komentar pada setiap postingan dianalisis secara kualitatif dengan mengelompokkannya dalam kategori sentimen positif, netral, atau negatif. Proses kategorisasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi respons emosional audiens terhadap konten yang disajikan, memperkaya analisis kinerja konten dengan perspektif audiens yang lebih mendalam.

Langkah selanjutnya adalah membaca keseluruhan data guna memperoleh pemahaman awal mengenai informasi yang disampaikan. Peneliti meninjau

transkrip wawancara dan metrik media sosial untuk mencari pola-pola umum yang muncul, seperti preferensi konten dari audiens atau persepsi komunitas internal terhadap efektivitas strategi yang diterapkan. Catatan-catatan awal dibuat untuk menyoroti temuan-temuan awal yang menarik, yang nantinya akan diperiksa secara lebih mendalam dalam proses *coding* dan pengelompokan tema.

Tahap berikutnya adalah proses *coding*, yaitu pengodean data yang telah dikumpulkan untuk mengidentifikasi tema utama dan subtema yang relevan dengan tujuan penelitian. Pada data wawancara, peneliti menerapkan metodologi *coding* induktif dengan mengidentifikasi bagian-bagian penting dari transkrip dan memberi label yang sesuai dengan topik atau isu yang dibahas. Sementara itu, data kinerja media sosial dikategorikan sesuai indikator-indikator seperti engagement rate, jumlah interaksi, serta sentimen audiens (positif, netral, negatif) yang diungkap melalui komentar. Proses ini membantu peneliti dalam menyusun struktur tematik dari data yang mencerminkan berbagai aspek strategi komunikasi yang digunakan oleh SohIB dan bagaimana audiens merespons konten tersebut.

Setelah *coding* selesai, peneliti mulai membentuk deskripsi mendetail yang menghubungkan antara tema dan subtema yang telah ditemukan dengan data wawancara dan laporan kinerja media sosial. Analisis ini mencakup deskripsi interaksi pengguna, tingkat engagement dari setiap jenis konten, serta persepsi internal komunitas SohIB mengenai efektivitas strategi komunikasi mereka. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat dinamika yang lebih luas antara strategi komunikasi yang diterapkan dan respon audiens terhadap konten yang disajikan. Dengan adanya perspektif internal dan data kinerja, analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif terkait efektivitas strategi yang diterapkan.

Pada tahap akhir, peneliti menginterpretasikan dan menyajikan temuan-temuan ini dalam bentuk narasi dan visualisasi data yang terstruktur. Analisis hasil wawancara dikaitkan dengan kajian pustaka yang relevan untuk menyoroti teori-teori atau konsep-konsep yang mendukung hasil penelitian ini. Visualisasi berupa grafik dan tabel digunakan untuk menggambarkan pola *engagement*, preferensi konten audiens, serta tingkat respons terhadap berbagai jenis postingan. Dengan

demikian, peneliti tidak hanya mengidentifikasi tren dan pola dalam data kinerja media sosial SohIB, tetapi juga mengaitkannya dengan wawasan dari wawancara dan landasan teoritis dari literatur yang digunakan.

3.5 Keabsahan Data

Untuk menjawab pertanyaan penelitian dalam konteks studi kualitatif, peneliti perlu memvalidasi temuan sebelum merumuskan deskripsi dan kesimpulan akhir penelitian (Darmawan, 2021). Proses validasi ini umumnya dikenal sebagai triangulasi. Triangulasi data digunakan untuk memperkuat validitas dan keandalan hasil penelitian dengan membandingkan berbagai sumber data yang relevan, seperti yang diungkapkan oleh Leedy dan Ormrod (2019). Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan triangulasi melalui gabungan data primer dan sekunder, yang mencakup wawancara mendalam, dokumentasi berupa laporan bulanan kinerja media sosial dan data metrik, analisis interaksi (komentar, likes, dan shares), serta kajian pustaka yang relevan. Dengan menggabungkan data dari berbagai sumber ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan oleh SohIB di akun Instagram mereka.

Sebagai langkah tambahan, peneliti juga menggunakan pendapat ahli dari seorang praktisi *Public Relations* (PR) berpengalaman, yaitu Muthiah Muthmainnah, untuk memperkuat dan memperkaya analisis temuan. Pendapat ahli ini bukan hanya berfungsi sebagai alat validasi, tetapi juga memberikan perspektif baru yang mungkin tidak terungkap melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Triangulasi ini dilakukan setelah hasil analisis dari data primer dan sekunder disusun, di mana peneliti berbagi temuan penelitian dengan ahli tersebut dalam sesi wawancara daring sesuai permintaan informan.

Dalam pertemuan tersebut, peneliti membagikan hasil temuan penelitian dan meminta pandangan dari ahli untuk mengevaluasi apakah temuan yang ada sudah cukup komprehensif, atau jika terdapat aspek yang perlu ditinjau ulang, diperjelas, atau bahkan ditambahkan. Pendapat ahli ini membantu menyoroti berbagai sisi penting, termasuk kekuatan dan kelemahan strategi komunikasi SohIB

serta potensi pengembangan konten yang lebih menarik dan sesuai bagi audiens. Peneliti juga membuka kesempatan bagi ahli untuk memberikan saran tambahan atau kritik, sehingga hasil penelitian menjadi lebih objektif dan relevan dengan kebutuhan SohIB dalam pengelolaan media sosial.

Triangulasi yang menggabungkan data dari wawancara mendalam, dokumentasi metrik, dan kajian pustaka dengan pendapat ahli ini memungkinkan peneliti mengevaluasi pendekatan konten SohIB secara lebih menyeluruh. Pendekatan ini juga menghasilkan saran yang lebih aplikatif dan strategis untuk meningkatkan keterlibatan dan interaksi komunitas SohIB, sehingga strategi komunikasi yang dijalankan di media sosial dapat lebih efektif dan berkelanjutan.

3.6 Isu Etik

Penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan standar dan prinsip etika penelitian untuk menjaga keabsahan dan kredibilitas data yang diperoleh. Sebagai langkah pertama, persetujuan informan diterapkan dengan memberi setiap partisipan penjelasan yang lengkap tentang tujuan penelitian, jenis data yang akan dikumpulkan, dan bagaimana data ini akan dianalisis. Proses persetujuan ini memastikan bahwa partisipan memiliki pemahaman penuh terhadap penelitian yang mereka ikuti dan bahwa kontribusi mereka diberikan secara sukarela. Setiap informan pun diberi kebebasan untuk menolak atau mengundurkan diri dari penelitian tanpa konsekuensi.

Peneliti menginformasikan kepada informan bahwa data diri berupa nama, domisili, umur, dan pekerjaan mereka akan ditampilkan secara terbuka dalam penelitian, dalam hal ini, peneliti menyampaikan secara eksplisit sejak awal. Dengan demikian, para informan dapat membuat keputusan sadar mengenai keterlibatan mereka. Pemberitahuan ini juga bisa menjadi bagian dari penjelasan etis dalam lembar persetujuan, yang menguraikan bahwa informasi pribadi, akan disebutkan dalam laporan penelitian tanpa anonimisasi. Prosedur ini membantu memastikan transparansi dan menghargai hak informan untuk mengetahui bagaimana data mereka akan digunakan.

Selain itu, peneliti mengajukan surat izin penelitian yang dikeluarkan oleh universitas kepada pihak SohIB untuk memperoleh izin dan akses ke data yang dibutuhkan. Data dan informasi yang diperoleh dari SohIB hanya akan digunakan untuk keperluan akademis, sesuai dengan tujuan penelitian ini, dan tidak akan disebarluaskan atau digunakan untuk kepentingan komersial atau non-akademis lainnya. Langkah ini diambil untuk menjaga kerahasiaan data, serta memastikan bahwa hak dan privasi pihak SohIB tetap terlindungi.

Di samping itu, penelitian ini menghindari konflik kepentingan yang mungkin muncul karena akses peneliti terhadap data internal komunitas SohIB. Untuk menghindari bias, peneliti memastikan bahwa analisis dan rekomendasi tetap berbasis data yang objektif dan sesuai dengan tujuan evaluasi yang konstruktif. Misalnya, saat menganalisis komentar audiens, setiap komentar dikategorikan berdasarkan sentimen positif, netral, atau negatif, dengan menjaga makna data asli tanpa penambahan atau pengurangan yang dapat mengubah interpretasi. Kategori sentimen ini disusun dari data yang relevan dan bertujuan untuk evaluasi yang jujur dan tidak merugikan pihak-pihak yang berkaitan.

Peneliti juga mengedepankan transparansi dan kejujuran sepanjang proses penelitian, mulai dari pengumpulan hingga analisis data. Dalam upaya untuk menjaga integritas penelitian, peneliti menggunakan berbagai alat berbasis *Artificial Intelligence* (AI) sebagai bagian dari proses analisis dan penyusunan laporan penelitian. Alat-alat AI yang digunakan, berikut fungsinya, dijelaskan sebagai berikut:

a) **ChatGPT**

ChatGPT digunakan untuk membantu mengembangkan kualitas bahasa penulisan dalam penelitian ini. Alat ini berperan dalam mengefektifkan narasi yang telah disusun oleh peneliti, meningkatkan kejelasan, konsistensi, dan struktur tulisan, serta memastikan penggunaan bahasa yang formal dan akademis. Dengan demikian, kualitas presentasi hasil penelitian dapat lebih maksimal.

b) **Jenni.ai**

Jenni.ai dimanfaatkan untuk memberikan referensi tambahan dan ide

pengembangan penulisan. Alat ini mendukung peneliti dalam menyusun argumen yang lebih terstruktur dan memperluas wawasan terhadap konteks penelitian melalui saran dan pengembangan ide yang relevan. Namun, seluruh isi penulisan tetap dikaji ulang secara kritis oleh peneliti untuk menjaga keaslian dan akurasi.

c) **Humata.ai**

Humata.ai mampu merangkum dokumen yang panjang dan menjawab pertanyaan spesifik terkait isi dokumen, termasuk studi ilmiah. Alat ini membantu pengguna memahami dokumen secara lebih efisien dan memungkinkan identifikasi data penting dengan cepat, sehingga peneliti dapat fokus pada analisis lebih mendalam.

Penggunaan AI ini dilakukan dengan memperhatikan kebijakan etika penggunaan teknologi di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Peneliti memastikan bahwa alat-alat tersebut hanya digunakan sebagai alat bantu, bukan pengganti interpretasi, analisis, maupun keputusan peneliti. Semua data yang dihasilkan dari AI digunakan hanya untuk keperluan akademis dan sepenuhnya bertanggung jawab kepada peneliti.

Dengan menyampaikan temuan secara jujur tanpa manipulasi atau perubahan data, peneliti berharap penelitian ini dapat dinilai sebagai karya yang berintegritas tinggi dan bermanfaat bagi pihak-pihak terkait.

3.7 Lini Masa Penelitian

Penelitian ini direncanakan dan dilaksanakan berdasarkan jadwal yang telah disusun secara sistematis oleh peneliti. Penyusunan jadwal ini bertujuan untuk memastikan setiap tahapan penelitian dapat berjalan sesuai dengan rencana, sehingga target penyelesaian Tugas Akhir ini dapat tercapai dengan efektif dan efisien. Dengan adanya jadwal pelaksanaan yang terstruktur, peneliti dapat memantau perkembangan setiap tahap dan melakukan penyesuaian jika diperlukan. Jadwal pelaksanaan penelitian ini dirinci pada Tabel 3.5 dan Tabel 3.6.

Tabel 3.5 Lini Masa Penyusunan Proposal Skripsi

| No | Deskripsi Kegiatan | 2023 | | | |
|----|-----------------------------|------|-----|-----|-----|
| | | Mar | Apr | Mei | Jun |
| 1 | Pengajuan Judul | | | | |
| 2 | Penyusunan Proposal Skripsi | | | | |
| 3 | Sidang Proposal Skripsi | | | | |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Tabel 3.5 menunjukkan lini masa penyusunan proposal skripsi, yang berlangsung dari bulan Maret hingga Juni tahun 2023. Tahap pertama, yaitu pengajuan judul, dilakukan pada bulan Maret. Setelah judul disetujui, peneliti mulai menyusun proposal skripsi selama bulan April hingga Mei. Pada tahap ini, peneliti melakukan studi literatur dan merancang metodologi penelitian yang akan digunakan. Tahap terakhir adalah sidang proposal skripsi yang dijadwalkan pada bulan Juni 2023.

Tabel 4.6 Lini Masa Penyusunan Skripsi

| No | Deskripsi Kegiatan | 2023 | | | | | | | 2024 | | | | | | |
|----|--------------------------------|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | Okt | Nov | Des | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Ags | Sep | Okt | Nov |
| 1 | Pengumpulan Data | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Pengolahan dan Analisis Data | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Penulisan <i>draft</i> skripsi | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Pengumpulan Skripsi | | | | | | | | | | | | | | |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Tabel 3.6 merinci lini masa penyusunan skripsi secara keseluruhan, yang dimulai pada bulan Oktober 2023 dan berlanjut hingga November 2024. Tahap pertama, pengambilan data lapangan, berlangsung dari Oktober hingga Desember 2023. Setelah data terkumpul, tahap berikutnya adalah pengolahan dan analisis data yang dilakukan dari bulan Januari hingga April 2024, guna menghasilkan temuan yang akan mendukung pembahasan skripsi. Penulisan *draft* skripsi kemudian dimulai pada bulan April 2023 dan berlanjut hingga November 2024, agar hasil

penelitian dapat disusun dengan baik dan menyeluruh. Setelah itu, skripsi dikumpulkan pada bulan November.