

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

##### 3.1.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi kasus sebagai strategi penelitian. Studi kasus berkaitan dengan penelitian yang menggambarkan fenomena yang terjadi. Cresswell (2009, hlm.2002) menyebut studi kasus sebagai penelitian yang mengharuskan peneliti menginvestigasi secara mendalam sebuah program, event, aktivitas, atau sebuah proses. Bisa individual atau lebih dari satu orang.

Dalam studi kasus, hasil penelitian akan mendapatkan gambaran sebuah fenomena yang mendalam, yang dihasilkan melalui proses panjang, dengan didukung oleh berbagai data yang didapat dari berbagai teknik pengumpulan data. Cresswell (2009, hlm.90) menjelaskan bahwa studi kasus berkaitan dengan bagaimana peneliti menginvestigasi secara mendalam dan holistik dari fenomena atau sistem yang terikat dari waktu ke waktu. Investigasi tersebut berkaitan dengan bagaimana peneliti mengumpulkan data melalui berbagai sumber informasi dalam satu konteks atau satu kasus tertentu. Sumber informasi yang bisa digunakan dalam studi kasus adalah observasi, wawancara, dan bahkan analisa pada dokumen atau laporan yang didapat oleh peneliti.

Sejalan dengan Cresswell, Bogdan (2007, hlm.59) menjelaskan bahwa studi kasus adalah suatu penelitian dengan melakukan observasi atau pengamatan dalam suatu kasus, keadaan, objek, atau berbagai fenomena tertentu. Pemilihan studi kasus dalam penelitian ini didasari karena pengalaman konsumen terhadap gangguan iklan adalah sesuatu yang unik. Pemilihan studi kasus dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran secara mendalam apa yang dirasakan dan apa yang akan dilakukan ketika konsumen melihat iklan. Karena pada dasarnya studi kasus adalah metode penelitian untuk mendapatkan gambaran atau fenomena secara mendalam (Satori dan Komariah, 2014, hlm.28). Bogdan dan Biklen (1982, hlm.77) menjelaskan bahwa studi kasus adalah penelitian yang detail terhadap peristiwa, individu, dokumen, dan bahkan terhadap sebuah peristiwa tertentu. Penjelasan Bogdan dan Biklen

tersebut, diperjelas kembali oleh Yin (1987, hlm.34) yang menjelaskan mengenai batasan-batasan terhadap penelitian studi kasus. Batasan-batasan tersebut berupa objek penelitian yang bisa menggunakan studi kasus diantaranya; manusia, fenomena, peristiwa, tempat atau latar, bahkan dokumen. Yin selanjutnya menjelaskan bahwa dalam penelitian studi kasus objek penelitian itu harus dikaji secara mendalam sesuai masalah atau konteks yang diteliti, dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman kasus secara mendalam dan berbagai hubungan dengan berbagai variabel lainnya.

Dalam pelaksanaannya, studi kasus memiliki berbagai tahapan. Tahapan tersebut sebagai pedoman peneliti dalam melakukan penelitian. Creswell (2007, hlm.74) membagi tahapan studi kasus ke dalam beberapa bagian, diantaranya;

1. Menentukan studi kasus adalah metode yang tepat dalam menginvestigasi suatu kasus, atau fenomena
2. Mengidentifikasi kasus yang akan ditelaah.
3. Menggunakan berbagai sumber data dalam pengumpulan data. Hal itu dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran yang mendalam mengenai sebuah peristiwa atau kasus tertentu.

Selanjutnya, Creswell (2007, hlm.75) membagi beberapa analisis yang terdapat dalam metode studi kasus. Beberapa diantaranya adalah;

1. *Within-case analysis*

Analisis *Within-case* adalah analisis yang fokus terhadap satu kasus. Analisis tersebut mengharuskan sebuah penelitian memaparkan secara mendalam objek yang ditelitinya.

2. *Cross-case analysis*

Analisis *cross-case analysis* adalah analisis yang menelaah lintas kasus. Dalam analisis ini penelitian memaparkan berbagai kasus sebagai perbandingan, atau digunakan untuk melengkapi informasi agar penelitian menggambarkan fenomena secara utuh.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan analisis *within-case analysis* sebagai cara memahami secara mendalam apa yang dirasakan konsumen ketika menghadapi gangguan komunikasi dalam iklan Shopee COD.

Studi kasus selain memiliki alat analisisnya tersendiri, studi kasus pun membutuhkan interpretasi. Hal itu berarti dalam penelitian studi kasus tidak hanya menggambarkan fenomena yang ditemukan, tapi diharuskan untuk melakukan pemaknaan terhadap kasus tersebut. Pemaknaan tersebut bisa ditemukan dengan melihat data yang telah terkumpul, atau dengan melihat berbagai literatur.

Studi kasus sebagai sebuah metode penelitian memiliki berbagai jenis. Jenis tersebut menentukan bagaimana hasil akhir dari sebuah penelitian. Creswell (2007, hlm.74) menyebut tiga jenis studi kasus yang bisa digunakan diantaranya

1. Studi kasus tunggal

Dalam studi kasus tunggal, penelitian akan fokus terhadap satu kasus disatu isu. Jenis ini pada awalnya menentukan isu yang menarik untuk diteliti, dan setelah menentukan isu, peneliti akan mengambil kasus yang menggambarkan sebuah isu atau masalah tersebut secara mendalam.

2. Studi kasus kolektif

Studi kasus kolektif berbanding terbalik dengan studi kasus tunggal. Dalam jenis ini penelitian menggunakan berbagai kasus untuk menggambarkan suatu isu atau permasalahan.

3. Studi kasus intrinsik

Studi kasus intrinsik berkaitan dengan bagaimana sebuah penelitian menggambarkan isu itu sendiri, karena dirasa isu tersebut adalah isu yang unik dan bahkan isu yang tidak biasa. Jenis ini acap kali hampir mirip dengan penelitian naratif, perbedaannya terletak dalam analisis. Jenis ini menganalisis sebuah kasus secara mendalam.

Dalam penelitian ini dipilih jenis studi kasus tunggal. Di mana penelitian ini akan menggambarkan masalah gangguan komunikasi dalam iklan Shopee COD. Tidak menggambarkan atau tidak akan mengaitkan keseluruhan iklan yang dipublikasikan oleh Shopee. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan jenis studi kasus tunggal.

### 3.1.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian digunakan dalam cara peneliti dalam mengkaji fenomena gangguan iklan digital yang dirasakan konsumen. Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian

yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian yang pada akhirnya menghasilkan kajian berupa data-data tertulis sebagai data utama dalam menggambarkan hasil penelitian. Bogdan, dkk. (2016, hlm.5) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Dalam penelitian kualitatif, data berupa kata-kata atau data lisan tidak diambil secara mentah-mentah, tapi data tersebut diolah dan dicari makna atau yang sembunyi dibalikinya. Hal itu dilakukan karena pada dasarnya, penelitian kualitatif adalah penelitian yang mencari makna. Hal tersebut seperti diungkapkan oleh (Creswell, 2009 hlm. 465) yang menuliskan bahwa metode kualitatif berkaitan dengan mengeksplorasi dan memahami makna, yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2009:465).

Dalam melengkapi pemahaman mengenai penelitian kualitatif, Ali (2011, hlm..253) memaparkan ciri-ciri penelitian kualitatif diantaranya;

1. Peneliti adalah instrumen. Dalam hal ini, peneliti merupakan alat penelitian itu sendiri, tanpa terpaku peraturan-peraturan yang ketat. Maka dari itu, kunci penelitian kualitatif adalah pemahaman peneliti dalam memahami situasi atau topik yang sedang diteliti. Penelitian kualitatif pula acap kali membutuhkan waktu lama dalam memahami situasi atau topik penelitian, atau dalam mencari sumber data yang tepat. Dalam menuliskan penelitiannya, penelitian kualitatif bersifat deksriptif atau menggambarkan fenomena yang terjadi dengan berbagai sumber data, dalam penggambaran tersebut peneliti diharuskan memaknai tiap informasi atau data yang telah didapatkan.
2. Analisis data penelitian kualitatif bersifat induktif. Maka dari itu, dalam penelitian ini peneliti mencari berbagai informasi, dan berbagai bukti dari sebuah fenomena atau kasus yang ditelitinya, setelahnya menyimpulkan dan memaknai berbagai temuan tersebut sebagai hasil akhir penelitian

Dalam penelitian ini dipilih penelitian kualitatif karena minimnya penelitian terdahulu yang menggambarkan pengalaman konsumen terhadap gangguan komunikasi dalam iklan di media sosial dalam kajian kualitatif. Melalui pendekatan kualitatif, memungkinkan penelitian

ini menangkap lebih mendalam sebuah fenomena atau kasus yang dialami oleh konsumen ketika merasakan gangguan komunikasi dalam iklan Shopee *COD*.

### 3.2 Partisipan Penelitian dan Tempat Penelitian

#### 3.2.1 Partisipan Penelitian

Partisipan penelitian dibutuhkan sebagai bekal peneliti dalam mencari atau mengumpulkan data. Dalam partisipan penelitian peneliti menentukan karakteristik yang sekiranya dapat menjadi sumber data. Karakter utama dalam menentukan partisipan pada penelitian ini adalah pengguna media sosial yang terganggu dalam melihat iklan dimedia sosial.

Dalam menentukan partisipan penelitian, selain menggunakan karakteristik tersebut, penentuan partisipan ini pun akan menggunakan teknik *sampling purposif*. sampling tersebut melakukan pemilihan sampel subjek atau informan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Kriteria informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan gender, intensitas pembelian, dan seberapa sering konsumen tersebut merasa terganggu terhadap iklan. Lebih lanjut dalam penelitian ini akan mengambil narasumber dengan beberapa kriteria di bawah ini diantaranya;

1. Pengguna Youtube yang terganggu dengan adanya iklan Shopee *COD*.
2. Pengguna Youtube yang terganggu dengan adanya iklan Shopee *COD* bergender perempuan dan laki-laki.
3. Pengguna Youtube yang terganggu dengan adanya iklan Shopee *COD* di bawah usia 30 tahun, dan di atas 30 tahun.
4. Pengguna Youtube yang terganggu adanya iklan Shopee *COD* berada distatus ekonomi tinggi, dan menengah ke bawah.

Kriteria di atas berdasarkan penelitian terdahulu dari (Geoff dan Truong, 2010, hlm.10) yang membagi kriteria menjadi dua tema besar diantaranya; usia, gender, penghasilan, dan pengalaman media sosial. Berdasarkan kriteria di atas maka narasumber yang akan menjadi bagian dalam penelitian ini adalah;

Tabel 3.1  
Informan Utama

*(Sumber diolah peneliti 2021)*

No.	Kategori	Informan	Keterangan	Kode
1.	Pengguna Youtube yang Merasa Terganggu Berdasarkan Gender	Riza	Pengguna yang Terganggu Laki-Laki	(S1W1J1 – Nama)
		Rianti	Pengguna yang Terganggu Perempuan	(S1W1J1 – Nama)
2.	Pengguna Youtube yang Merasa Terganggu Berdasarkan Usia di Atas 30 Tahun	Jonathan	Pengguna yang Terganggu di Atas 30 Tahun	(S1W1J1 – Nama)
		Zahra	Pengguna yang Terganggu di Atas 30 Tahun	(S1W1J1 – Nama)
3	Pengguna Youtube yang Merasa Terganggu Berdasarkan Status Sosial Ekonomi Menengah ke Atas	Riza	Pengguna yang Terganggu status ekonomi ke atas	(S1W1J1 – Nama)
		Fira	Pengguna yang Terganggu status ekonomi ke atas	(S1W1J1 – Nama)
4	Pengguna Youtube yang Merasa Terganggu Berdasarkan Status Sosial Ekonomi Menengah ke Bawah	Septi	Pengguna yang Terganggu status ekonomi ke bawah	(S1W1J1 – Nama)
		Rifki	Pengguna yang Terganggu status ekonomi ke bawah	(S1W1J1 – Nama)

Pemilihan subjek penelitian tersebut berdasarkan pra penelitian yang dilakukan peneliti, yang menyimpulkan bahwa semua informan utama penelitian tersebut merasakan gangguan yang dihadirkan iklan dimedia sosial. Selain informan utama, peneliti menghadirkan informan pendukung, sebagai validasi atau pendukung data-data yang dihasilkan dari informan utaman. Berikut merupakan daftar informan pendukung dalam penelitian ini;

Tabel 3.2  
Informan Pendukung

No.	Keterangan	Informan	Kategori	Kode
1.	Praktisi <i>Digital Advertising 1</i>	Faridatun	Praktisi Digital Advertising yang Telah Bekerja 1 Tahun Lebih	(S1W1J1 – Nama)
2.	Praktisi <i>Digital Advertising 2</i>	Taopik	Praktisi Digital Advertising yang Telah Bekerja di Bawah 1 Tahun	(S1W1J1 – Nama)

### 3.2.2 Tempat Penelitian

Penelitian tentang gangguan iklan dimedia sosial ini akan dilakukan di Kota Bandung, dan ada beberapa narasumber yang diwawancari secara *online*, mengingat adanya pemberlakuan pembatasan sosial untuk mencegah pandemi menyebar.

### 3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Adapun alasannya sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Lincoln dan Guba (1985: 39) mereka menyatakan pendapatnya tentang kelebihan peneliti sebagai instrumen: “... semua instrumen dapat berinteraksi dengan responden dan objek penelitian tetapi hanya instrumen manusia yang mampu menangkap dan mengevaluasi arti dari interaksi diferensial”

Pada intinya peneliti sebagai instrumen adalah peneliti menentukan rancangan penelitian, dan bagaimana prosedur atau alurnya. Hal tersebut memungkinkan penelitian kualitatif berjalan dinamis atau tentatif sesuai kebutuhan pengumpulan data atau kebutuhan pemaknaan peneliti. Setelah peneliti memiliki rancangan penelitian, peneliti menentukan instrumen penelitian sederhana, untuk kebutuhan pengumpulan data (Satori dan Komariah, 2014, hlm.69).

#### 3.3.1 Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara dituliskan sebagai pedoman untuk peneliti ketika melakukan pengumpulan data melalui wawancara mendalam. selain sebagai bekal peneliti, pedoman wawancara digunakan pula sebagai data tambahan atau bukti yang bisa



dipertanggungjawabkan berkenaan dengan hasil penelitian ini. terakhir, pedoman wawancara digunakan untuk mendapatkan data yang objektif dalam menelaah gangguan iklan Shopee *COD*.

### **3.3.2 Pedoman Observasi**

Pedoman observasi sama halnya dengan pedoman wawancara. Sebagai bekal peneliti dalam melakukan observasi. Selain itu, pedoman observasi pula digunakan untuk keperluan triangulasi data. Pada akhirnya dengan adanya pedoman observasi membantu peneliti dalam menelaah perilaku non-verbal konsumen dalam melihat iklan Shopee *COD*.

## **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Berikut ini adalah beberapa teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini.

### **3.4.1 Data Primer**

#### **3.4.1.1 Wawancara Mendalam**

Wawancara mendalam pada dasarnya adalah tanya jawab secara bebas tanpa batasan yang menjadikan narasumber terbuka. Satori dan Komariah, (2014, hlm.130) menjelaskan bahwa wawancara mendalam adalah wawancara terbuka dalam mendapatkan informasi tentang apa yang dirasakan individu mengenai dunia yang mereka jalani. Wawancara mendalam pun pasti berkaitan dengan bagaimana cara narasumber menjelaskan dan menyatakan perasaannya.

Wawancara mendalam dipendekatan kualitatif selazimnya diarahkan oleh peneliti itu sendiri. Bogdan (2007, hlm.103) menjelaskan bagaimana wawancara mendalam adalah pengumpulan data mengenai masalah yang diteliti melalui percakapan dan percakapan tersebut diarahkan oleh peneliti. Selain mengarahkan percakapan, peneliti pun harus mampu menangkap makna dari apa yang diucapkan oleh informan.

Menangkap makna tersebut sejalan dengan apa yang dituliskan oleh Stake (2010, hlm.95) yang menjelaskan tujuan dari wawancara mendalam selain untuk mendapatkan tambahan informasi, tujuan lainnya adalah mendapatkan pemaknaan yang menarik dari informan yang menjadi partisipan penelitian.

Terakhir wawancara terbagi menjadi dua bagian. Diantaranya formal dan nonformal. Dalam penelitian ini kedua bagian tersebut digunakan. Namun, dalam pelaksanaannya wawancara nonformal akan dominan digunakan. Hal itu dilakukan karena wawancara nonformal memungkinkan narasumber menjawab pertanyaan dengan apa adanya. Pemilihan wawancara nonformal sudah lazim digunakan daripada formal, hal itu seperti menurut Bogdan dkk. (2016, hlm.9) yang menyebut bahwa wawancara nonformal banyak dipilih dibanding dengan wawancara formal.

#### 3.4.1.2 Observasi

Observasi digunakan untuk mengidentifikasi ekspresi non-verbal konsumen ketika melihat iklan. Melalui observasi menurut Bogdan dkk, (2016, hlm.10) memberikan pengetahuan tentang apa yang dirasakan narasumber secara langsung tanpa melalui perantara apapun.

Melakukan observasi sederhana. Creswell (2009, hlm.181) menyebut bahwa peneliti harus mampu terlibat langsung dan mengamati segala kegiatan di lokasi. Peneliti pun diharuskan untuk mampu menggambarkan semua kegiatan yang berlangsung sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

#### 3.4.1.3 Dokumentasi

Dalam dokumentasi peneliti diizinkan dalam mengumpulkan berbagai data berupa text, gambar. Hal tersebut menurut (Creswell, 2016, hlm.206) sebagai tambahan yang membantu peneliti dalam mengkaji sebuah kasus atau fenomena yang sedang ditelitinya. Sejalan dengan hal tersebut, Emzir (2016, hlm.75) menuliskan bahwa dokumen adalah kebutuhan dalam mendukung hasil wawancara maupun observasi yang telah dikumpulkan oleh peneliti.

Melalui observasi peneliti akan mengumpulkan data-data iklan yang dijalankan, atau gambar-gambar iklan-iklan yang menjadi gangguan bagi konsumen.

### 3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder berkaitan dengan sumber data yang tidak langsung didapatkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan peneliti diantaranya; jurnal penelitian, buku, gambar/foto hasil iklan, dan berbagai literatur lainnya, Berbagai sumber data tersebut bisa dirangkum dengan tabel di bawah ini;

Tabel 3.4  
Teknik Pengumpulan Data

No.	Teknik Pengumpulan Data	Aspek Penelitian	Sumber Data
1.	Wawancara Mendalam	Mengidentifikasi sikap dan perilaku terhadap dampak dari gangguan iklan digital.	Pengguna Youtube yang terganggu dengan <i>Shopee COD</i>
2.	Observasi	Mengidentifikasi ekspresi pengguna Youtube setelah melihat iklan digital yang mengganggu	Pengguna Youtube yang terganggu dengan <i>Shopee COD</i>
3.	Dokumentasi	Mengidentifikasi konten-konten iklan yang menghadirkan gangguan.	Pengguna Youtube yang terganggu dengan <i>Shopee COD</i> , dan Praktisi <i>digital advertising</i>
4.	Studi Literatur	Mengidentifikasi data-data yang berkaitan dengan hasil penelitian melalui buku, jurnal, atau berbagai penelitian terdahulu	Buku, jurnal dan penelitian sebelumnya.

(Sumber: Diolah peneliti 2021)

### 3.5 Prosedur Penelitian

#### 3.5.1 Tahap Persiapan

Dalam tahap persiapan peneliti menggunakan cara untuk mencapai tujuan penelitian yaitu dengan meletakkan langkah-langkah dasar penelitian, ide awal penelitian dan meninjau literatur sebelumnya (Oun, 2014, hlm.252). Rancangan penelitian tertuang dalam proposal penelitian yang telah disetujui oleh dosen pembimbing. Setelah mendapat persetujuan pembimbing peneliti mengurus perizinan penelitian dari akademik FPIPS UPI, Peneliti juga menyiapkan perlengkapan penelitian dan bagaimana menghadapi persoalan etika penelitian

### 3.5.2 Tahap Reduksi

Tahap pembuatan laporan atau reduksi ini adalah metode sederhana yang terutama didasarkan pada meringkas data, dalam langkah-langkah ini dimulai dengan merangkum satu set data, kemudian meringkas bagian yang diringkas dan seterusnya sampai kita berakhir dengan ringkasan yang terfokus dan sangat ringkas yang akurat dan berbeda (Oun, 2014, hlm.256). Hal ini berguna untuk manajemen data yang sangat banyak pada saat penelitian, dengan cara memilih hal-hal pokok yang dianggap sesuai dengan pola penelitian. Peneliti mencatat hal-hal penting yang berkaitan dengan gangguan *Shopee COD* yang dirasakan konsumen. Hal tersebut memudahkan peneliti saat mengorganisir ke dalam sub-sub terkecil. Oleh karena itu, kekurangan data akan terlihat dan memudahkan pencarian data selanjutnya.

Kedua, tahap penyajian data kualitatif dengan pengkodean. Menurut Oun (2014, hlm.256) Pengkodean adalah salah satu teknik interpretatif yang dapat melakukan dua hal terhadap data yang dikumpulkan, membantu mengaturnya dan juga memandu kita untuk memperkenalkan interpretasi sebagai satu metode kualitatif. Ketika semua data telah dikodekan, peneliti dapat ‘memotong dan menempelkan’ kode ke tumpukan oleh kode. Ini adalah titik di mana peneliti mengambil ekstrak data dari konteks aslinya (wawancara atau grup fokus transkrip) dan menempatkan mereka bersama-sama dengan contoh lain dari data pada topik yang sama untuk mulai mencari pola di seluruh data (Patton, 2002, hlm.25) Saat ini, dan dengan bantuan teknologi, analisis data kualitatif dapat didukung oleh aplikasi komputer, analisis pengkodean ini disebut sebagai Perangkat Lunak Analisis Data Kualitatif Komputer (Oun, 2014, hlm.256).

Ketiga, tahap membuat kesimpulan dan verifikasi. Menurut Oun (2014, hlm.256) Bagaimana kita bisa memastikan kelayakan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis atau yang dikenal sebagai validasi dalam studi kualitatif. Memvalidasi data adalah masalah penting, memastikan bahwa data itu kredibel dan kita dapat bergantung padanya.

### 3.6 Analisis Data

Analisis data dihadirkan agar data-data dalam penelitian ini bisa dibaca oleh khalayak luas. Analisis data seperti menurut Ali (2011, hlm.248) adalah teknik yang digunakan peneliti

agar data-data yang diperolehnya bisa dikomunikasikan kepada orang lain. Teknik tersebut dilakukan peneliti ketika peneliti sedang berada di lapangan, dan setelah peneliti selesai di lapangan. (Ali, Mohamad, 2011). Selanjutnya, Patton menyebut bahwa (2012, hlm.23) teknik analisis data adalah bagian yang menyulitkan dalam proses penelitian.

Dalam penelitian ini teknik analisis data akan mengikuti pedoman dari apa yang telah disebutkan oleh Creswell (2009, hlm.156) yang menyebut bahwa terdapat beberapa tahapan dalam menganalisis data, diantaranya:

1. Membuat dan mengatur kategori berdasarkan data yang ada.
2. Membaca teks, membuat catatan margin dan membentuk kode awal sebelum memulai penelitian.
3. Mengumpulkan beberapa kategori untuk membangun tema-tema atau pola
4. Menggunakan interpretasi secara langsung.
5. Menggambarkan kasus dan konteksnya secara jelas.
6. Menampilkan gambaran kasus secara mendalam dalam bentuk narasi, tabel dan angka.
7. Mengembangkan generalisasi naturalistik melalui analisa data.

Tahapan tersebut menjadi pedoman peneliti dalam melakukan analisis data.

### **3.6.1 Reduksi Data**

Analisis data berkaitan dengan reduksi data. Reduksi data menurut Emzir (2016, hlm.129) adalah upaya penyederhanaan, penyempitan topik, pemilihan, abstraksi, dan perpindahan data yang diperoleh dari penelitian. Reduksi data merupakan bentuk analisis dalam upaya peneliti mempertegas hasil penelitian. Selain itu, Reduksi data pula digunakan untuk mengurangi data yang banyak dalam hasil penelitian.

### **3.6.2 Penyajian Data**

Langkah lainnya, dalam analisis data adalah penyajian data. Penyajian data adalah upaya hasil-hasil penelitian disajikan ke pembaca sedemikian rupa. Sugiyono (2015, hlm.95) menuliskan bahwa dalam penyajian data, peneliti bisa menggunakan berbagai bentuk untuk

menampilkan data secara sederhana, dan secara rinci. Seperti menggunakan table, grafik, *pie chart*, *pictogram*, dan berbagai alat lainnya dalam mengkomunikasikan data.

Penyajian data dalam penelitian ini akan berkisar pada tabel berupa matriks, untuk mengidentifikasi lebih rinci pola-pola dalam hasil penelitian, atau mengidentifikasi perbedaan-perbedaan karakteristik antara informan utama.

### **3.6.3 Kesimpulan dan Verifikasi**

Kesimpulan dan verifikasi adalah tahap akhir dari analisis data. Miles dan Huberman menyebut bahwa kesimpulan dalam penelitian kualitatif harus menghadirkan temuan-temuan baru yang belum dipublikasikan. Temuan tersebut baik dalam berupa text atau deksripsi suatu objek. Dalam penelitian ini diharapkan melahirkan berbagai temuan baru mengenai objek atau kasus gangguan *Shopee COD* di media sosial.

Peran verifikasi dalam hal ini adalah sebagai pendukung kesimpulan. Kesimpulan tidak bisa berdiri sendiri, di belakangnya harus ada verifikasi yang menopang, atau berbagai bukti yang valid, konsisten, dan bisa dipertanggung jawabkan.

## **3.7 Uji Keabsahan Data**

### **3.7.1 Triangulasi**

Dalam upaya peneliti melakukan pengabsahan data, peneliti menggunakan metode yang acap kali dikenal dengan tringulasi. Menurut Ali (2011, hlm.256) dengan menggunakan metode tringulasi membantu peneliti untuk mengamati temuan-temuannya dengan lebih jelas, sehingga apa yang telah ditemukan bisa terlihat secara jernih.

Ali (2011, hlm.257) mendefinisikan tringulasi sebagai proses vallidasi, yang dilakukan peneliti untuk melakukan validasi temuan-temuannya. Validasi yang coba dilakukan adalah menguji kesahihan antara sumber data satu dan sumber data yang lainnya, atau bisa pula mengui antara metode satu dan metode lainnya.

Sederhananya, teknik ini adalah tenkik yang dilakukan peneliti agar temuan-temuannya bisa lebih dipertanggung jawabkan, atau lebih kredibel, atau menurut Ali (2011, hlm.257) teknik ini dilakukan peneliti agar risetnya bisa lebih reliabel dan valid. Lebih jauh lagi, Ali menganalogikan teknik ini seperti teknik yang dilakukan dalam dunia *broadcasting*, yaitu untuk menentukan titik mana yang asli dengan menggunakan dua signal sekaligus secara

bersamaan. Cara itu dilakukan untuk menguatkan signal antena-antena yang berkaitan. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dituliskan Patton (2002, hlm.26) Ia menuliskan bahwa triangulasi adalah salah satu upaya untuk meningkatkan validitas temuan. Dengan cara yang disadari mencari bukti dari berbagai sumber, dan membandingkannya dengan sumber-sumber yang berbeda.

Salah satu upaya peneliti dalam melakukan triangulasi misalkan dengan membandingkan temuan dari informan utama dengan temuan informan pendukung. Jika ditemukan kesamaan, hal tersebut bisa mengabsahkan temuan dari informan utama. Contoh lain lagi adalah menggunakan teori atau literatur dalam menegaskan hasil temuan dari wawancara informan utama. Terakhir, bisa menggabungkan cara-cara itu. Sampai pada akhirnya temuan bisa menjadi valid dan reliabel.

Patton (2002:26) memberi perhatian ketika peneliti melakukan triangulasi. Menurutnya peneliti harus memperhatikan bahwa orang-orang atau informan acap kali berbicara berbeda dalam konteks yang berbeda. Perbedaan itu akan menjadi sumber yang penting bagi peneliti. Asumsi itulah yang harus selalu diingat oleh peneliti baik di lapangan atau setelah di lapangan.

### 3.7.2 Membercheck

Upaya lain dalam usaha peneliti melakukan validasi data atau keabsahan data, peneliti menggunakan metode yang disebut Patton (2002:22) sebagai *member check*. Upaya tersebut adalah merundingkan data yang telah ditemukan peneliti kepada informan utama. Hal itu dilakukan agar informan utama bisa mencerminkan atau menjelaskan lebih jauh masalah mereka dari perspektif mereka sendiri.

Patton (2002:27) menjelaskan unsur yang terpenting dalam upaya keabsahan data atau validitas data. Menurutnya, peneliti diharuskan memperhatikan temuan-temuan yang berbeda dari kesimpulan. Peneliti dengan itu diharuskan menjelaskan mengapa hal tersebut berbeda. Menjelaskan hal tersebut temuan-temuan peneliti akan menjadi kuat. Patton melanjutkan bahwa peneliti diharuskan mendapatkan hasil secara maksimal, agar temuan-temuan yang didapatkan bisa dipercaya.

Dalam penelitian ini *membercheck* digunakan sebagai cara penulis mengkonfirmasi temuan-temuan penulis. Agar temuan penulis memiliki validasi, atau berbagai argument bisa

diterima. Selain itu, *membercheck* dalam penelitian ini dilakukan sebagai konfirmasi, bahwa apa yang diungkapkan informan, sesuai dengan apa yang diungkapkan penulis dalam penelitian ini.



