

BAB III

METODE

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan keilmuan yakni ilmu komunikasi. Teori yang digunakan dalam pembahasannya adalah teori-teori komunikasi politik, *public relations* politik, dan manajemen citra.

B. Strategi/Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Menurut Alase (2017) fenomenologi adalah sebuah metodologi kualitatif yang mengizinkan peneliti menerapkan dan mengaplikasikan kemampuan subjektivitas dan interpersonalnya dalam proses penelitian eksploratori. Metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi sengaja dipilih agar dapat mendeskripsikan dan menggambarkan suatu fenomena secara apa adanya tanpa memanipulasi data di dalamnya. Metode ini juga memandang objek kajiannya sebagai sesuatu yang utuh dan tidak terpisah dengan objek lain.

C. Sifat Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Moleong (2017) menyampaikan bahwa penelitian kualitatif merupakan langkah-langkah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis ataupun lisan dari berbagai

individu dan perilaku yang dapat diamati. Data yang dapat dikumpulkan dalam penelitian deskriptif berupa kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal itu dikarenakan terdapat adanya penerapan metode kualitatif dimana seluruh data yang dikumpulkan bisa jadi sebagai kunci atau jawaban terhadap pembahasan yang sedang diteliti dan laporan penelitian akan berisi beberapa kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian dalam laporan tersebut. Pada penelitian ini data yang digunakan merupakan berupa kumpulan dari kata-kata dan gambar yang akan dianalisis agar mendapatkan gambaran yang utuh atas permasalahan yang dikaji.

D. Penjelasan Konsep

Berdasarkan kerangka konsep penelitian (Gambar 2.1), penelitian ini akan melihat bagaimana tim Ganjar Pranowo melakukan manajemen pengemasan citra diri sang aktor politik, dimulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian dan pengkomunikasian, sehingga dapat menghasilkan citra politik seorang Ganjar Pranowo dalam akun TikTok @ganjarpranowofc. Untuk menjelaskan fenomena tersebut, penelitian ini akan dilakukan dengan tahapan seperti yang terlihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Alur Penelitian

E. Informan dan Sumber Informasi

Pemilihan subjek penelitian pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena penulis memilih narasumber dengan pertimbangan tertentu. Moleong (2001) menyebutkan bahwa teknik *purposive* merupakan suatu langkah untuk memilih subjek penelitian berdasarkan pertimbangan, ciri-ciri atau kriteria tertentu yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian.

Menurut Alase (2017) penentuan partisipan penelitian dalam studi fenomenologi dapat berjumlah 2-25 orang partisipan dari kelompok yang homogen, yang artinya memiliki kesamaan situasi atas fenomena yang diteliti. Penentuan partisipan penelitian akan dilakukan setelah dilakukan penentuan isu atau fenomena dari media sosial TikTok akun @ganjarpranowofc.

Informan kunci penelitian ini adalah Ganjar Pranowo serta tim media sosial Ganjar Pranowo. Informan kunci penelitian ini berperan sebagai sumber informasi mengenai bagaimana aktivitas PR politik khususnya manajemen citra dilakukan untuk membentuk citra politik Ganjar Pranowo.

Sedangkan partisipan penelitian adalah dari kelompok audiens TikTok @ganjarpranowofc. Para responden adalah pengguna TikTok (*follower* akun @ganjarpranowofc) yang memberikan respon pada kolom komentar video konten. Partisipan dari kelompok pengguna/*follower* dipilih berdasarkan keaktifan serta kesesuaian konteks komentar yang disampaikan dalam kolom komentar.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa wawancara dan observasi fenomenologi.

a) Wawancara

Menurut Moleong (2001), wawancara adalah percakapan yang dengan maksud tertentu. Jenis wawancara yang terjadi dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (*semi structure interview*), yang tergolong dalam kategori *in-depth interview*, maksudnya adalah pelaksanaannya lebih bebas jika dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan namun secara lebih terbuka di mana pihak yang diajak wawancara tersebut akan dimintai pendapat dan juga ide-idenya.

Selain itu, Leavy (2017) juga mengatakan bahwa, wawancara dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti; tatap muka, melalui panggilan video, telepon dan bahkan *e-mail*.

Mengingat wawancara tatap muka tidak selalu memungkinkan, terutama pada situasi pandemik Covid-19, maka wawancara dilakukan melalui *video-call*, *online meeting*, telepon atau *e-mail*. Sebelum melakukan wawancara, peneliti meminta izin kepada informan terpilih untuk dilakukan wawancara dan direkam.

Kepada informan kunci yaitu Ganjar Pranowo dan tim media sosialnya, dilakukan wawancara langsung tatap muka. Sedangkan kepada responden audiens/*followers* akun TikTok @ganjarpranowofc yang terpilih, wawancara dilakukan melalui medium *video-call*, *online meeting*, atau telepon (sesuai kesepakatan dengan masing-masing informan). Seluruh proses direkam dan kemudian ditranskripsi.

Partisipan dari kelompok *followers* sebanyak 6 (enam) orang dipilih berdasarkan keaktifan serta kesesuaian konteks melalui kolom komentar dari 6 video konten yang dipilih.

b) Observasi Fenomenologi

Observasi dilakukan dengan pengamatan fenomena PR politik Ganjar Pranowo, seperti pengamatan video konten TikTok dan komentar para audiens.

Seperti yang dikemukakan oleh Greening (2019), penelitian akan dilakukan dalam empat tahap yaitu: 1) *bracketing*, proses mengidentifikasi dan menahan setiap keyakinan serta pendapat yang sebelumnya telah terbentuk yang mungkin saja ada dan mengenai fenomena atau gejala yang sedang diteliti; 2) *intuiting*,

proses terbuka terhadap makna yang terkait dengan fenomena oleh mereka yang pernah mengalaminya sehingga menghasilkan pemahaman umum mengenai fenomena yang sedang diteliti; 3) *analyzing*, proses yang melibatkan proses lainnya yang meliputi coding, kategorisasi dan memahami arti dari fenomena tersebut; dan 4) *describing*, proses mendefinisikan fenomena yang diteliti dalam bentuk deskripsi kritis yang tertulis atau verbal.

Tahapan paling awal dalam penelitian ini adalah menentukan batasan fenomena yang akan dikaji. Dengan data lebih dari 944 video dalam akun TikTok @ganjarpranowofc, akan dibatasi pada video tertentu yang akan mewakili fenomena tertentu berdasarkan isu yang berkembang. Pemilihan konten dan respon *followers* akan mengikuti fenomena yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini dilakukan agar pengamatan dapat dilakukan dengan fokus. Tahapan penentuan fenomena adalah sebagai berikut:

- 1) Batasan/rentang waktu isu yang diteliti: Video konten yang diunggah di akun TikTok @ganjarpranowofc mulai bulan Januari 2022 hingga bulan Mei 2022.
- 2) Konten yang diunggah pada rentang waktu tersebut kemudian dipilih dan dikelompokkan menjadi 2 (dua) kelompok besar:
 - a. Video konten yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab sebagai Gubernur,
 - b. Video konten yang berkaitan dengan aktivitas dan citra pribadi.
- 3) Setelah dikelompokkan, kemudian diberikan ranking berdasarkan jumlah *viewers*. Lalu dipilih masing-masing 3 (tiga) video konten dengan *viewers* terbanyak dari masing-masing kelompok. Sehingga, penelitian fokus pada 6

- 4) (enam) video konten yang dipilih dan dilakukan kajian dengan metode fenomenologi.

Rangkuman data yang dibutuhkan beserta teknik pengumpulannya dapat dilihat pada Lampiran 1, panduan pertanyaan wawancara Ganjar Pranowo dapat dilihat pada Lampiran 2, panduan pertanyaan wawancara Tim Media dapat dilihat pada Lampiran 3, panduan pertanyaan wawancara Pakar Komunikasi dapat dilihat pada Lampiran 4, panduan pertanyaan wawancara untuk partisipan *followers* dapat dilihat pada Lampiran 5.

G. Teknik Analisa Data

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, metode pengolahan dan analisis data dilakukan dalam tiga tahap. Tahap pertama, sebagaimana yang disarikan dari Alase (2017), dari pengumpulan data hasil wawancara mendalam kemudian dilakukan pengkodean (*coding*). Setelah dilakukan pengkodean, kemudian dilakukan analisis terhadap data tersebut. Selain itu, juga akan dilakukan analisis manajemen citra dari tahapan perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*) dan pengkomunikasian (*communicating*), dan analisis *story telling* TikTok.

Tahap kedua, data hasil wawancara khusus dengan informan kelompok aktor politik dilakukan analisis manajemen citra mulai dari perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengkomunikasian (*communicating*), dan analisis *story telling* TikTok. Analisis ini dilakukan dengan: 1) melakukan interpretasi terbatas atas data dan hubungan yang ada dalam penelitian; dan 2)

menghubungkan interpretasi tersebut dengan teori. Begitu pula dengan hasil wawancara mendalam kepada partisipan kelompok *followers*. Hasil wawancara dilakukan transkripsi dan pengkodean (*coding*), kemudian dilakukan analisis terhadap data tersebut.

Ketiga, fenomena *story telling* pada akun TikTok @ganjarpranowofc dijelaskan atas hasil pengamatan terhadap video konten terpilih. Kemudian untuk memaknai *storytelling* dalam video konten, dilakukan analisis semiotika terhadap 6 (enam) video konten terpilih.

H. Uji Kesahihan atau Keabsahan Data

Uji kesahihan atau keabsahan data dilakukan dengan triangulasi data. Triangulasi adalah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data. Triangulasi data pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.