

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Bagan Alur Penelitian

Untuk memudahkan pemahaman terhadap tahapan penelitian, berikut disajikan bagan alur penelitian yang menggambarkan langkah-langkah yang dilakukan sejak tahap awal hingga akhir penelitian.



Gambar 3.1 Bagan Alur Penelitian

Tahapan penelitian dimulai dari: (1) Identifikasi Masalah dan Studi Pendahuluan; (2) Penentuan Objek dan Sampel Penelitian; (3) Pengumpulan Data melalui Observasi Konten Digital dan Dokumentasi; (4) Analisis Data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana; (5) Pembahasan dan Interpretasi Hasil Analisis; dan (6) Penarikan Kesimpulan dan Penyusunan Rekomendasi Strategi.

Urutan tahapan tersebut disusun secara sekuensial karena setiap tahap menjadi prasyarat bagi tahap berikutnya. Identifikasi masalah dan studi pendahuluan dilakukan lebih dahulu agar fokus penelitian benar-benar relevan

dengan konteks konten edukasi Informatika di TikTok dan Instagram Reels. Penentuan objek dan sampel penelitian baru dilakukan setelah masalah telah dinyatakan dengan jelas, sehingga kriteria pemilihan video benar-benar sesuai dengan kebutuhan analisis, bukan hanya video yang tersedia secara kebetulan. Pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat dilakukan setelah objek penelitian ditentukan, sehingga data yang diperoleh dapat berfokus pada sampel yang sudah ditetapkan sebelumnya. Analisis data dengan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana dilakukan setelah proses pengumpulan data selesai, karena model tersebut membutuhkan data mentah yang sudah lengkap sebelum memasuki tahap reduksi dan penyajian. Pembahasan dan interpretasi hasil dilakukan setelah analisis selesai, agar temuan yang dijelaskan benar-benar didasarkan pada hasil pengolahan data, bukan pada asumsi yang ditetapkan oleh peneliti awalnya. Penarikan kesimpulan dilakukan pada tahap terakhir karena kesimpulan penelitian dibuat berdasarkan seluruh proses sebelumnya, sehingga urutan ini memastikan setiap kesimpulan dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai karakteristik strategi visual, narasi, serta pola Engagement Rate berdasarkan data yang diperoleh dari video konten yang menjadi objek penelitian. Pendekatan deskriptif kualitatif semacam ini sejalan dengan Rustanta, Putranto, dan Huang (2025) yang juga menggunakan observasi mendalam terhadap video TikTok untuk memetakan karakteristik kontennya secara sistematis.

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis karakteristik strategi visual, narasi, serta pola tingkat engagement berdasarkan data yang diperoleh dari video konten yang menjadi objek penelitian. Pendekatan kualitatif deskriptif seperti ini sejalan dengan pendapat Rustanta, Putranto, dan Huang (2025) yang juga menggunakan observasi mendalam terhadap video TikTok untuk memetakan karakteristik konten secara sistematis.

Dalam penelitian ini, data Engagement Rate digunakan sebagai acuan untuk menunjukkan tingkat keterlibatan audiens terhadap video konten yang sedang dianalisis. Menggunakan indikator kuantitatif seperti likes, komentar, bagikan, serta jenis interaksi lainnya dapat membantu memantau seberapa aktif pengguna terlibat dalam media sosial. Penelitian tinjauan sistematis mengenai pengukuran keterlibatan media sosial menunjukkan bahwa pendekatan yang menggunakan metrik kuantitatif adalah salah satu pendekatan yang sering digunakan, dengan indikator seperti jumlah komentar, likes, share, serta jumlah pengikut. Pendekatan deskriptif dipilih karena tujuan penelitian ini bukan untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel secara statistik inferensial, melainkan untuk menjelaskan secara mendalam bagaimana elemen visual dan narasi disusun dalam setiap video, serta bagaimana pola tingkat keterlibatan terbentuk di setiap platform. Secara lain, penelitian ini hanya menggambarkan kondisi yang terjadi secara alami berdasarkan data yang didapat, tanpa mengubah atau memberi perlakuan apa pun terhadap objek yang diteliti. Sifat deskriptif ini juga memungkinkan peneliti menyajikan data kuantitatif berupa angka Engagement Rate secara bersamaan dengan data kualitatif yang mencakup elemen visual dan narasi, sehingga kedua jenis data tersebut bisa saling melengkapi dalam menjawab permasalahan penelitian.

Dilihat dari objek yang diteliti, penelitian ini juga termasuk dalam kategori penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus tunggal, karena semua video yang dianalisis berasal dari satu kreator yang sama, namun dipublikasikan di dua platform berbeda, yaitu TikTok dan Instagram Reels. Pemilihan desain ini memungkinkan peneliti mengendalikan variasi yang dipengaruhi oleh faktor kreator, seperti cara penyampaian, mutu produksi, dan topik materi, sehingga perbedaan pada tingkat Engagement Rate yang ditemukan di antarplatform bisa lebih dikaitkan dengan karakteristik platform serta algoritma, bukan hanya karena perbedaan kualitas konten dari creator yang berbeda. Pendekatan ini sesuai dengan penggunaan metode netnografi seperti yang dijelaskan pada subbab tentang kebaruan penelitian, yaitu memahami perilaku dan respons audiens dalam konteks alamiahnya di ruang digital, tanpa campur tangan peneliti dalam proses distribusi maupun algoritma platform. Desain studi kasus tunggal seperti ini juga digunakan oleh (Setyaningsih et al., 2025) dalam mengkaji dinamika interaksi audiens pada satu akun TikTok secara detail.

Sebagai penelitian deskriptif, hasil yang diperoleh dalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk diterapkan secara umum kepada semua kreator konten edukasi Informatika di TikTok dan Instagram Reels, karena karakteristik audiens, cara kerja algoritma, serta gaya penyampaian konten masing-masing akun bisa berbeda-beda. Meskipun begitu, penjelasan yang mendalam tentang satu kasus tetap memiliki manfaatnya sendiri, karena dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara strategi pengemasan konten dan karakteristik platform dalam membentuk cara audiens terlibat. Temuan-temuan yang bersifat kontekstual seperti ini bisa menjadi dasar untuk penelitian lanjutan yang berbentuk perbandingan antar

kreator atau bahkan penelitian inferensial dengan sampel yang lebih luas. Dengan demikian, posisi penelitian deskriptif ini dapat dipahami sebagai tahap eksplorasi yang menjadi dasar pengembangan penelitian selanjutnya terkait strategi konten edukasi di media sosial.

Penerapan desain deskriptif dalam penelitian ini juga mempengaruhi cara data ditampilkan di Bab IV, yaitu dengan menggabungkan penjelasan naratif mengenai karakteristik visual dan narasi masing-masing video dengan penyajian data numerik Engagement Rate dalam bentuk tabel atau grafik perbandingan. Pemaduan kedua bentuk penyajian ini bertujuan agar pembaca tidak hanya memahami seberapa besarnya angka keterlibatan audiens, tetapi juga memahami konteks kualitatif di balik angka tersebut, misalnya faktor-faktor apa saja yang memengaruhi video dengan Engagement Rate tinggi maupun rendah. Oleh karena itu, desain deskriptif yang dipilih tidak hanya menentukan cara pengumpulan data, tetapi juga memengaruhi struktur analisis dan pembahasan pada bab-bab berikutnya.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan secara daring (*online*) melalui pengamatan langsung terhadap unggahan video pada dua akun media sosial, yaitu akun TikTok @kimaliciameisyasyahab23 dan akun Instagram @aliciameisyayahab. Pemilihan lokasi penelitian secara daring ini didasari oleh sifat objek penelitian yang berupa konten digital, sehingga proses pengamatan, dokumentasi, dan pengambilan data metrik dilakukan langsung melalui platform yang bersangkutan tanpa memerlukan kontak atau interaksi tatap muka secara langsung di lapangan. Waktu penelitian berlangsung selama kurun waktu unggahan video, yaitu antara bulan Januari hingga

April 2026, terhitung sejak video pertama diunggah pada 16 Januari 2026 hingga video terakhir yang dianalisis pada 15 April 2026. Rentang waktu tersebut dipilih untuk memastikan seluruh video yang dianalisis memiliki masa tayang yang relatif setara, sehingga data metrik *engagement* yang diperoleh dapat dibandingkan secara proporsional antarvideo maupun antarplatform.

Pemilihan rentang waktu Januari April 2026 juga mempertimbangkan konsistensi kondisi algoritma pada kedua platform selama periode tersebut, mengingat pembaruan algoritma yang terlalu sering berpotensi memengaruhi pola distribusi dan keterlibatan konten secara tidak merata antarvideo. Dengan membatasi pengamatan pada rentang waktu yang relatif berdekatan, peneliti berupaya menjaga agar seluruh video sampel berada pada kondisi lingkungan platform yang kurang lebih sama, sehingga perbedaan nilai *Engagement Rate* yang ditemukan lebih mencerminkan karakteristik konten itu sendiri dibandingkan faktor eksternal seperti perubahan kebijakan algoritma. Selain itu, karena penelitian ini menggunakan akun pribadi peneliti sebagai objek pengamatan, pemilihan lokasi dan waktu penelitian secara daring turut memungkinkan peneliti berperan langsung sebagai kreator sekaligus pengamat konten, sehingga proses dokumentasi dapat dilakukan secara konsisten sejak tahap pengunggahan hingga pengambilan data metrik akhir.

3.4 Objek dan Sampel Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah video konten pembelajaran bidang Teknik Informatika yang diunggah pada platform TikTok dan Instagram, mencakup topik pemrograman, perangkat keras komputer, jaringan komputer, keamanan data, hingga pengenalan teknologi informasi secara umum. Sampel penelitian ditentukan

menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, bukan berdasarkan probabilitas acak. Pendekatan pengambilan sampel video dalam rentang waktu tertentu ini merujuk pada (Huertas-Bailén et al., 2024) yang menganalisis seluruh video sebuah akun TikTok selama periode enam minggu untuk menjaga konsistensi data metadata yang dibandingkan.

Sampel penelitian terdiri atas 13 pasang video (total 26 video) yang dipublikasikan secara bersamaan pada kedua platform (TikTok dan Instagram Reels) dengan konten identik. Sampel ini mencakup 10 pasang video dengan topik utama Teknik Informatika serta 3 pasang video non-Informatika (Pancasila, Ibadah, dan Budaya Bali) yang berfungsi sebagai sampel kontrol (*baseline data*). Penyertaan video *baseline* ini bertujuan untuk menguji secara komparatif apakah terdapat perlakuan berbeda dari sistem algoritma masing-masing platform terhadap konten keilmuan teknis/spesifik dibandingkan dengan konten umum kemasyarakatan.

Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini meliputi: (1) video diunggah pada rentang waktu penelitian yang telah ditentukan (Januari April 2026); (2) video memiliki data metrik engagement yang lengkap dan dapat diakses, meliputi jumlah penayangan (*views*), suka (*likes*), komentar (*comments*), dan bagikan (*shares*); serta (3) video diunggah melalui akun yang sama pada kedua platform untuk menjaga konsistensi perbandingan.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari perbedaan penafsiran, berikut dijabarkan definisi operasional dari variabel utama yang diamati dalam penelitian ini.

Elemen Visual merupakan komponen tampilan pada video yang dapat diamati secara langsung, meliputi kualitas gambar (resolusi dan pencahayaan), komposisi warna, penggunaan teks atau caption pada layar, transisi antar adegan, efek visual tambahan, serta kualitas audio pendukung. Elemen ini diukur secara deskriptif melalui pengamatan langsung terhadap setiap video sampel, bukan melalui instrumen kuesioner.

Elemen Narasi merupakan cara penyampaian pesan dalam video, mencakup kemampuan hook atau daya tarik pada detik-detik awal tayangan, alur penyampaian cerita (storytelling), gaya bahasa yang digunakan, serta ada tidaknya ajakan bertindak (call to action) di akhir video. Elemen ini juga diamati secara deskriptif berdasarkan struktur penyampaian konten pada setiap video.

Engagement Rate (ER) merupakan variabel kuantitatif yang menggambarkan tingkat keterlibatan audiens terhadap suatu video, dihitung berdasarkan rasio antara jumlah interaksi aktif (likes, comments, dan shares) terhadap jumlah penayangan (views) pada masing-masing video. Semakin tinggi nilai ER suatu video, semakin tinggi pula tingkat keterlibatan audiens yang berhasil dibangun oleh video tersebut. Perhitungan dan konversi nilai ER untuk setiap sampel video dijelaskan secara rinci pada Bab IV bagian 4.2.

Ketiga variabel di atas saling berkaitan dalam kerangka analisis penelitian ini. Elemen Visual dan Elemen Narasi berperan sebagai variabel deskriptif yang menjelaskan karakteristik konten, sedangkan Engagement Rate berperan sebagai variabel hasil yang mencerminkan respons audiens terhadap karakteristik tersebut. Dengan memosisikan ketiganya secara berdampingan, penelitian ini dapat mengaitkan pola pengemasan visual dan naratif tertentu dengan tingkat keterlibatan

yang dihasilkan, sehingga nilai Engagement Rate tidak diperlakukan sebagai angka yang berdiri sendiri, melainkan sebagai cerminan dari karakteristik konten yang menyertainya.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: (1) Observasi Konten Digital, yaitu peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap video konten yang diunggah pada platform TikTok dan Instagram dengan memperhatikan elemen visual, seperti kualitas gambar, komposisi warna, penggunaan teks, transisi, dan efek visual, serta elemen narasi yang meliputi storytelling, hook, penyampaian pesan, dan call to action. Teknik ini relevan dengan pendekatan netnografi yang mengadaptasi teknik penelitian etnografi untuk mengamati dan menganalisis fenomena serta interaksi yang terjadi dalam lingkungan media. Teknik observasi konten digital ini merujuk pada pendekatan Rustanta, Putranto, dan Huang (2025) yang mengamati video TikTok secara langsung untuk mengidentifikasi pola penyajian dan respons audiens.

(2) Dokumentasi, yaitu proses pengumpulan data berupa rekaman video, tangkapan layar (screenshot) metrik penayangan, serta catatan tanggal unggah dari setiap video sampel pada kedua platform. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti fisik yang dapat ditelusuri kembali untuk mendukung keabsahan data yang telah dicatat pada lembar pencatatan (coding sheet), sekaligus menjadi arsip cadangan apabila terjadi perubahan tampilan angka metrik akibat pembaruan sistem pada platform TikTok maupun Instagram di kemudian hari. Kedua teknik pengumpulan data tersebut, yaitu observasi dan dokumentasi, dilakukan secara bersamaan pada setiap video sampel sehingga data yang diperoleh saling melengkapi dan dapat

dipertanggungjawabkan keakuratannya. Penggunaan tangkapan layar dan rekaman video sebagai bentuk dokumentasi juga sejalan dengan Halamish dan Elbaz (2020) yang menekankan pentingnya pencatatan berbasis tampilan layar (screen-based) untuk menjaga akurasi observasi konten digital.

Dalam pelaksanaannya, pengambilan data metrik dilakukan pada rentang waktu yang relatif seragam setelah masing-masing video diunggah, yaitu tidak kurang dari tujuh hari sejak tanggal unggah, agar setiap video memiliki kesempatan yang setara untuk memperoleh penayangan dan interaksi sebelum datanya dicatat. Penyeragaman jeda waktu ini penting mengingat pola distribusi konten pada TikTok dan Instagram Reels umumnya meningkat signifikan pada beberapa hari pertama setelah unggah, kemudian melambat seiring berjalannya waktu; apabila jeda pengambilan data tidak diseragamkan, video yang diamati lebih awal berisiko memiliki metrik yang belum representatif dibandingkan video yang sempat beredar lebih lama. Setiap tangkapan layar metrik juga disimpan lengkap dengan stempel waktu (timestamp) pengambilan, sehingga proses pencatatan dapat ditelusuri dan diverifikasi ulang apabila diperlukan pada tahap analisis maupun pada saat sidang. Konsistensi rentang waktu pengambilan data ini juga diterapkan oleh Dekker, Baumgartner, dan Sumter (2025) dalam desain within-subjects untuk menjaga agar hasil pengukuran antarperiode dapat dibandingkan secara adil.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa lembar pencatatan data (coding sheet) yang disusun menggunakan aplikasi spreadsheet (Microsoft Excel). Lembar pencatatan ini memuat kolom-kolom terstruktur untuk merekam data setiap video sampel, meliputi nomor urut video, tanggal unggah, durasi video

(dalam detik), topik atau judul video, jumlah penayangan (views), jumlah suka (likes), jumlah komentar (comments), jumlah bagikan (shares), serta rata-rata durasi tonton (watch time). Struktur pencatatan ini digunakan secara konsisten untuk kedua platform, sebagaimana disajikan pada Tabel 4.1 (data TikTok) dan Tabel 4.2 (data Instagram Reels) pada Bab IV. Struktur pencatatan berbasis kategori semacam ini mengadaptasi prinsip pengodean konten yang digunakan oleh (Cheng & Li, 2024)) dalam menganalisis elemen sentimen dan sudut pandang pada video TikTok secara terstruktur.

Instrumen distandardisasi, ketika data perlu dicatat secara sistematis oleh peneliti melalui penggunaan spreadsheet dan perhitungan Engagement Rate hanya dapat terjadi selama fase analisis data. Bersamaan dengan lembar pencatatan metrik, peneliti menggunakan catatan observasi untuk mendokumentasikan elemen visual dan narasi pada setiap video (deskriptif).

Untuk menjaga konsistensi pencatatan, setiap kolom pada coding sheet diisi berdasarkan definisi operasional variabel yang telah ditetapkan pada bagian 3.5, sehingga tidak terjadi perbedaan interpretasi antara satu video dengan video lainnya meskipun proses pencatatan dilakukan pada waktu yang berbeda. Sebagai contoh, jumlah watch time dicatat dalam satuan detik yang diperoleh langsung dari fitur analitik bawaan platform (native analytics), bukan berdasarkan estimasi atau perkiraan peneliti, sehingga data yang direkam bersifat objektif dan dapat diverifikasi ulang. Konsistensi struktur pencatatan ini menjadi dasar penting agar hasil perhitungan Engagement Rate pada Bab IV dapat dibandingkan secara adil antar video maupun antar platform.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles. Analisis data dilakukan selama tahapan pengumpulan data dan berlanjut hingga penyelidikan menghasilkan temuan yang sesuai dengan fokus penelitian. Mengurangi data, Menyajikan data, serta Mengembangkan dan Menguji kesimpulan merupakan langkah lain dalam proses analisis. Tahap-tahap ini selaras dengan penerapan model analisis dari Miles dan Huberman dalam jurnal berjudul "The use of digital media for learning for people with intellectual disabilities (Case study at SLB Negeri Jombang)". Pendekatan analisis iteratif (non-linear) terhadap data ini juga terkait dengan Monib, Qazi, dan Apong (2025), yang menyelesaikan studi tinjauan sistematis yang semakin menegaskan perlunya analisis berulang (iteratif) ketika menyintesis temuan dari beragam sumber data.

1. Kondensasi Data (Data Condensation)

Data yang dikondensasi meliputi identifikasi elemen visual, seperti penggunaan warna, tipografi, komposisi, transisi, dan format video, serta elemen narasi yang mencakup hook, penyampaian pesan, gaya bahasa, dan call to action. Selain itu, data engagement berupa jumlah view, like, komentar, dan share dikelompokkan berdasarkan masing-masing video untuk memudahkan proses analisis.

2. Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik elemen visual dan narasi pada setiap video serta pola engagement yang muncul pada platform TikTok dan Instagram. Melalui penyajian tersebut, peneliti dapat membandingkan performa masing-masing konten dan mengidentifikasi

kecenderungan hubungan antara penggunaan elemen visual dan narasi dengan tingkat keterlibatan audiens.

3. Penarikan dan Verifikasi Kesimpulan (Conclusion Drawing/Verification)

Pada tahap terakhir, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan pola dan temuan yang diperoleh dari hasil analisis data. Kesimpulan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian, yaitu mengenai strategi penguatan elemen visual dan narasi video konten serta pola engagement atau tingkat viewer pada TikTok dan Instagram dalam menarik minat masyarakat. Kesimpulan yang diperoleh kemudian diverifikasi kembali dengan membandingkan hasil observasi konten dan dokumentasi data engagement untuk memastikan bahwa temuan penelitian sesuai dengan data yang diperoleh.

Ketiga tahapan tersebut, yaitu kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan, tidak berlangsung secara linear melainkan berulang (iteratif) selama proses penelitian berlangsung. Artinya, peneliti dapat kembali ke tahap kondensasi data apabila pada tahap penyajian atau penarikan kesimpulan ditemukan kebutuhan untuk memeriksa ulang data mentah yang telah dikumpulkan. Sifat iteratif ini penting untuk memastikan bahwa interpretasi yang dihasilkan benar-benar merepresentasikan pola yang muncul dari data, bukan sekadar asumsi awal peneliti.

3.9 Keabsahan Data

Untuk menjaga keabsahan dan keandalan data dalam penelitian ini, peneliti menerapkan dua bentuk triangulasi. Pertama, triangulasi sumber data, yaitu dengan membandingkan data metrik engagement dari dua platform berbeda (TikTok dan Instagram Reels) atas konten yang identik. Perbandingan lintas platform ini

memungkinkan peneliti mengidentifikasi konsistensi maupun perbedaan pola engagement yang tidak dapat diperoleh apabila data hanya bersumber dari satu platform saja. Penerapan triangulasi ini juga penting untuk menghindari kepastian semu (false certainty) dalam menginterpretasikan data konten digital, sebagaimana diperingatkan oleh von Hoyer, Kimmerle, Cress, dan Holtz (2024).

Kedua, triangulasi metode, yang diwujudkan melalui penyertaan video baseline non-Informatika sebagai data kontrol. Video baseline ini berfungsi untuk menguji apakah pola engagement yang teramati pada video edukasi Informatika benar-benar dipengaruhi oleh karakteristik kontennya, atau semata disebabkan oleh perlakuan sistem rekomendasi algoritma yang bersifat umum. Dengan membandingkan hasil dari kedua kelompok video tersebut, peneliti dapat menyaring temuan yang benar-benar relevan dengan fokus penelitian dari temuan yang bersifat kebetulan atau bias algoritmik semata.

Kombinasi antara triangulasi sumber dan triangulasi metode ini digunakan secara bersamaan untuk saling menutupi keterbatasan masing-masing jenis triangulasi, sehingga keabsahan data dalam penelitian ini tidak hanya bergantung pada satu bentuk pemeriksaan saja, melainkan diperkuat dari beberapa sisi sekaligus sebelum data dijadikan dasar penarikan kesimpulan pada Bab V.

Selain triangulasi sumber dan triangulasi metode, peneliti juga menjaga konsistensi prosedur pengukuran Engagement Rate agar data antar video benar-benar dapat dibandingkan secara adil. Seluruh data interaksi, yaitu likes, comments, shares, dan views, diambil pada rentang waktu yang relatif berdekatan untuk setiap pasang video, guna meminimalkan pengaruh selisih durasi tayang terhadap akumulasi interaksi yang terkumpul. Rumus dan satuan perhitungan ER juga

diterapkan secara seragam pada seluruh video sampel tanpa penyesuaian khusus untuk platform tertentu, sehingga selisih nilai ER yang muncul antar video mencerminkan perbedaan performa konten, bukan perbedaan cara pengukuran. Peneliti menyadari bahwa perubahan algoritma platform yang bersifat dinamis merupakan keterbatasan yang tidak sepenuhnya dapat dikendalikan; namun, dengan menjaga rentang waktu pengambilan data yang berdekatan antar pasangan video, potensi bias akibat perubahan algoritma tersebut dapat ditekan seminimal mungkin. Konsistensi prosedur pengukuran semacam ini sejalan dengan Huertas (2024) yang menegaskan bahwa perbandingan metrik antarvideo hanya valid apabila dilakukan dengan metode pengambilan data yang seragam.

