



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif guna mengetahui *Personal Branding* yang di bentuk Yasa Singgih sebagai *young entrepreneur*. Pada dasarnya penelitian ini membutuhkan pendekatan yang bersifat interpretif (subjektif) secara deskriptif jika dibandingkan dengan pendekatan yang bersifat angka-angka.

Penelitian kualitatif menurut Moleong (2012, h. 6) merupakan penelitian yang memiliki maksud guna memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Untuk dapat mengetahui pemahaman yang mendalam dan mendeskripsikan proses panggung depan dan panggung belakang personal branding Yasa Singgih sebagai *young entrepreneur*. Penulis memilih menggunakan penelitian kualitatif karena metode ini merupakan metode yang lebih tepat untuk menelaah, memahami dan menginterpretasi penelitian ini.

Sesuai dengan fokus permasalahan yang diangkat pada penelitian ini, maka paradigma yang relevan menurut Sunarto (2011, h. 207) dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme mengklaim bahwa kebenaran bersifat lebih relatif dan kebenaran tersebut tergantung pada suatu

perspektif. Paradigma konstruktivisme dianggap menjadi paradigma yang cocok dengan penelitian ini karena sesuai dengan teori- teori yang digunakan oleh peneliti.

Dapat dikatakan bahwa konstruktivisme merupakan cara membangun berdasarkan konstruksi realitas sosial. Dengan pendekatan ini terdapat kolaborasi antara peneliti dan objek penelitian. Berdasarkan kisah kegiatan sehari-hari si objek peneliti, peneliti dapat mendeskripsikan pandangan tentang realitas antara *personal branding* yang terbentuk.

Dalam pendekatan konstruktivis ini, landasan pemikiran yang perlu dipegang oleh peneliti adalah bahwa realitas sosial diciptakan dan dilestarikan melalui pemahaman subjektif pelaku sosial. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis karena lebih mengutamakan pemahaman dan pengetahuan mengenai latar belakang pembentukan *Personal Branding* Yasa Singgih sebagai *entrepreneur*.

3.2 Metode Penelitian

Untuk mengungkap realitas sosial seperti pembentukan *personal branding* secara apa adanya, maka peneliti memanfaatkan metode penelitian etnografi komunikasi. Menurut Kuswarno (2011, h.35) yang menjadi fokus pada etnografi komunikasi adalah perilaku komunikasi dalam tema kebudayaan tertentu. Adapula yang dimaksud dengan perilaku komunikasi menurut ilmu komunikasi ialah tindakan atau kegiatan seseorang, kelompok, atau khalayak ketika terlibat dalam sebuah proses komunikasi.

Menurut Kuswarno (2011, h.47) penelitian ini akan lebih dikenal sebagai penelitian “*story telling*”. Observasi partisipan berarti peneliti mengamati dan berpartisipasi secara langsung dalam penelitian skala sosial kecil dan mengamati budaya setempat. Pada penelitian ini, Kuswarno (2011, h.50) menyatakan bahwa peneliti tidak melulu mengambil perspektif *outsider*, tetapi gabungan antara *insider* dan *outsider*. Dengan mengkombinasikan observasi dan pengetahuan sendiri, etnografer bisa menjangkau kedalam dan mengkaji keterkaitan makna secara lembut, dalam cara-cara yang tidak mungkin dicapai melalui *perspektif outsider*.

Etnografi menurut Creswell (2007, h. 68) adalah sebuah desain sebuah penelitian kualitatif yang kemudian peneliti mendeskripsikan dan menginterpretasi pola-pola yang saling dipertukarkan dan dipelajari dari kelompok budaya tentang nilai-nilai, kebiasaan, kepercayaan maupun bahasa. Pada intinya, etnografi tidak hanya sebuah cara untuk melihat realitas budaya suatu kelompok atau pekerjaan guna mendeskripsikan budaya semata.

Dapat dijelaskan bahwa metode etnografi komunikasi ini memiliki kelebihan akan perolehan pemahaman yang mendalam, rinci dan spesifik karena peneliti memperoleh data dari sumber utama yang tentunya memiliki tingkat validasi yang tinggi karena peneliti dapat berinteraksi langsung dengan objek penelitian.

Peneliti akan meneliti aktivitas komunikasi Yasa Singgih dalam aktivitas *personal branding* yang ia lakukan sebagai *entrepreneur*. Peneliti akan melihat apakah konstruksi identitas sosial yang dilakukan oleh Yasa adalah identitas yang menggambarkan kehidupan panggung belakang dan panggung depan *Personal*

Branding yang dibangun Yasa sehingga *Personal Branding* yang terlampir menjadi sebuah keotentikan yang dimilikinya.

Penelitian kualitatif yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagaimana yang telah di deskripsikan oleh Kuswarno (2011, h. 6) sebagai penelitian yang bersifat menggali nilai-nilai dalam pengalaman dan kehidupan manusia, dengan terfokus pada keseluruhannya dan bertujuan untuk menemukan makna dan hakikat dari pengamatan, serta memperoleh gambaran hidup dari sudut pandang orang pertama. Mulyana (2010, h. 150) membedakan penelitian kualitatif dengan kuantitatif dalam artian bahwa metode penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasar logika matematis, statistik maupun prinsip angka. Namun dalam metode kualitatif dibutuhkan pemanfaatan pembicaraan yang sesungguhnya, isyarat dan tindakan sosial lainnya.

Peneliti memandang metode kualitatif sebagai metode yang sesuai dengan penelitian yang dibuat ini sebab terfokus pada proses, interaksi subyek penelitian, dan perilaku yang ditampilkan secara apa adanya, termaksud di dalamnya mendeskripsikan bagaimana subyek tersebut berinteraksi dengan sekelilingnya, menurut Idrus (2009, h. 24-25). Maka itu, penelitian terhadap subyek ini dilandasi oleh penafsiran dan nilai etis, dan bukan sekedar analisis formal terhadap data dan angka.

Peneliti meyakini perlunya memfokuskan diri pada pendekatan etnografi karena memberi peluang bagi peneliti melakukan penggalian fenomena sosial yang lebih mendalam dan berkesempatan menangkap makna dibalik fenomena tersebut.

3.3 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah *young entrepreneur* Yasa Singgih. Sedangkan analisis dalam penelitian ini adalah kriteria *authentic personal branding* yang di bangun oleh Yasa sebagai *young entrepreneur*.

Gambar 3.1 Profil Yasa Singgih



Sumber:
<http://yasasinggih.com/tentang-kami>

Tabel 3.1 Biodata Yasa Singgih

<i>Nama</i>	Yasa Paramitha Singgih
<i>Tempat Lahir</i>	Bekasi
<i>Tanggal Lahir</i>	23 April 1995
<i>Agama</i>	Konghucu
<i>Nama Orangtua</i>	-Marga Singgih -Wanty
<i>Pendidikan</i>	-SD Ananda dan SD Surya Dharma -SMP-SMA Regina Pacis Jakarta -Perguruan Tinggi Bina Nusantara.
<i>Pekerjaan/Bisnis</i>	- <i>master of ceremony</i> (SMP) - penjual lampu hias (SMA)

<i>yang dimiliki</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Kedai “ini Teh Kopi” (2012-2013) - <i>Founder and Owner Men’s Republic</i> (2013- present)
<i>Prestasi</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Forbes 30 Under 30 Asia 2016 by Forbes – Youth Marketeers Award 2016 by Mark Plus – Juara 1 Wirausaha Muda Mandiri Kategori Mahasiswa Bidang Kreatif 2015 by Bank Mandiri – The Champion of Global Student Entrepreneur Awards Indonesia 2017 – The Champion of Global Student Entrepreneur Awards Asia Pacific 2017 – Semi-finalist of Global Student Entrepreneur Awards International 2017

Selain pribadi Yasa Singgih, peneliti juga menggunakan Instagram Yasa sebagai objek pendukung penelitian. Menurut Landsverk (2014, h.2), Instagram telah menjadi aplikasi berbagi foto untuk perangkat *mobile* yang paling diminati dan telah memiliki lebih dari 200 juta pengguna. Dengan Instagram, pengguna diberikan kesempatan untuk bercerita dengan cara yang baru, yakni bercerita dengan gambar. Pengguna juga dimudahkan untuk melihat euforia audiens terhadap gambar yang kita unggah dengan memperhatikan jumlah *likers*. Dengan fitur *like dan comment*, si pemilik akun dapat menilai tipe gambar mana yang diminati audiens. Menurut Asad (2014, h. 8) penting bagi pemilik akun untuk memperhatikan setiap jumlah likes dan komentar-komentar yang diberikan

audiens pada gambar yang diunggah sebagai feedback untuk terus meningkatkan gaya bercerita sesuai yang diminati audiens.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Pengamatan Berperan-Serta/ etnografi

Medlin (2008, h. 66) Pengamatan berperan-serta (*participant-observation*) merupakan upaya peneliti mengumpulkan data dengan cara menjadi bagian dari subyek penelitian. Melalui teknik ini, peneliti berkesempatan untuk tidak hanya sekedar mengamati namun juga menggali dan dalam beberapa kesempatan bahkan beradaptasi dari subyek penelitian dalam situasi naturalnya.

Dapat dimengerti bahwa pengamatan berperan-serta merupakan teknik yang dilakukan dengan turut ambil bagian dalam kehidupan sehari-hari mereka, untuk melihat hal-hal apa yang mereka lakukan, kapan, dengan siapa, dalam keadaan apa serta menanyai mereka mengenai tindakan mereka. Dengan begitu, teknik ini memiliki kelebihan bila digunakan untuk meneliti pola manusia berperilaku dan memandang realitas kehidupan mereka dalam lingkungan yang biasa dan rutin.

Idrus (2009, h. 102) menyatakan akan adanya beberapa keunggulan dari pengamatan ini, yaitu adanya kemungkinan peneliti akan melihat dan mengamati sendiri, lalu mencatat perilaku kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya, sekaligus memungkinkan peneliti memahami situasi-situasi yang rumit. Namun karena sifatnya yang terkesan tidak memiliki nilai keilmiah seperti yang dituntut dalam proses penelitian,

maka peneliti perlu mengikuti kaidah-kaidah berikut agar teknik ini tetap berada dalam koridor ilmiah, yaitu:

1. Untuk terus mengabdikan berperan-serta secara sistematis bukan terjadi secara tidak teratur.
2. Merencanakan pengamatan berperan-serta secara sistematis, dan bukan terjadi secara tidak teratur.
3. Tercatat dan dihubungkan dengan proposisi yang lebih umum dan tidak hanya dilakukan untuk memenuhi rasa ingin tahu belaka.
4. Dapat dicek dan dikontrol validasi dan realibilitas ketelitannya sebagaimana data ilmiah lainnya.

Mulyana (2010, h. 168) mengaris-bawahi bahwa tantangan bagi teknik pengamatan berperan-serta adalah sifatnya yang mencakup berbagai metode dan cara penelitian, sehingga membuatnya sulit dibakukan oleh komunitas ilmuwan sosial. Namun ia sependapat dengan Louise Kidder yang berargumen bahwa yang menjadikan penelitian kualitatif menjadi sistematis justru bukanlah standarisasinya, melainkan analisis kasus negatif. Maka, apabila peneliti memunculkan satu kasus yang menegaskan hipotesisnya, peneliti merevisi hipotesis tersebut agar mengakomodasi bukti baru, hal ini dilakukan terus menerus sehingga tidak ada lagi diskonfirmasi. Hal ini akan menjadi konsisten dengan apa yang telah dikonsepsikan oleh Bogdan dan Biklen (1982 dikutip dalam Idrus, 2009, h. 256) sebagai “kejenuhan data”.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa arah penelitian berperan-serta adalah induktif, yaitu data dipergunakan untuk merumuskan satu hipotesis atau teori.

3.4.2 Wawancara

Teknik wawancara yang dilakukan peneliti adalah wawancara yang tidak terstruktur namun selalu berpusat pada satu pokok masalah tertentu. Moleong (2007, dikutip dalam Arief, 2010, h.61) menyebutkan bahwa wawancara jenis ini digunakan untuk menemukan informasi yang tidak baku, lebih menekankan kekecualian, penyimpangan, penafsiran yang tidak lazim, penafsiran kembali, pendekatan baru, pandangan ahli, atau perspektif tunggal. Peneliti juga berpendapat bahwa dalam penelitian berperan-serta, wawancara tidak terstruktur memberikan peluang bagi diskusi yang lebih terbuka antara peneliti dan subyek penelitian. Hal ini membuka peluang untuk memunculkan fakta dan data yang tidak terpikirkan oleh peneliti sebelumnya, dan pada gilirannya memperkaya pemahaman peneliti terhadap situasi yang dihadapi.

3.4.3. Analisis Dokumen

Guna menyempurnakan penelitian, peneliti menggunakan teknik analisis dokumen, yakni mengumpulkan data sekunder dari berbagai literatur kepustakaan. Peneliti melihat pentingnya analisis dokumen dalam penelitian ini, karena hal tersebut memberi konteks dan latar belakang rasional bagi peneliti untuk memahami hasil penelitian berperan-serta yang dilakukan

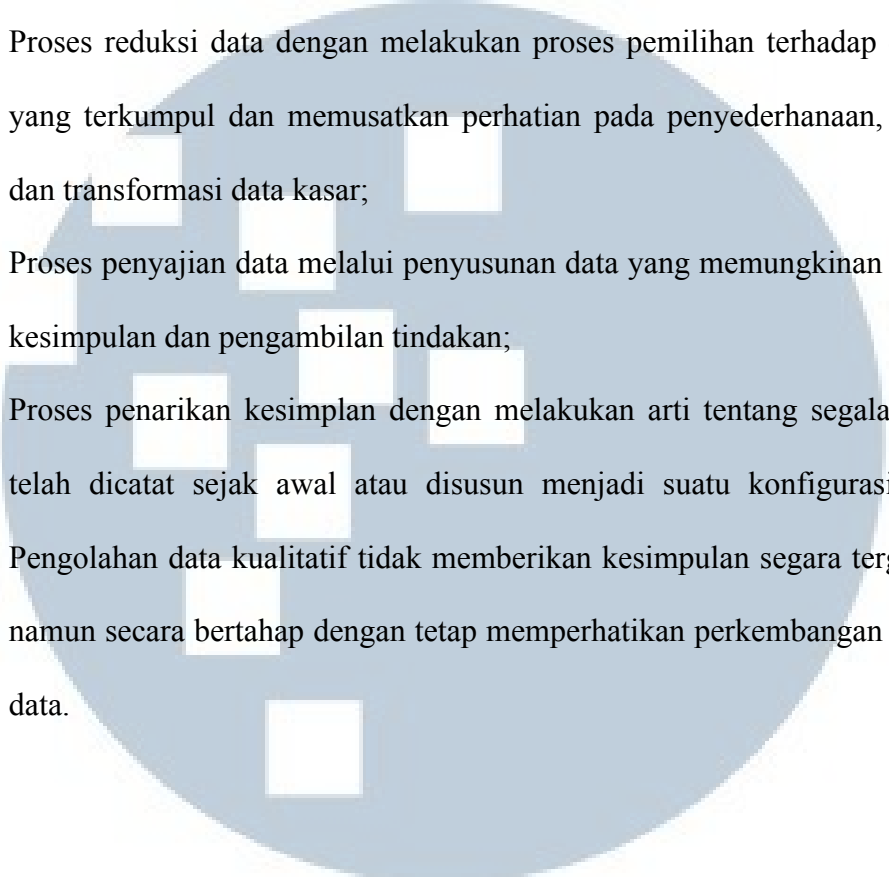
dalam periode yang relatif terbatas. Mulyana (2010, h.196) menjelaskan bahwa sebuah penelitian diperkenankan untuk menelaah dokumen historis dan sumber-sumber sekunder lainnya, karena kebanyakan situasi yang dikaji memiliki sejarah dan dokumen-dokumen yang ada sering dapat menjelaskan sebagian aspek situasi tersebut.

3.5 Keabsahan Data

Dalam melakukan validasi data, Peneliti menggunakan langkah kredibilitas temuan dan interpretasi yang disarankan oleh yaitu mengupayakan temuan dan penafsiran yang dilakukan sesuai dengan kondisi yang senyatanya dan disetujui oleh subyek penelitian. Pada saat penelitian, hal tersebut Peneliti terapkan umumnya dengan mengungkapkan kembali informasi yang baru peneliti dapatkan kepada Yasa untuk mendapatkan responsnya mengenai informasi tersebut, baik secara eksplisit maupun implisit. Dalam beberapa kesempatan, Yasa memberikan responsnya tanpa diminta, dan hal ini Peneliti terima pula sebagai bentuk validasi data.

3.6. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data, Peneliti memanfaatkan model analisis Miles dan Huberman berupa model interaktif (Idrus, 2009, h. 148). Model ini terdiri atas tiga kegiatan utama yang jalin-menjalin sebelum, selama, dan sesudah proses pengumpulan data, dan semuanya diperlakukan secara sejajar untuk membantu wawasan umum yang disebut analisis. Ketiga kegiatan tersebut adalah:

- 
1. Proses reduksi data dengan melakukan proses pemilihan terhadap data- data yang terkumpul dan memusatkan perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar;
 2. Proses penyajian data melalui penyusunan data yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan;
 3. Proses penarikan kesimpulan dengan melakukan arti tentang segala hal yang telah dicatat sejak awal atau disusun menjadi suatu konfigurasi tertentu. Pengolahan data kualitatif tidak memberikan kesimpulan segera tergesa-gesa, namun secara bertahap dengan tetap memperhatikan perkembangan perolehan data.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA