



### **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 Paradigma Penelitian**

Paradigma merupakan seperangkat aturan baik tertulis maupun tidak tertulis yang melakukan dua hal yakni yang pertama adalah hal itu membangun maupun mendefinisikan batas-batas. Yang kedua hal itu menceritakan kepada individu bagaimana seharusnya melakukan sesuatu di dalam batas-batas itu agar berhasil (Moleong, 2010, h. 49).

Pada penelitian ini paradigma yang digunakan oleh peneliti adalah pragmatis. Sebagai salah satu paradigma filosofis untuk penelitian metode campuran, Morgan dalam Creswell (2009, h. 15) menekankan pentingnya paradigma pragmatis ini bagi para peneliti metode campuran. Paradigma pragmatis memiliki sudut pandang seorang individu yang diarahkan pada output dari penelitian.

Menurut Cherryholmes dan Murphy dalam Creswell (2009, h. 16), paradigma pragmatis didasarkan pada beberapa pemikiran, antara lain: (1) pragmatisme tidak berkomitmen pada satu filsafat dan realitas tertentu, (2) Peneliti dianggap sebagai individu yang memiliki kebebasan untuk memilih, sehingga bebas untuk memilih metode, teknik dan prosedur penelitian yang menurut mereka dianggap terbaik dan sesuai dengan kebutuhan serta tujuan mereka, (3) Kebenaran akan realitas yang terjadi pada sebuah konteks penelitian bukanlah suatu hal yang

memisahkan realitas dengan pemikiran peneliti dan realitas yang ada, atau dengan kata lain pemikiran dan realitas adalah sebuah kesatuan.

Masing-masing paradigma memiliki empat landasan sistem berpikir, yakni ontologi, epistemologi, aksiologi dan metodologi. Secara ontologi, paradigma pragmatis tidak berkomitmen pada satu filsafat dan realitas tertentu. Kebenaran adalah apa yang terjadi pada saat itu. Kebenaran tidak didasarkan pada dualitas antara kenyataan yang berada di luar pikiran dan kenyataan yang ada dalam pikiran. Secara epistemologi, bersifat praktis. Peneliti mengumpulkan data melalui apa yang dikerjakan untuk menemukan jawaban pertanyaan-pertanyaan penelitian. Secara metodologi, pada paradigma ini mengkombinasi. Peneliti menggunakan metode campuran pada umumnya selalu memiliki tujuan atas pencampuran ini. Sementara secara aksiologi, paradigma ini memiliki asumsi multi pandangan atau pendirian. Peneliti memanfaatkan baik perspektif dan pandangan yang bias maupun yang tidak bias (Creswell, 2009, h. 16-17).

### **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang didukung dengan data kualitatif yang merujuk pada Creswell (2009, h. 304) mengenai metode campuran. Metode campuran adalah menerapkan kombinasi dua pendekatan sekaligus yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif dalam riset yang sedang dijalankan untuk memperoleh data kuantitatif dan kualitatif yang digunakan sebagai bukti empiris dalam menjawab rumusan masalah penelitian.

Sifat penelitian ini berdasarkan tujuannya adalah penelitian deskriptif. Menurut Krisyantono (2006, h. 69) penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat objek tertentu.

Menurut Eriyanto (2011, h. 47), analisis isi bersifat deskriptif adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau suatu teks tertentu tanpa menguji suatu hipotesis tertentu atau menguji hubungan antara variabel. Dalam penelitian ini yang ingin dilihat adalah analisis isi *posting* Anji Manji di media sosial YouTube dalam kaitannya dengan pembentukan *personal branding*.

### **3.3 Metode Penelitian**

Pendekatan kuantitatif menggunakan metode analisis isi yang bertujuan untuk memahami isi (*content*), apa yang terkandung dalam isi dokumen. Metode analisis isi dalam Krisyantono (2006, h. 60) adalah metode yang digunakan untuk meriset atau menganalisis isi komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif. Sedangkan menurut Budd dalam Krisyantono (2006, h. 232), analisis isi adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.

Metode analisis isi adalah metode yang digunakan untuk meriset atau menganalisis isi komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif. Sistematis berarti bahwa segala proses analisis harus tersusun melalui proses yang sistematis,

mulai dari penentuan isi komunikasi yang dianalisis, cara menganalisisnya, maupun kategori yang dipakai untuk menganalisis. Objektif berarti bahwa periset harus mengesampingkan faktor-faktor yang bersifat subjektif (Krisyantono, 2009, h. 60).

Sedangkan untuk pendekatan kualitatif, data didapatkan dengan cara melakukan wawancara dengan para narasumber yang terpilih. Wawancara bertujuan untuk mendapatkan informasi dari sudut pandang sang narasumber sebagai validasi dalam mendukung penelitian.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

Menurut Eriyanto (2011, h. 109), sebelum menentukan teknik penarikan sampel yang dipakai, peneliti harus merumuskan secara jelas terlebih dahulu populasi, populasi sasaran, dan kerangka sampel. Populasi dan kerangka sampel, pada akhirnya sampel yang didapat saling berkaitan satu sama lain. Populasi dapat diartikan sebagai semua anggota dari objek yang ingin kita ketahui isinya. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan posting Anji dalam kanal YouTube pribadinya dengan *username* “Dunia Manji”.

Setelah populasi dirumuskan, peneliti menentukan kerangka sampel yang akan dipakai dalam penelitian. Kerangka sampel (*sampling frame*) adalah daftar nama semua anggota populasi yang akan dipakai dalam penelitian (Eriyanto, 2011, h. 110). Sampel yang diambil ada dalam kanal YouTube Anji Manji sebanyak 41 *posting* pada periode 1 Januari 2018 – 8 Juni 2018. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposif (*purposive sampling*). Teknik ini mencakup seleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti

berdasarkan tujuan penelitian. Biasanya teknik *purposive sampling* dipilih untuk penelitian yang lebih mengutamakan kedalaman data daripada untuk tujuan representatif yang dapat digeneralisasikan (Krisyantono, 2007, h. 154)

Adapun daftar sampel *posting* Anji sebagai berikut ini:

Tabel 3.1 - Daftar Sampel

No.	Periode	Waktu	Judul Posting
1.	3 Januari 2018	11.58 AM	DIRIMU MELODY – KIMI WA MELODY. Well, support buat Melody dan JKT48. Sukses terus!
2.	7 Januari 2018	4.14 PM	ALASAN KENAPA HARUS SUKSES. NOMOR 5 BIKIN INGAT MANTAN? Sukses itu relatif. Definisinya pun subjektif. Yang penting harus sukses.
3.	8 Januari 2018	5.00 PM	Pengamen cilik dari Makassar & Tahun 2018. Saya akan memproduksi lagu anak-anak di tahun 2018 minimal di Youtube.
4.	9 Januari 2018	7.20 AM	Gak lolos audisi? Gak usah Nyerah! Karena saya adalah orang yang gagal di Indonesian idol, saya juga mau memotivasi buat temen-temen yang gagal. Kalo gagal yaudah lanjut terus! Karena ditentukannya bukan dari ajang itu.
5.	13 Januari 2018	11.00 AM	ROKOK DILARANG BERIKLAN, PENGARUHNYA BUAT MEDIA.. Feat : Arbain Rambey
6.	14 Januari 2018	1.14 PM	Begini cara supaya lagumu diterima musisi yang kamu tuju. Caranya kamu cari alamat labelnya atau kamu cari A&R-nya, dia yang bertugas menyeleksi artis potensial, lagu-lagu potensial dan lain-lain.
7.	17 Januari 2018	7.50 AM	Salah satu 'RAHASIA DAPUR' saya. Evaluasi adalah salah satu hal yang selalu saya lakukan. Karena dengan evaluasi saya

			jadi tahu mana yang bagus dipertahankan, mana yang jangan diteruskan dan mana yang harus dikejar.
8.	18 Januari 2018	9.10 PM	Kenapa Rolling Stone Indonesia berhenti? Suatu hari nanti, saat sudah selesai liburan, saya pengen mewawancarai Adib Hidayat atau teman lainnya yang pernah bekerja di RSI INA, buat menanyakan tentang ini.
9.	19 Januari 2018	10.34 AM	Kenapa cewek suka disakitin? Kenapa bertahan pada saat sudah tahu akan sakit? Apa karena terlalu sayang, apa takut sendirian?
10.	21 Januari 2018	9.10 PM	Mengirim demo musik, supaya didengar. Saya kasih tips kalau kamu kirim demo coba kerjakan dengan niat, rekam dengan baik!
11.	24 Januari 2018	11.39 AM	VLOG DI PULAU KOMODO #CeritaAnji. Berjalan-jalanlah, sampai Indonesia terasa sempit.
12.	30 Januari 2018	12.19 PM	Hargai penulis lagu, Bukan penyanyinya doang. Lagi-lagi obrolan bergizi bareng @ade_govinda, sahabat saya.
13.	1 Februari 2018	8.20 AM	Dilan & Milea, Pasangan gemes tapi nyebelin. Balik dari Jepang, langsung nonton DILAN.
14.	6 februari 2018	3.01 PM	Banyak penyanyi jelek? Buat kamu yang bisa meng-cover atau menyanyikan lebih bagus dari penyanyi aslinya, apakah kamu bisa membuat karya, dan sudah membuat karya yang lebih bagus dari penyanyi aslinya? Itu pertanyaan saya. Bikin!
15.	8 Februari 2018	11.10 PM	DILAN atau RANGGA? Siapa lebih gemes? Semoga tembus 7 juta penonton, DILAN!
16.	11 Februari 2018	2.20 PM	BELAJAR FALSET. Follow @dedeap_ di Instagram.
17.	16 Februari 2018	2.36 PM	Jatuh Cinta Bikin Orang Jadi Tolol? #BahasLagu.
18.	18 Februari 2018	7.10 PM	Gak mau foto bareng, SOMBONG! Risiko jadi artis? Saya kaget tadi di pesawat 2x

			dibangunin sama penumpang lain, untuk minta foto. Saya sempat bilang “Aduh saya lagi tidur kaan” lalu dijawab “Udah gapapa, sebentar aja”. Mereka gak tau, setelah dibangunin itu saya gak bisa langsung tidur lagi dan kepala saya kliyengan. Saya masih bertanya-tanya, kok bisa ya begitu..
19.		9.20 PM	Pesan penting buat teman-teman musisi muda. Perbanyaklah ngulik dan lakukan ngulik itu di usia yang masih muda.
20.	6 Maret 2018	12.50 PM	Apa yang kurang dari pulau Natuna? Teman-teman sudah ke natuna? HARUS!
21.	7 Maret 2018	10.14 PM	ANJI - MENUNGGU KAMU   Karaoke Version. NATUNA, adalah pulau yang indah. Kamu harus ke sana suatu hari.
22.	14 Maret 2018	2.00 PM	AIAY, KPI & Dukungan buat Deddy Corbuzier. Saya tahu, ada program TV yang programnya (bermaksud) menghibur dan bukan mendidik. Tapi menghibur bukan berarti harus membodohi orang lain, mengadu domba, ngatain fisik orang lain atau membicarakan sensasi buruk. Sadar atau tidak, langsung atau tidak langsung, itu pasti berpengaruh pada penonton.
23.	20 Maret 2018	9.05 AM	Prediksi babak TOP 4. Prediksi berdasarkan analisa angka-angka. Kalau ngelihat dari fakta bahwa yang followersnya banyak itu keluar, mungkin minggu depan yang akan keluar adalah Ayu.
24.	25 Maret 2018	8.56 AM	Kangen program musik di TV #MondayView
25.	27 Maret 2018	5.56 PM	Prediksi babak TOP 3. Saya gak tau, saya gak mau nebak ah, nanti saya disangkain peramal aja. Tapi yang jelas Maria, Abdul sama joan, mereka bagus-bagus.
26.	1 April 2018	7.57 PM	Pentingan mana: Notasi, Lirik atau Aransemen? Bagus, Marsya dan Anjay berbeda pendapat tentang mana yang paling penting dalam sebuah lagu.



27.	5 April 2018	10.24 PM	Jatidiri Lucinta Luna bisa dibuktikan lewat musik. Saat kamu mau menjadi terkenal atau sukses ada beberapa cara, salah satunya adalah membuat prestasi. Tapi ada cara lain yaitu membuat sensasi. Nah cara sensasi ini tidak saya sarankan buat temen-temen musisi yang mau menjadi terkenal dan sukses di Industri musik Indonesia.
28.	6 April 2018	7.02 AM	Cowok suaranya bisa kayak Mariah Carey? Feat. Ridwan @jeniusmusik. WHISTLE VOICE. Mari belajar.
29.	9 April 2018	4.04 PM	Cara membuat lagu ala Anji. Bayak metoda membuat lagu. Misalnya begini.
30.	10 April 2018	9.45 AM	Berapa pendapatan musisi cover dari YouTube?
31.	16 April 2018	6.41 PM	Apakah presiden tahu lagu anak? Sekarang sudah ada lagu anak yang diciptakan oleh anak-anak berumur 4 tahun dan dia mendapatkan rekor sebagai pencipta lagu termuda. Saya sebagai produsernya merasa bangga akan karya itu.
32.	22 April 2018	10.30 PM	Cara merangsang anak untuk menciptakan lagu sendiri #MondayView.
33.	1 Mei 2018	4.25 PM	Hal hebat tentang Indonesian Choice Awards 2018. Tanpa mendiskreditkan TV lain, menurut saya, acara yang diselenggarakan oleh NET adalah acara yang paling terkoordinir
34.	6 Mei 2018	12.07 PM	Kenapa Deddy Corbuzier sombong & pake make up?
35.	13 Mei 2018	2.20 PM	Tips menulis lirik dari Ariel NOAH & bicara tentang musik. Perbincangan belakang panggung sama Boriel.
36.	16 Mei 2018	11.54 AM	Mata tombak di Raja Ampat. Jam 00.30 WIB pergi ke Raja Ampat.
37.	18 Mei 2018	8.30 AM	Generasi TIKTOK Indonesia. #SaveLaguAnak

38.	25 Mei 2018	3.05 PM	Deen Assalam – Makna Lagu & Cover Feat. Ria Ricis. Ngobrolin trending bareng ricis
39.	28 Mei 2018	19.20 PM	Lagu ‘Kecewa’ bisa viral setelah 10 tahun rilis. Sebuah fenomena baru yang menarik tentang lagu hits
40.	29 Mei 2018	17.37 PM	Gitar 300 ribu bisa begini! Etika Custom Gitar
41.	8 Juni 2018	7.30 PM	TIKTOK. Apa faedahnya? Feat. Kemal Palevi. Bicara soal platform yang sering dipromosikan
<b>Total</b>			<b>41 Posting</b>

### 3.5 Narasumber

Narasumber dalam penelitian ini adalah berasal dari *netizen* yang merupakan para penggemar Anji yang diberi nama TemanAnji. Pemilihan para narasumber ini didasarkan pada frekuensi yang cukup tinggi dalam berkomentar di kanal YouTube Anji Manji dan memiliki ketertarikan terhadap Anji.

Narasumber lainnya adalah Astrid Lestari atau lebih sebagai road manager dan juga tim kreatif Dunia Manji. Pemilihan narasumber didasarkan pada pengetahuan yang mendalam mengenai proses pembentukan *personal brand* Anji.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Tabel 3.2 Tabel Informan

No.	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Jabatan
1.	Eka Damanik	26 Tahun	Perempuan	Karyawan Swasta	Ketua Fanbase TemanAnji Jabodetabek
<p><b>Alasan Pemilihan :</b> Sebagai ketua Fanbase dari “Teman Anji” Jabodetabek, Eka adalah netizen yang cukup lama mengikuti sosial media Anji dan merupakan objek dari kegiatan <i>personal branding</i> Anji. Eka menjadi ketua dari <i>Fanbase</i> karena merupakan orang yang paling aktif mengikuti kegiatan Anji di media sosial.</p>					
2.	Mukhsi Aditia Purnama	20 Tahun	Laki-Laki	Mahasiswa	Anggota Fanbase TemanAnji Jabodetabek
<p><b>Alasan Pemilihan :</b> Mukhsi adalah netizen dan salah satu member dari <i>fanbase</i> “Teman Anji” yang memiliki frekuensi cukup tinggi dalam berkomentar di kana YouTube Anji, dan memiliki ketertarikan terhadap Anji.</p>					
3.	Astrid Lestari	30 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	Road Manager dan Tim Kreatif YouTube Anji Manji
<p><b>Alasan Pemilihan :</b> Sebagai <i>Road Manager</i> dan tim Dunia Manji, Astrid memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai proses pembentukan <i>personal brand</i> Anji. Selain itu, Astrid juga memahami lebih dalam serta memiliki data-data terkait hasil analisis kompetitor, hasil <i>monitoring</i> ekspektasi publik dan pengaruh feedback audiens terhadap karir dan kegiatan <i>personal brand</i> Anji Manji.</p>					

### 3.6 Unit Analisis

Krippendorff (dalam Eriyanto, 2011, h. 59) mendefinisikan unit analisis sebagai “Apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya.”

Sederhananya, unit analisis dapat digambarkan sebagai bagian apa dari isi yang diteliti dan dipakai untuk menyimpulkan isi dari suatu pesan.

Bagian dari isi ini dapat berbentuk kata, kalimat, foto, potongan adegan, atau paragraf. Bagian-bagian ini harus terpisah dan dapat dibedakan dengan unit lain.

Tabel 3.3 – Tabel Unit Analisis

No.	Unit Analisis	Kategorisasi
1.	Tipe Argumen	<i>Strong arguments</i>
		<i>Neutral arguments</i>
		<i>Weak arguments</i>
2.	Tema <i>Posting</i>	Moral
		Musik
		Partisipasi
		Motivasi
3	Online Personal Branding	<i>Skill set</i>
		<i>Aura</i>
		<i>Identity</i>

### 3.7 Operasionalisasi Konsep

Proses operasionalisasi ini dilakukan dengan membuat definisi operasional, yakni seperangkat prosedur yang menggambarkan usaha atau aktivitas peneliti untuk secara empiris menjawab apa yang digambarkan dalam konsep. Peneliti membutuhkan definisi operasional ketika fenomena tidak dapat diamati secara langsung. Menurut Frankfort-Nachmias (dalam Eriyanto 2011, h. 175), seperti telah diuraikan di depan, konsep kerap kali abstrak sehingga tidak dapat dilihat atau diukur secara langsung. Definisi operasional adalah apa yang akan peneliti lakukan (what to do) untuk menjawab konsep secara empiris.

Proses operasionalisasi adalah kegiatan menurunkan dari abstrak ke konkret. Hal ini karena analisis isi hanya dapat dilakukan dengan mengamati aspek-aspek yang konkret terlihat secara nyata dan dapat diobservasi oleh peneliti. Konsep yang abstrak karenanya dioperasionalkan menjadi indikator-indikator yang dapat diamati secara empiris (Eriyanto, 2011, h. 177).

Berikut adalah definisi operasional yang peneliti susun:

1. Tipe Argumen: Kualitas argumen dan kredibilitas sumber merupakan konstruk dari rute sentral dan periferal dari Elaboration Likelihood Model (ELM). Menurut Petty & Cacioppo dalam Dainton (2013, h. 127) Penting untuk memahami khalayak yang akan menjadi target sebelum memilih rute penyampaian pesan, namun selain itu memahami target khalayak tersebut juga penting dalam menyusun / membentuk elaborasi argumen yang akan disampaikan. Proses tersebut kemudian diolah dengan dikaitkan berdasarkan

manfaat yang diterima dalam pembentukan sikap sebagai dasar dari penerimaan pesan. Tipe yang direpresentasikan dengan argumen yang menghasilkan respon kognisi yang bersifat:

- a. *Strong Arguments: Posting* yang menciptakan respon kognisi positif di dalam pikiran *viewers* juga secara positif memengaruhi keyakinan mereka dengan pandangan-pandangan komunikator.
- b. *Neutral Arguments: Posting* yang menghasilkan respon kognisi yang tidak berkomitmen, tidak berpihak, dan tidak memilih dari *viewers*.
- c. *Weak Arguments: Posting* yang menghasilkan respon kognisi negatif terhadap pesan persuasif.

2. Tema Posting: isi atau tema posting disajikan dalam pemilihan konten pesan yang sering muncul setelah peneliti melakukan pemetaan adalah:

- a. *Moral: Posting* yang menampilkan konten bermuatan moral, yaitu kualitas dalam perbuatan manusia yang menunjukkan bahwa perbuatan itu benar atau salah, baik atau buruk.
- b. *Musik: Posting* yang menampilkan bahasan seputar dunia musik. Seperti *tutorial*, musisi, industri musik dalam negeri dan luar negeri.

- c. Partisipasi: *Posting* yang menampilkan keterlibatan mental dan emosi kepada pencapaian tujuan dan ikut bertanggung jawab di dalamnya. Keikutsertaan dalam berbagai kegiatan.
  - d. Motivasi: *Posting* yang menampilkan konten bermuatan motivasi. Seperti ajakan yang membangkitkan dan mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu.
3. *Online Personal Branding*: kegiatan *personal branding* ditunjukkan pada aktivitas di kanal YouTube Anji Manji berdasarkan konsep *Model Online Personal Branding* menurut Frischmann (2014, h. 8) meliputi tiga elemen utama yakni *skill set*, *aura*, dan *identity* berupa:
- a. *Skill Set*: *Posting* yang menampilkan ketrampilan, kemampuan dan hasil karya yang dimiliki oleh Anji Manji di berbagai bidang khususnya musik.
  - b. *Aura*: *Posting* yang menampilkan nilai emosional yang memengaruhi persepsi publik, meliputi kepribadian, penampilan, gaya dan karisma yang ditampilkan.
  - c. *Identity*: *Posting* yang menampilkan representasi diri yang membuatnya dikenal sebagai sebuah identitas diri. Keterlibatan dalam proses komunikasi di media sosial dan cara berkomunikasi dengan audiens.

## **3.8 Teknik Pengumpulan Data**

### **3.8.1 Data Primer**

Pengumpulan data secara primer terbagi ke dalam observasi teks dan wawancara. Observasi teks adalah kegiatan melakukan pengamatan terhadap teks yang diteliti. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan terhadap *posting* YouTube Anji Manji, baik berupa kalimat, gambar, ataupun video.

Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan melalui wawancara. Berger dalam Krisyantono (2006, h. 100) mendefinisikan wawancara sebagai percakapan antara periset – seseorang yang berharap mendapatkan informasi – dan informan – seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. Wawancara digunakan sebagai validasi dan data pendukung dalam penelitian ini.

### **3.8.2 Data Sekunder**

Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui dokumentasi. Dokumentasi yaitu mengumpulkan data dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Krisyantono, 2006, h. 118). Dokumentasi juga merupakan kegiatan yang menyangkut dokumen, seperti buku, jurnal, surat kabar, majalah, file, foto, video ataupun rekaman suara yang menunjang mengenai topik dan isu penelitian yang sedang diteliti. Dokumen dalam penelitian ini berupa data dalam buku-buku referensi, jurnal, artikel, situs internet, dan sosial media yang relevan.



## **3.9 Teknik Pengukuran Data**

### **3.9.1 Uji Validitas**

Penelitian ini menggunakan uji validitas kecocokan (*concurrent validity*), yakni validitas dengan melihat sejauh mana temuan yang dihasilkan oleh alat ukur sesuai dengan temuan yang diperoleh dari metode lain (Eriyanto, 2011, h. 260). Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik wawancara dengan narasumber dan pengamatan terhadap objek yang diteliti sebagai sumber validasi.

Holsti membagi sumber validasi kecocokan ke dalam dua bentuk yaitu langsung dan tidak langsung. Sumber langsung adalah wawancara langsung dengan pembuat keputusan. Sementara sumber tidak langsung adalah dokumen lain yang dikumpulkan untuk menjelaskan suatu peristiwa. (Eriyanto, 2011, h. 263-266).

### **3.9.2 Uji Reliabilitas**

Dalam bukunya, Eriyanto (2011, h. 181) menyebutkan bahwa uji reliabilitas ini digunakan untuk memaksimalkan alat ukur, agar jika ada cenderung kekeliruan dapat diminimalisir. Uji reliabilitas menilai sejauh apa alat ukur yang digunakan akan menghasilkan temuan yang serupa meskipun digunakan beberapa kali.

Krisyantono (2010, h. 236) menyebutkan bahwa peneliti akan terlebih dahulu melakukan uji reliabilitas untuk kategorisasi yang digunakan, sebelum melakukan analisis isi. Reliabilitas dalam analisis isi kuantitatif artinya mengkodekan sampel ke dalam kategorisasi. Yang artinya, dalam setiap uji reliabilitas harus ada persetujuan diantara koder-koder mengenai isi dari kategorisasi yang ada. Setiap

perhitungan reabilitas dibutuhkan dua orang atau lebih yang akan dijadikan sebagai koder (Eriyanto, 2011, h. 288).

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan formula Holsti. Menurut Neuendorf (dalam Eriyanto 2011, h. 289), formula Holsti adalah uji reliabilitas antar-*coder* yang banyak dipakai selain presentase persetujuan. Formula ini pertama kali diperkenalkan oleh Ole R. Holsti, reliabilitas ini pada dasarnya hampir mirip dengan persentase persetujuan seperti sebelumnya. Reliabilitas ditunjukkan dalam persentase persetujuan, berapa besar persentase persamaan antar-*coder* ketika menilai suatu isi. Menurut Holsti (dalam Eriyanto 2011, h. 290), rumus untuk menghitung reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$\text{Reliabilitas Antar-Coder} = \frac{2M}{N1+N2}$$

M = Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh masing-masing *coder*)

N1 = Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1

N2 = Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 2

Dalam formula Holsti, angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya, kalau hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas di atas 0,7, berarti alat ukur ini benar-benar reliabel. Tetapi, jika di bawah angka 0,7 berarti alat ukur (*coding sheet*) bukan alat yang reliabel.

Sama dengan persentase persetujuan, reliabilitas Holsti ini juga harus dipakai untuk semua kategori yang digunakan. Hasil dari reliabilitas dari masing-masing kategori ini ditampilkan dalam laporan (Eriyanto, 2011, h. 290).

Dalam penelitian ini, tiga kategori yang telah dilakukan uji reliabilitas menghasilkan tingkat reliabilitas sebesar 95% dengan menggunakan rumus Holsti. Kategori ini ditentukan berdasarkan unit pencatatan yaitu 41 posting kanal YouTube Anji Manji. Dari hasil pencatatan tersebut telah ditentukan 3 kategori sebagai berikut: Tipe argumen, tema *posting*, dan *online personal branding*. Berikut hasil perhitungan tingkat reliabilitas dari keseluruhan kategori yaitu:

$$CR = \frac{2(115)}{123+123} = \frac{230}{246} = 0,93 (93\%)$$

Dari hasil perhitungan ini, maka tingkat reliabilitas kategorisasi dilakukan dianggap reliabel karena memiliki tingkat reliabilitas di atas 0,7 atau 70% yaitu sebesar 0,96% atau 96%

Berikut hasil perhitungan uji reliabilitas dari masing-masing kategorisasi:

1) Tipe argumen:

$$CR = \frac{2(39)}{41+41} = \frac{78}{82} = 0,95 (95\%)$$

Tingkat uji reliabilitas pada kategori tipe argumen sebesar 95%. Maka kategori ini dianggap reliabel karena tingkat reliabilitasnya di atas 70%.

2) Tema *posting*:

$$CR = \frac{2(39)}{41+41} = \frac{78}{82} = 0,95 (95\%)$$

Tingkat uji reliabilitas pada kategori tema *posting* sebesar 95%. Maka kategori ini dianggap reliabel karena tingkat reliabilitasnya di atas 70%.

3) *Online personal branding*:

$$CR = \frac{2(37)}{41+41} = \frac{74}{82} = 0,90 (90\%)$$

Tingkat uji reliabilitas pada kategori *online personal branding* sebesar 97%. Maka kategori ini dianggap reliabel karena tingkat reliabilitasnya di atas 70%.

### **3.10 Teknik Analisis Data**

Menurut Eriyanto (2011, h. 305), tahap awal dari analisis data adalah mendeskripsikan temuan. Ini menggunakan statistik yang disebut statistik deskriptif. Disebut sebagai statistik deskriptif karena statistik ini bertujuan mendeskripsikan dan menjabarkan temuan dan data yang didapat dari analisis ini.

Selain lewat tabel, penyajian data hasil analisis isi juga dapat ditampilkan dalam bentuk grafik, lewat grafik, data dapat disajikan secara lebih menarik dan enak dibaca. Peneliti menggunakan diagram pastel atau lingkaran untuk mengetahui apa saja peranan *posting* Anji Manji di media sosial YouTube dalam kaitannya dengan pembentukan *personal branding*. Sesuai namanya, grafik atau diagram ini berupa lingkaran. Pada grafik batang dan garis data dapat disajikan dalam bentuk frekuensi (jumlah) atau dapat juga dalam bentuk persen. Tetapi untuk diagram pastel harus disajikan dalam bentuk persen, di mana dalam satu lingkaran totalnya berjumlah 100% (Eriyanto, 2011, h. 310).

Data yang sudah didapat dari hasil perhitungan statistik deskriptif akan dilakukan validasi dengan data kualitatif yang bersumber dari wawancara dengan para narasumber dan dokumentasi. Validasi ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas data yang didapat dari data kuantitatif.