



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

1.1 Paradigma Penelitian

Paradigma menurut Neuman (2014, h. 81) merupakan kerangka pengorganisasian umum untuk teori yang mencakup isu kunci, asumsi dasar, model penelitian dan metode untuk mencari jawaban. Paradigma sendiri menjelaskan keyakinan-keyakinan dasar atau *basic believes* yang berhubungan dengan hal prinsip-prinsip dasar. Pada penelitian ini, akan digunakan paradigma konstruktivisme.

Denzim & Lincoln dalam Hajaroh (2010) menyatakan bahwa paradigma konstruktivis merupakan paradigma yang melihat suatu konteks sosial sebagai hasil dari konstruksi sosial yang fokus terhadap bentuk dan fungsi komunikasi sosial sehari-hari. Paradigma konstruktivis juga menjelaskan bahwa tiap individu mencoba untuk memahami dunia yang lebih akrab dengan keseharian mereka (Cresswell, 2010, h. 296).

1.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengetahui *personal branding* yang dibuat oleh Dyland PROS sebagai Youtuber. Penelitian ini membutuhkan pendekatan yang bersifat subjektif dan interpretif secara deskriptif karena metode ini merupakan metode yang tepat untuk mengkaji, mengetahui serta menginterpretasi penelitian.

Pendekatan kualitatif menurut Moleong (2008) ialah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang atau

perilaku yang diamati. Riset kualitatif menekankan untuk seorang peneliti melakukan pendekatan dengan orang-orang untuk dapat menguasai situasi terhadap sebuah penelitian yang dilakukan. Serta pendekatan dilakukan untuk mendapatkan pemahaman serta penjelasan mengenai terdapatnya realitas dari kehidupan nyata. Dari fokus permasalahan dalam penelitian ini, paradigma yang relevan merupakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme menurut Morrison (2009, h. 107), bahwa setiap individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya. Melalui teori ini, dapat diartikan bahwa realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuknya yang kasar, tetapi harus diolah dahulu melalui bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Paradigma konstruktivisme dianggap cocok dalam penelitian ini karena sesuai dengan teori-teori yang akan digunakan.

Melalui pendekatan konstruktivisme ini, landasan pemikiran yang harus dilakukan peneliti adalah realitas sosial dibentuk dan dilestarikan oleh pemahaman subjektif pelaku sosial, serta bentuk kehidupan di masyarakat tidak hanya dilihat dari tindakan perorang yang timbul dari alasan-alasan subjektif lainnya. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena mengutamakan pemahaman mengenai latar belakang pembentukan *personal branding* Dyland PROS sebagai Youtuber.

3.3 Metode Penelitian

Untuk mengungkapkan realitas seperti pembentukan *online personal branding*, penelitian ini menggunakan metode penelitian gabungan antara etnografi digital dan komunikasi etnografi. Dikutip dari Kuswarno (2011), fokus pada penelitian etnografi ialah perilaku komunikasi dalam kebudayaan tertentu. Penelitian komunikasi

etnografi juga lebih dikenal sebagai penelitian yang menggunakan metode '*story telling*'. Penelitian ini akan mengamati dan melakukan observasi serta berpartisipasi secara langsung dalam penelitian budaya setempat. Pada metode penelitian ini Kuswarno (2011, h.50) menyatakan bahwa peneliti tidak harus selalu mengambil perspektif dari luar, melainkan menggabungkan antara perspektif dari dalam dan luar. Selain itu, penelitian etnografi bersifat untuk menggali nilai-nilai dalam pengalaman dan kehidupan manusia, yang berfokus pada keseluruhan dan bertujuan untuk menemukan makna dari pengamatan serta memperoleh gambaran hidup dari sudut orang pertama. Dapat disimpulkan bahwa metode penelitian etnografi komunikasi ini mempunyai kelebihan untuk memperoleh pemahaman yang lebih detil dan mendalam karena akan memperoleh data dari sumber utama yang valid karena peneliti akan berinteraksi langsung dengan subjek penelitian. Dalam penelitian metode komunikasi etnografi, peneliti akan melakukan pengamatan berperan serta.

Sedangkan pada penelitian metode netnografi menurut Boellstorff (2012), peneliti netnografi akan menggunakan media komputer atau elektronik yang memiliki fasilitas internet dan melakukan teknik pengumpulan data dalam ruang maya, mengambil/mengunduh informasi dari website yang berkaitan dengan penelitian, melakukan wawancara melalui chatting/email (wawancara elektronik), serta mengamati ruang maya (website).

Dalam penelitian ini, peneliti menggabungkan antara etnografi tradisional dengan netnografi. Peneliti melakukan teknik-teknik dalam kajian netnografi seperti hadir dalam akun media sosial Youtube dan Instagram milik Dyland, mengamati aktivitas *online* seperti mengamati foto atau video yang diunggah. Peneliti menilai aktivitas *offline* saja belum cukup, karena ada beberapa hal yang tidak bisa peneliti

dapatkan dalam aktivitas *offline* seperti bagaimana Dyland sebagai seorang Youtuber yang lebih banyak melakukan komunikasi serta berbagai pekerjaannya di dunia maya.

Dalam penelitian ini, akan dibahas tentang aktivitas komunikasi Dyland PROS dalam aktifitas *online personal branding* yang dilakukan sebagai seorang Youtuber. Penelitian ini akan melihat secara mendalam bagaimana konstruksi identitas sosial yang dilakukan oleh Dyland PROS yang menggambarkan kehidupan panggung belakang dan panggung depan *online personal branding* yang dilakukan oleh Dyland PROS pada kehidupan sehari-harinya sehingga *personal branding* yang dilakukan Dyland PROS di kanal Youtube maupun media sosialnya menjadi sebuah ciri khas yang dimilikinya.

Metode penelitian kualitatif sebagai metode yang tepat untuk penelitian ini karena terfokus terhadap proses, interaksi dengan subjek penelitian, serta perilaku subjek yang dilakukan apa adanya. Menurut Idrus (2009, h. 24), penelitian kualitatif dilandasi oleh penafsiran dan nilai etis, bukan sekedar Analisis formal terhadap data dan angka.

Dalam penelitian ini juga perlu memfokuskan diri dalam pendekatan netnografi karena akan memberikan peluang dalam penelitian untuk melakukan penggalian fenomena sosial yang lebih mendalam dan berkesempatan untuk menyingkap makna dibalik fenomena tersebut.

3.4. Key Informan dan Informan

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah seorang Youtuber yang bernama Dyland PROS. Analisis dalam penelitian ini adalah kriteria *authentic personal branding* yang dibentuk oleh Dyland sebagai *gamer* Youtuber.



Gambar 3.1 Profil Dyland

Sumber: Dokumentasi Pribadi Dyland

Nama	Dyland Maximus Zidane
Tempat / Tanggal Lahir	Jakarta, 8 September 2000
Pendidikan	SMA
Prestasi	Youtube Silver Button Awards (100.000 Subscribers) Youtube Gold Button Awards (1.000.000 Subscribers) - ASUS ROG Brand Ambassador (2018)

	Logitech G Brand Ambassador (2017-2018)
--	--

Tabel 3.1 Biodata Dyland PROS

Selain pribadi Dyland, kanal Youtube Dyland akan digunakan sebagai objek pendukung penelitian. Youtube sendiri menjadi instrument penting bagi Dyland untuk mengunggah video-video *game* yang ia buat. Pemanfaatan *channel* Youtube sebagai sarana saluran *personal branding* Dyland menarik perhatian dalam penelitian ini. Selain belum adanya penelitian yang mengulas secara keseluruhan mengenai pengaplikasian Konsep *Online Personal Branding* Dyland PROS di Youtube.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Pengamatan Berperan-serta

Pengamatan berperan-serta merupakan teknik yang dilakukan dengan turut mengambil bagian dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Bryman (2001, h. 10) etnografi merupakan sebuah metode untuk menangkap makna-makna sosial dan aktivitas masyarakat yang terjadi sehari-hari dan menuntut keterlibatan langsung di dalam masyarakat yang diteliti untuk mengumpulkan data-data melalui cara yang sistematis. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan menyajikan hasil penelitian berupa penjabaran objek, pengumpulan data lapangan serta posisi peneliti sebagai instrument penelitian.

3.5.2 Wawancara

Menurut Moleong (2008, h.186), wawancara merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Proses wawancara dalam penelitian ini akan menggunakan pedoman-pedoman agar dapat mengetahui aspek apa saja yang akan di bahas. Selain itu karena dalam penelitian ini menggunakan metode pengamatan *participant observation*, beberapa proses wawancara juga akan dilakukan secara tidak terstruktur untuk mendapatkan peluang diskusi yang bersifat lebih terbuka antara peneliti dan subjek penelitian.

3.5.3 Analisis Dokumen

Untuk menyempurnakan penelitian, penelitian ini akan menggunakan Teknik analisis dokumen, mengumpulkan data sekunder dari literatur kepustakaan. Analisis dokumen digunakan agar penelitian ini mendapatkan data mengenai topik yang sedang. Menurut Sugiyono (2008, h. 129), analisis dokumen merupakan suatu sumber yang tidak terjadi secara tidak langsung dan memberikan data atau dokumen melalui orang lain. Data yang akan diambil oleh peneliti dapat berupa artikel, buku, website, atau penelitian orang lain.

3.6 Keabsahan Data

Penelitian kualitatif harus mempunyai hasil akhir yang objektif dan akurat. Maka dari itu, peneliti harus dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan memiliki keabsahan data, Menurut Kidder (1981, dalam Yin, 2015, p. 38) keabsahan data dapat dilakukan dengan menerapkan empat uji yang terdiri dari validitas

konstruk, validitas internal, validitas eksternal, dan reliabilitas, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

3.6.1 Validitas Konstruk

Menetapkan ukuran operasional yang benar untuk konsep-konsep yang akan diteliti dalam (Yin, 2015, 38). Teknik menggunakan Validitas konstruk dengan cara menggunakan multisumber bukti, membangun rangkaian bukti, hingga memberikan key informant laporan studi kasus yang bersangkutan (Yin, 2015, 39).

3.6.2 Validitas Internal

Menetapkan hubungan kausal, di mana kondisi-kondisi tertentu diperlihatkan guna mengarahkan kondisi-kondisi lain, sebagaimana dibedakan dari hubungan semu (Yin, 2015, 38). Teknik studi kasus validitas internal yaitu kerjakan pola perbandingan, penyusunan eksplanasi hingga analisis data (Yin, 2015, p. 39). Nantinya peneliti akan melihat perbedaan antara fenomena yang ada dikonstruksi dengan fenomena yang terjadi secara nyata (real).

3.6.3 Validitas Eksternal

Dalam uji ketiga ini untuk mengetahui apakah temuan-temuan suatu penelitian dapat digeneralisasikan di luar kasus yang bersangkutan (Yin, 2015, 42). Peneliti juga akan menggunakan uji validitas eksternal untuk

memastikan bahwa penelitian ini dapat memberikan hasil yang mendasar sehingga mampu digunakan pada objek lain yang serupa.

3.6.4 Uji Reabilitas

Uji keempat ini digunakan untuk mengembangkan data dasar studi kasus (Yin, 2015, 39). Tujuan umum reliabilitas adalah untuk meminimalisir error dan bias penyimpangan dalam suatu penelitian (Yin, 2015, 45).

Dalam melaksanakan validasi data, penelitian ini akan melakukan validasi melalui mengungkapkan kembali informasi yang didapat peneliti selama melakukan penelitian dengan menggunakan data dan informasi yang didapatkan dari Dyland. Penelitian ini akan mengungkapkan kembali informasi yang peneliti dapatkan kepada Dyland untuk mengkonfirmasi dan respons Dyland terhadap informasi tersebut.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam konteks penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data lapangan dapat menggunakan salah satu atau lebih yang termasuk dalam metode etnografi, yaitu observasi partisipatif, *in-depth interview*, introspeksi, observasi tanpa partisipan, dan analisis dokumen (Koentjaraningrat, 2005). Selain itu, penelitian etnografi sebenarnya juga dapat memanfaatkan beberapa teknik pengumpulan data, walau teknik utamanya adalah pengamatan berperan-serta (*participant observation*).

Menurut Creswell (2013, h. 133), terdapat tiga tahapan dalam pemaparan teknik analisis data yaitu:

1. Deskripsi

Pada tahap pertama ini, etnografer mempresentasikan hasil penelitiannya dengan menggambarkan secara detil objek penelitiannya tersebut. Model penyampaiannya kronologis layaknya narator. Dengan membuat deskripsi, etnografer mengemukakan latar belakang dari masalah yang diteliti.

2. Analisis

Pada bagian ini, etnografer akan mengemukakan beberapa data akurat mengenai obyek penelitian, biasanya melalui tabel, grafik, diagram, dan model yang menggambarkan objek penelitian. Bentuk yang lain dari tahap ini adalah membandingkan objek yang diteliti dengan objek lain, mengevaluasi dan membangun hubungan antar objek yang diteliti.

3. Interpretasi

Interpretasi akan menjadi tahap akhir analisis data dalam penelitian etnografi. Pada tahap ini, etnografer akan mengambil kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Etnografer menggunakan kata orang pertama dalam penjelasannya untuk menegaskan bahwa apa yang ia kemukakan adalah murni hasil interpretasinya.