

BAB III

Metodologi Penelitian

3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme, di mana paradigma ini tercipta untuk memprotes paradigma positivisme. Protes ini dilakukan oleh para ilmuwan pada tahun 1970 sampai tahun 1980an. Paradigma ini awalnya diciptakan karena para ilmuwan berpendapat bahwa paradigma positivisme tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan penelitian kualitatif, sehingga diciptakan sebuah perpaduan antara paradigma positivisme dan interpretivisme, yaitu paradigma post-positivisme menurut Petter & Gallivan, (2004) dalam Panhwar (2017, p.253).

Paradigma post-positivisme. Menurut Yin (2016, p. 22) menjelaskan paradigma post-positivisme memandang dunia dengan menerima kondisi yang lebih probabilistik (memiliki kemungkinan) dari pada prinsip “seperti hukum” dari positivis asli, hal ini berarti menoleransi tingkat ketidak pastian sebagai pengganti absolut. Dengan kata lain, post-positivisme merupakan versi lebih “lembut” yang mengakui lebih banyak kondisi kemungkinan dan mentolerir tingkat ketidak pastian sebagai gantinya dari pandangan absolut (Yin, 2016, p. 338).

Penelitian menggunakan paradigma post-positivisme dikarenakan dalam penelitian ini penulis ingin melihat interaksi antara subjek dan objek penelitian, hasil dalam penelitian ini bukan berbentuk *reportase*, melainkan hasil dari interaksi manusia dan alam. Penelitian ini ingin melihat dan memahami bagaimana strategi *personal branding* Fitra Eri sebagai *automotive influencer* di Instagram.

Analisis data yang dilakukan bersifat induktif, berdasarkan fakta yang ditentukan di lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori. Paradigma post-positivisme menurut Creswell yang dikutip oleh Ardianto menyatakan:

1. Pengetahuan bersifat konjektural dan tidak berlandaskan apapun. Tidak pernah mendapatkan kebenaran secara *absolut*.
2. Penelitian merupakan proses membuat klaim-klaim yang kebenarannya lebih kuat.
3. Pengetahuan dibentuk oleh data, bukti dan pertimbangan secara logis.
4. Aspek terpenting dalam penelitian adalah sikap Objektif. Para peneliti terus menguji kembali metode dan kesimpulan yang sekiranya akan menimbulkan bias. (Ardianto, 2016, h. 60-61).

3.2 Jenis Penelitian & Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian “Strategi *Personal Branding* Fitra Eri Sebagai *Automotive Influencer* di Instagram” adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian dengan pendekatan yang menjelajahi atau memahami suatu masalah tertentu. Pada jenis penelitian ini penulis wajib mewawancarai narasumber atau partisipan tertentu dengan menggunakan pertanyaan umum dan spesifik.

Penelitian ini bersifat penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk memahami adanya fenomena sosial dan untuk mendeskripsikan fenomena tersebut. Penelitian deskriptif biasanya tidak didampingi oleh hipotesis, namun terkadang deskriptif juga memiliki hipotesis tetapi tidak diuji secara statistik. Dalam penelitian ini penulis berusaha memberikan gambaran mengenai bagaimana strategi Fitra Eri sebagai *automotive Influencer* di Instagram.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai oleh penulis dalam penelitian ini merupakan studi kasus dan analisis isi (*content analysis*).

Menurut Robert K. Yin, studi kasus memiliki dua definisi sebagai metode penelitian (Yin, 2018, p. 45),

1. Studi kasus merupakan metode empiris yang menginvestigasi fenomena kontemporer atau kasus secara mendalam dan dalam konteks dunia nyata, terutama apabila batas antara konteks dan fenomena tidak terlalu jelas. Dengan kata lain, studi kasus dipakai

ketika kita mau memahami sebuah kasus di dunia nyata dan menganggap pemahaman tersebut melibatkan konteks penting yang berkaitan dengan kasus yang dipelajari.

2. Studi kasus mengatasi situasi secara teknis di mana penelitian memiliki banyak variabel, sehingga desain penelitian, pengumpulan data, serta analisis, bergantung dari berbagai macam sumber, yang membutuhkan konvergen triangulasi data. Robert K. Yin, juga menyatakan bahwa studi kasus merupakan metode penelitian yang tepat apabila kasus yang kita teliti ingin menjawab pertanyaan.

Studi kasus dapat bermanfaat apabila seorang peneliti ingin memahami suatu permasalahan atau situasi tertentu dengan amat mendalam dan orang dapat mengidentifikasi informasi yang banyak. Studi kasus biasa digunakan untuk penelitian yang berkenaan dengan *how* dan *why*.

Analisis isi merupakan sebuah alat dalam penelitian yang berfokus terhadap konten yang aktual dan fitur internal media. Seperti yang diungkapkan oleh Holsti (Satori dan Komariah, 2009, h. 157) analisis isi adalah sebuah teknik yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha dalam menemukan karakteristik pesan dan dilakukan secara objektif.

Dalam melakukan analisis isi ada beberapa prosedur atau langkah-langkah yang sebaiknya dilakukan (Fraenkel & Wallen, 2007, h. 485) yaitu, (1) Menentukan tujuan yang ingin dicapai; (2) Mendefinisikan istilah-istilah yang penting dan harus dapat dijelaskan secara rinci; (3) Merincikan unit yang akan dianalisis; (4) Mencari data yang relevan; (5) Membangun rasioanal atau hubungan kenseptual untuk menjelaskan sebuah data yang berkaitan dengan tujuan; (6) Merencanakan penarikan sample; (7) Merumuskan kategori.

3.4 Informan dan Partisipan Penelitian

Untuk mendukung penelitian ini maka penulis membutuhkan informasi dari narasumber dalam memperoleh data tambahan.

Informan kunci (*Key Informan*) Menurut Yin (2015, p.109) Informan tidak hanya bisa memberikan keterangan tentang sesuatu kepada peneliti tetapi juga bisa memberi saran tentang sumber-sumber bukti lain yang mendukung, serta menciptakan akses terhadap sumber yang bersangkutan. Subjek pada penelitian ini telah ditentukan berdasarkan pengamatan penulis terhadap konten Instagram yang di *upload*.

Menurut Creswell & Poth (2018, p. 223-224) dengan menggunakan metode studi kasus, dianjurkan memilih kasus yang tidak biasa dan menggunakan variasi sebagai strategi pemilihan partisipan atau pengambilan sampel untuk mewakili kasus yang beragam dan sepenuhnya menggambarkan berbagai perspektif tentang kasus tersebut.

Hal ini berarti penulis memilih individu yang berkaitan untuk studi kasus yang dipilih, karena mereka dapat dengan mudah menginformasikan pemahaman tentang masalah penelitian dan fenomena sentral dalam penelitian yang akan dilakukan.

Menurut penjelasan di atas dan disesuaikan dengan topik permasalahan yang akan diteliti, maka informan kunci dan partisipan yang penulis pilih dalam penelitian ini adalah mereka yang memiliki kompetensi dan dianggap mampu memberikan data-data yang dibutuhkan:

1. Fitra Eri

Sebagai objek dalam penelitian ini. Fitra Eri dipilih karena melihat dari data pencapaian Fitra Eri sebagai *influencer* dan *reviewer automotive* Indonesia yang didapatkan melalui artikel berita, serta akun YouTube dan Instagram milik Fitra Eri.

2. Silih Agung Wasesa – Profesional Spesialisasi *Personal Branding* Sebagai seorang praktisi dalam bidang *personal branding*, Silih Agung Wasesa dipilih kerana dengan kondisi saat ini di mana peralihan *personal branding* secara konvensional menjadi digital.

Hal ini juga diperkuat dengan sepak terjang Silih Agung Wasesa sebagai seorang praktisi selama dua puluh tahun bergerak dalam bidang *personal branding*. Silih Agung Wasesa yang bekerja dalam *personal branding consultant* juga merasakan perubahan kebiasaan khalayak di era digital, sehingga tepat untuk menjawab strategi *personal branding* dalam media social.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan metode pengumpulan data dengan studi kasus. Menurut Yin (2015, h. 103 – 117) terdapat enam sumber data dalam mengumpulkan data adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Dokumentasi; metode ini memiliki peran penting dalam penelitian yang menggunakan metode penelitian studi kasus sebagai bukti

tambahan dan bukti pendukung dari berbagai sumber.

2. Rekaman Arsip: metode ini bertujuan untuk memberikan informasi kualitatif maupun kuantitatif dari sumber-sumber arsip.
3. Wawancara: wawancara menjadi sumber utama dari studi kasus, dikarenakan biasanya penelitian yang menggunakan metode studi kasus topik yang diangkat sangat erat dengan topik kemanusiaan. Pada umumnya studi kasus memiliki sifat *open-ended*, di mana responden dapat menjawab pertanyaan yang diajukan dengan tata bahasa sendiri (Yin, 2015, h. 108-109).
4. Observasi Langsung: Observasi langsung dalam studi kasus sering kali menjadi bukti yang sangat bermanfaat dalam melengkapi data-data untuk penelitian (Yin, 2015, h. 113).
5. Observasi Informan (Partisipan): suatu bentuk observasi khusus di mana peneliti tidak hanya menjadi pengamat yang pasif, melainkan juga mengambil peran dalam situasi tertentu dan berpartisipasi dalam peristiwa-peristiwa yang

akan diteliti (Yin, 2015, h. 114)

6. Perangkat Fisik atau Kultural: merupakan sebuah perangkat teknologi, instrument seni/karya, atau berbagai bukti fisik lainnya (Yin, 2015, h. 117).

3.6. Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data dari penelitian ini, penulis menggunakan teknik triangulasi data, dikarenakan dalam penelitian ini melakukan perbandingan atau mengecek kembali tingkat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh. Sebagai yang dikatakan K. Yin dalam Suprayogo (2011, h. 185) triangulasi data bertujuan agar dalam pengumpulan data, penulis dapat menggunakan multisumber.

Penulis dapat membandingkan perspektif seseorang dengan orang lain tentang suatu hal yang sama. Selain itu penulis juga menggunakan dari berbagai sumber pustaka agar dapat menjelaskan proses strategi dan aktivitas *personal branding* yang dilakukan Fitra Eri sebagai *automotive influencer*.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik Strategi penjadohan pola. Menurut Yin (2013, h. 140) menggunakan logika untuk menjadi pembandingan pola data empiris dengan pola yang dedikasikan. Kedua pola yang memiliki kemiripan dapat menguatkan validitas internal.

Penjadohan pola akan relevan dengan pola variabel-variabel spesifik yang diprediksi dan ditentukan sebelum pengumpulannya jika menggunakan studi kasus deskriptif (Yin, 2013, h. 140). Dikatakan pula bahwa penjadohan pola yang dideskripsikan oleh Donald Campbell (1975) merupakan beberapa informasi kasus yang sama dengan beberapa proposisi teoritis (Yin, 2013, h. 35).

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik penjadohan pola, di mana penulis akan membandingkan pola berupa data yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi dengan beberapa teori dan konsep. Jika terdapat kesamaan dari kedua pola tersebut maka hasilnya bisa menguatkan validitas internal dari penelitian