

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Neuman (2014, p. 96), mendefinisikan paradigma merupakan sebuah kerangka umum untuk teori dan penelitian, pada dasarnya paradigma mencakup asumsi dasar, isu permasalahan, model penelitian, dan metode yang digunakan untuk mencari jawaban. Secara umum paradigma adalah orientasi dasar pada penelitian dan teori yang digunakan, paradigma ilmiah merupakan keseluruhan kerangka pemikiran dan di dalamnya terdapat asumsi dasar, permasalahan yang harus diselesaikan, teknik penelitian yang digunakan pada penelitian, dan contoh penelitian ilmiah terdahulu yang tepat. Pada penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivistic*, menurut Cresswell & Cresswell (2018, p. 332), paradigma *post-positivistic* seperti filosofi deterministik (filosofis bahwa kejadian terjadi karena adanya keharusan) mengenai penelitian yang memungkinkan penyebab akan menentukan hasil. Dengan begitu paradigma *post-positivistic* mencerminkan masalah yang perlu diidentifikasi penyebab yang mempengaruhi hasil, seperti melakukan eksperimen.

Terdapat definisi lain paradigma *post-positivistic*, menurut Cresswell & Cresswell (2018, p. 335), paradigma *post-positivistic* adalah cara berpikir yang mengutarakan spekulasi tentang *postpositivism* yang bertentangan dengan konsep tradisional tentang kebenaran seutuhnya mengenai ilmu pengetahuan. Paradigma *post-positivistic* menerangkan bahwa pengetahuan yang didapatkan melalui kajian setiap perilaku ataupun tindakan sosial tidak dapat dipercaya seutuhnya, karena dunia yang telah diatur mekanisme alam yang memungkinkan manusia tidak bisa menemukan kebenaran seutuhnya. Oleh karena itu, paradigma *post-positivistik* memerlukan identifikasi faktor-faktor dan mengkaji masalah yang mempengaruhi hasil akhir.

Penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivistic* karena mengangkat permasalahan strategi *online personal branding* seorang *Gaming Influencer E-sport* melalui *platform* TikTok, fenomena yang menarik pada penelitian ini adalah penggunaan *platform* TikTok yang sedang marak dan *E-sport* yang berkembang pesat pada tahun 2021. Dua hal tersebut saling berkaitan dan dapat mempengaruhi persepsi khalayak terhadap pelaku *online personal branding*. Penelitian ini sangat relevan menggunakan paradigma *post-positivistic* bahwa paradigma *post-positivistic* merupakan paradigma yang tepat untuk meneliti Strategi *Online Personal Branding* Anisa Rahim Sebagai *Gaming Influencer*.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif. Menurut Creswell (2018, p. 41), penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengetahui, menggali, dan memahami makna dari suatu kelompok maupun individu merupakan penyebab masalah sosial dan kemanusiaan. Proses penelitian menggunakan pertanyaan-pertanyaan sesuai prosedur, data yang didapatkan melalui partisipan penelitian, analisis data yang dilakukan secara induktif yaitu dari khusus ke umum, dan menafsirkan analisis data. Jenis penelitian kualitatif memiliki laporan akhir yang terstruktur dan fleksibel, selain itu juga selalu menggunakan gaya induktif, fokus pada makna individu, dan selalu melaporkan kompleksitas situasi.

Penelitian ini menggunakan sifat deskriptif, Penelitian yang bersifat deskriptif memiliki tujuan untuk “melukis gambar” menggunakan kata-kata dan angka. Selain itu, bertujuan untuk menyajikan profil, klasifikasi jenis, atau garis besar langkah-langkah untuk menjawab pertanyaan seperti siapa, di mana, bagaimana, dan kapan Neuman (2014, p. 38). Secara singkat penelitian yang bersifat deskriptif akan memberikan gambaran fenomena sosial secara spesifik dari suatu kondisi, setting sosial, dan hubungan. Menurut Neuman (2014, p. 39) penelitian yang bersifat deskriptif akan menyajikan gambaran mengenai jenis-jenis orang atau kegiatan sosial dan berfokus pada pertanyaan “siapa? Bagaimana? Apa yang terjadi?” seperti menjelajahi masalah baru atau menjelaskan mengapa sesuatu

dapat terjadi, besar kemungkinan penelitian sosial bersifat deskriptif. Penelitian yang bersifat deskriptif sebagian besar menggunakan teknik pengumpulan data seperti survei, penelitian lapangan, analisis isi, dan melakukan komparatif penelitian terdahulu.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Yin (2018, p. 45), mendefinisikan studi kasus merupakan metode empiris yang meneliti fenomena kontemporer (kasus) secara mendalam dan pada dunia nyata, terutama ketika fenomena dan konteks tidak jelas. Menurut (2018, p. 48) penelitian studi kasus bertujuan untuk memahami fenomena sosial yang kompleks, metode studi kasus akan memfokuskan pada “kasus” dan mempertahankan perspektif holistik dan dunia nyata seperti mempelajari siklus kehidupan individu, perilaku sekelompok masyarakat, proses organisasi dan manajerial, dan perubahan lingkungan. Tendensi sentral studi kasus adalah bahwa studi kasus mencoba untuk menjelaskan serangkaian keputusan mengapa keputusan tersebut diambil, bagaimana cara pengimplementasiannya, dan bagaimana hasilnya. Dengan kata lain, penelitian ini menggunakan metode studi kasus karena ingin mengetahui suatu fenomena dan berpikir bahwa pemahaman seperti itu akan terlibat dalam kondisi kontekstual penting yang berkaitan dengan kasus yang ingin diteliti.

3.4 Partisipan dan Informan

Partisipan dan informan salah satu hal yang paling penting dalam melakukan penelitian kualitatif. Menurut Yin (2018, p. 162), partisipan penting untuk mencapai keberhasilan penelitian yang menggunakan metode studi kasus. Partisipan dapat memberikan *insight* tentang suatu permasalahan penelitian dan dapat memberikan akses kepada orang lain yang mungkin memiliki bukti yang kuat ataupun memiliki pemikiran yang bertentangan untuk diwawancarai.

Dalam membantu keberhasilan penelitian dibutuhkan informan sebagai bagian eksternal yang terlibat. Informan merupakan orang-orang luar yang terlibat dalam proses wawancara. Informan dapat menjadi siklus tinjauan sebagai

kesempatan untuk memulai dialog baru tentang berbagai aspek, sehingga semakin memperdalam proses peninjauan studi kasus Yin (2018, p. 300). Partisipan dan informan pada penelitian ini merupakan orang-orang yang telah ditentukan sebagai narasumber yang kredibel dan mampu memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan peneliti. Partisipan dan informan yang ada merupakan orang-orang yang menguasai bidang yang sedang diteliti juga yang akan membantu dalam memberikan keterangan secara mendalam dan akurat. Berikut merupakan partisipan dan informan yang telah ditentukan:

1) Nama: Anisa Rahim (Partisipan)

Jabatan: *Gaming Influencer*

Alasan memilih Anisa Rahim: Memilih Anisa Rahim sebagai subjek dan partisipan pada penelitian ini, karena Anisa Rahim merupakan seorang *casual gamer* dan *Gaming Influencer* yang berkarir pada dunia *E-sport*. Anisa Rahim melakukan *online personal branding* pada platform TikTok pribadinya @anisabasyir, Anisa Rahim banyak berkontribusi selama menjadi *Gaming Influencer*, salah satunya banyak diundang ke *event* seperti *talkshow* sebagai pembicara di UI Battlegrounds 2021 dalam membahas seputar dunia *E-sport* dan perjalanan menjadi seorang *pro player*. Dalam berkarir Anisa Rahim memahami bagaimana membangun *online personal branding* pada Platform TikTok pribadinya. Tercatat pada 9 Juni 2022, Anisa Rahim memiliki 413 ribu pengikut dan jumlah total likes 3,5 juta.

2) Nama: Jelita Tiara Febriyani (Partisipan)

Jabatan: Manajer Onic *E-sport*

Alasan memilih Jelita Tiara Febriyani: Memilih Jelita Tiara Febriyani karena Jelita merupakan manajer Onic *E-sport* yang bertanggung jawab untuk *manage* kegiatan anggota Onic *E-sport*. Selain sebagai manajer, Jelita juga sebagai *contact person business inquiries* Anisa Rahim.

3) Nama: Bagas Tri Setiawan

Jabatan: Kerabat dekat Anisa Rahim

Alasan memilih Bagas Tri Setiawan: Memilih Bagas sebagai narasumber karena Bagas merupakan sahabat sedari kecil Anisa Rahim, Bagas dapat memberikan informasi secara akurat mengenai kegiatan dan keseharian yang dilakukan Anisa Rahim dalam membangun *online personal branding* pada platform TikTok.

4) Nama: Rizka Septiana

Jabatan: Narasumber Ahli

Alasan memilih Rizka Septiana: Memilih Rizka Septiana sebagai narasumber ahli karena Rizka Septiana merupakan salah satu orang yang paham mengenai topik *personal branding*. Rizka Septiana dapat memberikan penjelasan dan informasi mengenai *online personal branding* lalu dihubungkan dengan topik penelitian ini yaitu *online personal branding* Anisa Rahim sebagai *gaming influencer*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, teknik pengumpulan data diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian yang diinginkan. Menurut Yin (2018, p. 153), mengatakan bahwa penelitian studi kasus setidaknya menggunakan teknik pengumpulan data dari enam sumber yaitu dokumen, arsip rekaman, wawancara, observasi partisipan, dan *physical artifact*. Teknik pengumpulan data merupakan ruang lingkup dari sebuah penelitian studi kasus, pengumpulan data bukan hanya dari merekam secara mekanis namun menafsirkan informasi yang dikumpulkan secara akurat sehingga mengetahui beberapa sumber yang bertentangan satu sama lain dan mengarah pada kebutuhan untuk bukti Yin (2018, pp. 123-124). Berikut merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini:

3.5.1 Wawancara

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini melalui wawancara. Menurut Yin (2018, p. 164), wawancara merupakan sumber penting dan bukti dari penelitian studi kasus, karena pada dasarnya penelitian studi kasus membahas

tentang tindakan dan urusan manusia. Narasumber yang diwawancarai akan memberikan informasi dan insight yang dapat menjawab tujuan penelitian, selain itu narasumber dapat membantu untuk mengidentifikasi sumber lain yang lebih relevan. Wawancara pada penelitian studi kasus akan menyerupai percakapan daripada pertanyaan terstruktur, dalam melakukan wawancara tetap konsisten namun aliran pertanyaan lebih cenderung cair dan tidak kaku Yin (2018, p. 161).

Yin (2018, pp. 162-165) mengatakan terdapat tiga jenis wawancara pada penelitian studi kasus: *Prolonged case study interviews*, *shorter case study interviews*, *survey interviews in case study*.

- 1) *Prolonged case study interviews*, wawancara yang berlangsung selama dua jam atau lebih, dalam periode yang lama dan mencakup beberapa sesi. Dalam proses wawancara dapat bertanya mengenai interpretasi dan pendapat narasumber tentang peristiwa, orang, dan penjelasan mengenai fenomena yang sedang diteliti. Kemudian informasi tersebut dapat digunakan untuk melakukan penyelidikan yang lebih lanjut, selain itu narasumber dapat merekomendasikan orang lain untuk menjadi narasumber sebagai sumber tambahan yang kredibel. Semakin banyak orang yang terlibat dalam wawancara ini akan semakin membantu yang disebut sebagai “informan”, namun partisipan merupakan narasumber kunci utama yang dapat memberikan informasi lebih detail dan kredibel.
- 2) *Shorter case study interviews*, wawancara yang berlangsung tidak lama dan memiliki tujuan untuk menguatkan temuan yang telah ditetapkan, namun tidak akan bertanya mengenai topik lain yang lebih luas lagi. Pada situasi ini, harus mempersiapkan pertanyaan spesifik secara teliti agar narasumber dapat menjelaskan secara detail mengenai hal tersebut. Jika mengarah pada pertanyaan yang menguatkan suatu argumen, maka tujuan wawancara tidak akan tercapai.
- 3) *Survey interviews in case study*, terakhir adalah wawancara penelitian studi kasus menggunakan survei dan kuesioner yang terstruktur. Survei dapat menghasilkan data kuantitatif sebagai bagian dari bukti studi kasus.

Penelitian ini menggunakan jenis wawancara *prolonged case study interviews* karena dinilai cocok dengan situasi dalam membahas *online personal branding*. Selain itu keterlibatan partisipan dan informan pada jenis wawancara ini sangat mendukung untuk mencapai tujuan penelitian yang diinginkan. Penelitian ini juga ingin dalam proses wawancara pertanyaan mengalir dan tidak kaku sehingga banyak topik seputar *online personal branding* yang dapat dibahas pada sesi wawancara.

3.5.2 Studi Dokumen

Setelah melakukan wawancara, penelitian ini menggunakan studi dokumen yang bertujuan untuk melengkapi hasil penelitian. Menurut Yin (2018, p. 158), mengatakan bahwa pada penelitian studi kasus penggunaan dokumentasi penting untuk menguatkan dan menambah bukti dari sumber lain. Berikut merupakan manfaat studi dokumentasi, yang pertama adalah membantu dalam memverifikasi ejaan dalam judul, nama, ataupun organisasi yang terlibat dalam proses wawancara. Kedua, dokumentasi dapat memberikan informasi yang spesifik dan memperkuat informasi dari sumber lain, jika bukti dokumenter kontradiktif daripada menguatkan informasi, lakukan kembali bertanya mengenai topik secara mendalam. Ketiga, melalui dokumen dapat membuat hasil kesimpulan. Berikut merupakan contoh dokumentasi yang dapat dipertimbangkan untuk menjadi dokumentas yaitu dokumen pribadi seperti E-mail, memorandum, surat, artikel, klipng berita, media sosial, media massa Yin (2018, p. 156).

Studi dokumen yang dilakukan adalah dengan cara mengumpulkan berbagai data bagaimana kegiatan Anisa Rahim dalam membangun *personal branding* melalui *platform* Tiktok. Setelah mendapatkan data yang berasal dari dokumentasi langkah selanjutnya adalah mengalisis dan memaparkan secara detail dengan data-data lain.

3.5.3 Observasi

Setelah melakukan wawancara, penelitian ini melakukan observasi yang bertujuan untuk melengkapi hasil penelitian. Observasi biasanya berupa catatan tertulis yang akan di transkripkan untuk menjadi dasar-dasar tekstual analisis Etnografi yang

akan dilakukan. Catatan yang di dokumentasikan dapat mencakup deskripsi tentang catatan formal dan non formal wawancara, percakapan, foto dan video saat berkegiatan, dan sebagainya.

Observasi semi-terstruktur merupakan hal yang penting untuk memperhatikan perilaku dari partisipan. Karena sadar atau tidak sadar sulit mendapatkan data hanya melalui wawancara. Melakukan observasi mengikuti pola yang sama dengan pengumpulan data Etnografi melalui wawancara yaitu melibatkan rangkaian dari eksplorasi terbuka yaitu sistematis di awal dan terbuka di akhir. Observasi semi-terstruktur lebih fokus untuk mengamati perilaku pada subjek penelitian secara teratur. Tujuan dari observasi semi-terstruktur adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang terkait dengan penelitian.

Observasi yang dilakukan adalah dengan cara mengamati secara teratur kegiatan Anisa Rahim dalam membangun *personal branding* melalui *platform* TikTok. Setelah mendapatkan data yang berasal dari wawancara, penelitian ini akan melakukan observasi dengan melakukan transkrip untuk menganalisis dan memaparkan hasil penelitian secara detail.

3.5.3.1 Recording Observations

Menurut Schensul & LeCompte (2013, p. 128), observasi merupakan hal yang penting untuk kelangsungan penelitian. Tantangan terletak pada transformasi observasi menjadi catatan lapangan yang akan menjadi catatan ilmiah dari pengalaman untuk referensi di masa yang akan datang. Semakin lengkap dan akurat catatan lapangan semakin mudah untuk menggunakannya sebagai data. Ketika melakukan observasi secara langsung dengan komunitas selama berbulan-bulan dan telah menciptakan keakraban dengan lingkungan lapangan, maka pengamatan secara rinci sepertinya tidak diperlukan karena “semua orang tahu apa yang terjadi di sini” tetapi etnografi catatan lapangan bukan hanya untuk mereka sendiri dan catatan rinci yang diambil dalam jangka waktu yang lama dapat mengungkapkan pola yang tidak jelas dalam pengamatan episodik.

Menurut Schensul & LeCompte (2013, p. 80), terdapat keuntungan jika bagi mereka yang lebih menyukai komunikasi verbal daripada tertulis, dengan cara lain merekam pengamatan dan dikembangkan. Terdapat dua cara yang relatif mudah digunakan adalah dengan perekam digital yang dapat digunakan di lapangan untuk merekam rincian pengamatan di lokasi wawancara. Perekam digital ini dapat digunakan untuk mencatat pengamatan, pemikiran, firasat atau hipotesis. Namun data yang direkam pada perekam digital harus ditranskripsi yang umumnya satu jam perekaman membutuhkan setidaknya tiga hingga empat jam transkripsi. Jadi dalam keadaan apa pun pengumpulan informasi melalui rekaman digital mahal dari segi waktu, biaya, dan personel.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Penelitian harus menetapkan kualitas yang mewakili pernyataan logis. Selain itu, menetapkan kualitas penelitian dapat melalui taktik. Yin (2018, pp. 79-82) berpendapat bahwa terdapat empat taktik untuk menetapkan kualitas pada penelitian studi kasus, yaitu:

- 1) *Construct validity*, mengidentifikasi langkah-langkah operasional yang tepat untuk konsep yang akan diteliti. Jika penelitian studi kasus melakukan *construct validity* terdapat tiga taktik yang dapat digunakan yaitu:
 - a) *Multiple source of evidence*, taktik ini mendorong jalur penelitian hingga memusat dan fokus sehingga taktik ini akan relevan selama pengumpulan data.
 - b) *Chain of evidence*, memuat rantai bukti yang relevan selama pengumpulan data
 - c) *Informant's review*, membuat draf laporan mengenai penelitian studi kasus yang ditinjau ulang oleh partisipan.
- 2) *Internal Validity*, *internal validity* pada penelitian studi kasus meluas ke masalah yang lebih lebar lagi dalam mengambil kesimpulan. Penelitian ini akan mengambil kesimpulan bahwa kejadian tertentu terjadi karena kejadian sebelumnya berdasarkan wawancara dan bukti dokumentasi sebagai data yang ditemukan.

3) *External validity, external validity* pada penelitian studi kasus berkaitan dengan apakah data-data hasil penemuan dapat digeneralisasikan. Terdapat dua taktik yang dapat dilakukan untuk menggunakan teknik ini yaitu dengan menggunakan teori dalam penelitian studi kasus tunggal dan menggunakan replikasi logika dalam penelitian studi kasus ganda.

4) *Reliability, reability* digunakan untuk menampilkan pelaksanaan pada suatu penelitian studi kasus, seperti teknik pengumpulan data, dipresentasikan dengan hasil yang sama. Teknik ini dapat dilakukan dengan dua teknik yaitu melalui protokol studi kasus dan memperkuat *chain of evidence*.

Terdapat empat teknik yang bisa digunakan untuk keabsahan data, penelitian ini menggunakan *Construct validity* karena dinilai cocok untuk penelitian ini. Dengan mengidentifikasi langkah-langkah operasional yang cocok untuk konsep yang digunakan. Selain itu adanya partisipan dan informan yang akan menuturkan informasi mengenai *online personal branding* yang akan mendapat persamaan dan perbedaan untuk ditarik benang merah dari tujuan penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Yin (2018, pp. 224-244) mengatakan bahwa terdapat lima teknik analisis data yang dapat digunakan pada data penelitian studi kasus, yaitu:

1) *Pattern matching, pattern matching logic* dilakukan dengan cara membandingkan logika berbasis empiris pola didasarkan antara data yang telah didapatkan dari hasil penelitian studi kasus dengan konsep dan prediksi alternatif (termasuk kompetitor) yang digunakan sebelum pengambilan data.

2) *Explanation building, explanation building* digunakan sebagai pengembangan penjelasan tentang studi kasus yang sedang dianalisa. Teknik analisis ini merupakan jenis percocokan pola khusus karena prosedurnya lebih sulit dan perlu mendapatkan perhatian khusus. Tujuan dari teknik analisis *explanation building* adalah menganalisis penelitian studi kasus dengan membangun penjelasan mengenai kasus tersebut.

- 3) *Time series analysis*, time series analysis disusun berdasarkan waktu dan melakukan perbandingan dengan tren yang ditentukan sebelum penelitian dilakukan.
- 4) *Logic models*, *logic model* merupakan kerangka yang dilakukan untuk mengoperasionalkan rantai peristiwa secara kompleks selama waktu yang panjang (jangka panjang), pada teknik analisis *logic model* akan menunjukkan bagaimana suatu peristiwa secara kompleks seperti pelaksanaan program.
- 5) *Cross case synthesis*, *cross case synthesis* digunakan hanya untuk analisis studi kasus ganda, sedangkan empat teknik analisis diatas dapat digunakan untuk studi kasus tunggal dan ganda. pada teknik ini diharuskan untuk melakukan penelitian lebih dari satu studi kasus. Beberapa studi kasus itu akan dilihat kebenarannya satu sama lain.

Pada penelitian ini memilih untuk menggunakan teknik analisis *Pattern Matching* sebagai pola yang akan membandingkan data-data yang ditemukan selama proses penelitian mengenai *online personal branding* dengan konsep yang digunakan untuk mendukung konsep utama berdasarkan buku *online personal branding* oleh Ryan M. Frischmann.

