

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti memerlukan paradigma sebagai acuan untuk bertindak dan berpikir. Sebab menurut Harmon (dalam muslim, 2015, p. 77) paradigma merupakan cara mendasar untuk berpikir, menilai, melakukan persepsi, dan bertindak mengenai sesuatu secara khusus mengenai sebuah realitas. Lebih lanjut, dikatakan paradigma dapat membantu peneliti merumuskan 1) apa yang harus dipelajari, 2) pertanyaan apa yang perlu dijawab, 3) bagaimana seharusnya pertanyaan tersebut dijawab, dan 4) aturan apa yang perlu dilakukan untuk menjawab pertanyaan tersebut (Malik & Nugroho, 2016, p. 66).

Lincoln dan Guba (dalam Creswell, 2014, p. 21) menjelaskan terdapat lima ragam paradigma dalam penelitian ilmu sosial yaitu positivisme, post-positivisme, teori kritis, konstruktivisme dan partisipatif. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma yang menganut prinsip relativitas ini meyakini bahwa realitas terbentuk berdasarkan dengan pengalaman sosial seseorang, sehingga realitas tidak dapat digeneralisir (Malik & Nugroho, 2016, p. 68). Secara singkat, setiap individu memiliki pandangan yang berbeda mengenai realitas karena dipengaruhi oleh latar belakang.

Sehingga dalam melakukan proses pengumpulan data, peneliti dapat lebih berfokus pada bagaimana beberapa individu yang dilibatkan dalam penelitian memaknai realitas dengan menggali data mendalam dengan cara dialogis mengenai motif serta konteks yang melatarbelakangi jawaban individu (Kriyantono, 2021, p. 29). Oleh karenanya Kriyantono (2021, p. 27) menyarankan peneliti untuk melakukan riset mendalam terhadap teks dan situasi sosial, sehingga dapat menemukan makna yang lebih mendalam. Oleh karenanya, paradigma ini digunakan untuk membantu memaknai fenomena *personal branding* jurnalis di media sosial dengan menggunakan beberapa metode penggalian data untuk dapat memahami dan menemukan makna mendalam serta melibatkan beberapa jurnalis agar simpulan umum dapat dirumuskan.

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

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif. Sudaryono (2018, p. 91) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif pada dasarnya berupaya untuk menganalisis kehidupan sosial dari sudut pandang atau interpretasi individu dalam latar alamiah. Secara sederhana, penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami bagaimana seorang individu melihat serta memaknai dunia sosial yang dihadapinya (Sudaryono, 2018, p. 91). Lebih lanjut Farida Nugrahani (2014, p. 4) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengungkap serta memahami sesuatu di balik fenomena yang sebelumnya tidak diketahui.

Adapun demikian, peneliti menggunakan sikap deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan atau fenomena secara apa adanya dengan meneliti masalah berupa fakta yang terjadi saat ini (Sudaryono, 2018, p. 82). Tujuan dari penelitian deskriptif adalah mendeskripsikan fenomena alamiah maupun buatan manusia berupa aktivitas, karakteristik, perubahan, dan hubungan antara setiap fenomena sehingga peneliti dapat menginterpretasikan pendapat, kondisi, atau akibat yang sedang berlangsung (Linarwati, Fathoni, & Minarsih, 2016, p. 1). Untuk itu, penelitian ini dituliskan secara kualitatif- deskriptif agar peneliti dapat memahami dan mendeskripsikan bagaimana strategi dan aktivitas jurnalis televisi dalam menggunakan media sosial untuk menerapkan *personal branding*.

### **3.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan metode penelitian yang dilakukan secara intensif, rinci, dan mendalam mengenai suatu kasus, gejala sosial, atau unit sosial tertentu yang spesifik. Kasus yang dimaksud dalam hal ini dapat dimaknai sebagai sebuah konsep, aktivitas, waktu, hasil karya seseorang, kebijakan, kelas sosial, organisasi, negara, wilayah, atau fenomena lain yang spesifik (Sudaryono, 2018, p. 88).

Dengan menggunakan metode studi kasus, peneliti dapat melakukan penelitian secara mendalam mengenai subjek yang ingin diteliti serta interaksinya dengan lingkungan yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini (Sudaryono, 2018, p. 88). Lebih lanjut Stake (Boblin et al., 2013, p. 1268) menjelaskan bahwa metode studi kasus sesuai jika digunakan pada penelitian yang menanyakan bagaimana dan mengapa, sehingga dengan begitu peneliti dimungkinkan untuk memahami sebuah fenomena secara lebih mendalam.

Menurut Stake terdapat tiga jenis studi kasus yaitu studi kasus intrinsik (*intrinsic case study*), studi kasus instrumental (*instrumental case study*), dan studi kasus kolektif (*collective case study*). Penelitian ini menggunakan studi kasus intrinsik. Stake (Patnaik & Pandey, 2019, p. 167) menyatakan bahwa tujuan studi kasus intrinsik adalah untuk memahami dan mempelajari suatu kasus tertentu yang mengandung hal-hal menarik untuk dipelajari secara mendalam. Dikatakan oleh Hancock dan Algozzine (dalam Patnaik & Pandey, 2019, p. 167) bahwa studi kasus intrinsik dapat digunakan untuk mempelajari lebih lanjut mengenai sebuah kelompok, individu, peristiwa, atau organisasi tertentu.

Oleh karenanya, penelitian ini menggunakan studi kasus intrinsik untuk membantu peneliti memahami lebih mendalam mengenai subjek penelitian yaitu jurnalis televisi dalam menerapkan *personal branding* di media sosial Instagram.

### **3.4 Informan**

Peneliti menetapkan informan yang akan diwawancarai untuk memperoleh data. Informan penelitian merupakan subjek yang memahami informasi dan masalah penelitian, serta memiliki pengalaman langsung atau dengan kata lain menjadi pelaku dari masalah yang sedang diteliti (Kriyantono, 2021, p. 324). Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk dapat meningkatkan pemahaman dan memperkaya data. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan menetapkan kriteria penyaringan tertentu (Sibona & Walczak, 2012, p. 3511). Oleh karenanya, dalam penelitian ini peneliti menetapkan beberapa kriteria informan.

Tabel 3.1 Kriteria Informan

No.	Kriteria Informan
1.	Jurnalis televisi di media nasional yang aktif menggunakan media sosial Instagram dan menampilkan identitasnya sebagai jurnalis
2.	Memiliki minimal 10.000 pengikut
3.	Belum pernah membeli pengikut di akun Instagramnya

Sumber: Olahan Peneliti

Kriteria pertama adalah jurnalis televisi di media nasional yang terverifikasi oleh Dewan Pers (2018) seperti Kompas TV, RCTI, Global TV, SCTV, dan beberapa media lainnya. Selain itu jurnalis yang dilibatkan juga harus aktif menggunakan media sosial Instagram dan menampilkan identitasnya sebagai seorang jurnalis. Hal ini menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam menerapkan *personal branding* (Petruca, 2016, p. 391) agar pengguna lain memiliki gambaran singkat mengenai siapa dan apa yang dilakukannya. Sehingga akun Instagram jurnalis yang hanya digunakan untuk mengunggah mengenai kehidupan pribadi dan tidak menunjukkan profesinya sebagai seorang jurnalis, tidak disertakan dalam penelitian ini.

Kriteria kedua, informan merupakan jurnalis televisi yang memiliki minimal 10.000 pengikut akun Instagram, sehingga dapat dikategorikan sebagai mikro selebriti di media sosial. Akun di media sosial dengan minimal 10.000 hingga 100.000 pengikut telah dapat dikategorikan sebagai mikro selebriti (Santora, 2022).

Kriteria terakhir, jurnalis yang dilibatkan dalam penelitian ini mendapatkan pengikutnya secara organik, atau dengan kata lain belum pernah membeli pengikut di akun Instagramnya. Hal ini diperlukan agar peneliti dapat menggali lebih dalam mengenai strategi penerapan *personal branding* di media sosial Instagram. Istilah organik digunakan untuk menggambarkan keterlibatan pengguna media sosial secara sadar, karena memiliki minat atau ketertarikan terhadap sebuah unggahan atau pengguna lainnya (Sen et al., 2018, p. 205).

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Jamesh Mc. Milan dan Sally Schumacer (dalam Nilamsari, 2014, p. 1) menyebutkan bahwa terdapat empat teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang terdiri dari observasi partisipatif, wawancara mendalam, studi dokumen, dan teknik pelengkap. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan studi dokumen. Dalam penelitian kualitatif, informan menjadi sumber data primer, sehingga wawancara mendalam dijadikan sebagai teknik penggalian data utama yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data secara dalam, lengkap, dan akurat (Nugrahani, 2014, p. 124). Sehingga dengan melakukan wawancara mendalam, peneliti dapat mengetahui persepsi informan mengenai sebuah peristiwa, aktivitas, perasaan, motivasi, bentuk keterlibatan, dan sebagainya (Nugrahani, 2014, p. 126).

Menurut Esterberg (dalam Wilinny et al., 2019, p. 4) terdapat tiga jenis wawancara yaitu wawancara terstruktur (*structured interview*), semi terstruktur (*semistructured interview*), dan tidak terstruktur (*unstructured interview*). Peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur. Lebih lanjut Esterberg (dalam Wilinny et al., 2019, p. 4) menjelaskan bahwa pelaksanaan wawancara semi terstruktur bertujuan untuk meminta pendapat serta ide dari informan guna menemukan permasalahan yang lebih terbuka. Dengan melakukan wawancara mendalam, peneliti dapat mengetahui strategi dan motif yang mendorong jurnalis televisi dalam menerapkan *personal branding* di media sosial Instagram melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

Dalam menerapkan wawancara semi terstruktur, peneliti perlu mempersiapkan daftar pertanyaan yang ingin diajukan serta bukti pendukung yang membantu peneliti untuk mengingat fokus dari penelitian (Sudaryono, 2018, pp. 243-244). Oleh karenanya, peneliti juga menggabungkan wawancara mendalam dengan studi dokumen untuk memperkuat informasi serta bukti pendukung yang membantu peneliti dalam merumuskan pertanyaan wawancara.

Menurut Sugiyono (dalam Nilamsari, 2014, p. 178), dokumen merupakan catatan peristiwa lampau yang terdiri dari tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Oleh karenanya, studi dokumen dapat melengkapi proses penelitian

kualitatif dengan menggali data yang terdapat dalam sebuah dokumen. Dikatakan oleh Guba (dalam Nilamsari, 2014, p. 178) bahwa penggunaan dokumen yang diperoleh peneliti dapat mempengaruhi kredibilitas dari hasil penelitian kualitatif. Dokumen dalam penelitian ini berisikan gambar yang diambil langsung oleh peneliti dari akun Instagram informan untuk memperlihatkan aktivitasnya dalam menggunakan media sosial Instagram. Kumpulan foto tersebut dapat memperluas pengetahuan peneliti mengenai informan sehingga dalam melakukan wawancara, peneliti mampu mengajukan pertanyaan secara lebih mendetail.

### **3.6 Keabsahan Data**

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan triangulasi untuk mengolah data yang telah didapatkan, sebab validasi dan keabsahan data menjadi bagian penting dalam sebuah penelitian. Sutopo (dalam Walidin, Saifullah, & Tabrani, 2015, p. 142) menyatakan bahwa triangulasi menjadi salah satu cara yang paling banyak digunakan untuk meningkatkan validasi dan keabsahan dalam penelitian kualitatif. Triangulasi merupakan pendekatan multi metode yang digunakan untuk menguji keabsahan data atau informasi dari sudut pandang yang beragam terhadap hal yang ingin diteliti (Alfansyur & Mariyani, 2020, p. 147).

Oleh karena itu, Stainback (dalam Hidayati & Septiani, 2015, p. 52) menyatakan bahwa triangulasi dilakukan bukan untuk mencari kebenaran mengenai sebuah fenomena, melainkan untuk meningkatkan pemahaman peneliti mengenai data yang ditemukannya. Dalam penerapannya, Sutopo (dalam Walidin, Saifullah, & Tabrani, 2015, p. 142) menyatakan bahwa terdapat empat macam teknik triangulasi, yaitu triangulasi sumber data (*data triangulation*), triangulasi antar peneliti (*investigator triangulation*), triangulasi metode (*methodological triangulation*), dan triangulasi teori (*theoretical triangulation*). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi metode.

Triangulasi metode atau teknik digunakan untuk menguji data dari sumber yang sama, namun dengan menggunakan teknik pengumpulan yang berbeda-beda (Alfansyur & Mariyani, 2020, p. 149). Lebih lanjut, Sugiyono (dalam Alfansyur & Mariyani, 2020, p. 149) menjelaskan bahwa peneliti dapat menggabungkan teknik

observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan suatu kesimpulan. Sejalan dengan hal tersebut, peneliti menggabungkan teknik wawancara mendalam dengan jurnalis televisi untuk mengetahui motif dari penerapan *personal branding*. Secara bersamaan, peneliti akan menggabungkan teknik studi dokumen untuk mengetahui aktivitas serta strategi jurnalis televisi dalam menggunakan media sosial Instagram untuk menerapkan *personal branding*.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Analisis data menjadi bagian yang dilakukan setelah proses pengumpulan data. Dengan kata lain, analisis data merupakan proses memilih, memilah, membuang, dan menggolongkan data mentah agar dapat menjawab masalah ilmiah (Nugrahani, 2014, p. 169). Dikatakan bahwa proses analisis data dalam penelitian kualitatif diawali dengan mempelajari dan menganalisis data yang tersedia dari berbagai sumber. Dilanjutkan dengan menyusun data sesuai tema-tema yang ada sehingga dapat ditarik simpulan akhir yang diperoleh berdasarkan hasil analisis (Nugrahani, 2014, p. 170).

Miles dan Huberman (dalam Nugrahani, 2014, p. 173) membagi proses analisis data kedalam tiga bagian, yaitu: (1) reduksi data, (2) sajian data, dan (3) penarikan kesimpulan atau verifikasi. Tahapan awal dalam analisis data penelitian kualitatif adalah reduksi data. Miles dan Huberman (dalam Nugrahani, 2014, p. 174) menjelaskan bahwa tahapan ini berkaitan dengan proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, dan pengabstraksian informasi yang telah diperoleh. Tahapan ini bertujuan untuk memperjelas dan mempertajam data dengan membuang hal yang kurang penting serta mengatur data agar mudah dipahami.

Tahapan kedua adalah sajian data. Miles dan Huberman (dalam Nugrahani, 2014, pp. 175-176) menjelaskan bahwa dalam tahapan ini, pokok-pokok temuan yang diperoleh dari tahapan reduksi data disajikan secara logis dan sistematis agar mudah dipahami. Oleh karenanya data yang serupa perlu dikelompokkan sesuai dengan rumusan masalah sehingga peneliti dapat menarik simpulan. Sajian data dalam penelitian kualitatif pada umumnya disampaikan berupa narasi yang dilengkapi dengan gambar, grafik, bagan, tabel, dan sebagainya.

Tahapan ketiga adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi yang merupakan kegiatan untuk menafsirkan hasil analisis dan interpretasi data. Miles dan Huberman (dalam Nugrahani, 2014, p. 177) menjelaskan bahwa penarikan simpulan akhir harus sesuai dengan (1) topik dan judul penelitian, (2) tujuan penelitian, (3) pemecahan masalah, (4) data dalam penelitian, (5) temuan dari hasil analisis data, dan (6) teori yang digunakan dalam penelitian.

