

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah paradigma *post-positivism*. *Post-positivism* memegang sebuah filosofi deterministik yang dapat menentukan efek atau hasil. Dengan demikian, masalah yang dipelajari oleh *post-positivism* dapat menggambarkan suatu kebutuhan untuk melakukan identifikasi dan melihat penyebab yang dapat mempengaruhi hasil, seperti dalam percobaan Creswell (2014, p. 7).

Perbedaan antara *positivism* dan *post-positivism* menurut Lincoln dan Guba dalam Noor (2016, p. 44) terletak pada asumsi tentang sebuah kenyataan, hubungan pencerita, masalah yang dinilai, dan generalisasi kausalitas. Dalam pandangan *post-positivism*, penelitian itu terkait dengan nilai sehingga suatu penelitian harus dilihat sesuai konteks. Untuk lebih jelasnya terdapat tabel yang dapat menjelaskan perbandingan antara paradigma *positivism* dan *post-positivism*.

Tabel 3.1 Paradigma Penelitian

<i>Item</i>	<i>Post Positivism</i>
Ontologi	Realisme kritis-realitas nyata namun hanya bisa dipahami secara tak sempurna dan secara probelistik.
Epistemologi	Dualis atau objektivis yang telah dimodifikasi: tradisi/komunitas kritis; temuan yang mungkin benar.
Metodologi	Eksperimental atau manipulative yang dimodifikasi; keragaman kritis; falsifikasi hipotesis; dan dapat meliputi metode kualitatif.

Sumber: (Noor, 2016)

Dalam penelitian peneliti kali ini maka paradigma yang sekiranya cocok adalah paradig *post-positivism* dimana dijelaskan bahwa penggunaanya cocok dan sesuai dengan metode penelitian kualitatif karena melihat realitas secara nyata. Selain itu juga sifatnya yang dapat dimodifikasi atau dengan kata lain bisa menyesuaikan dengan apa yang nantinya terjadi di lapangan sehingga cocok untuk melakukan wawancara secara mendalam.

3.2 Jenis dan Sifat penelitian

Penelitian ini menerapkan penelitian kualitatif dengan pendekatan deksriptif. Penelitian kualitatif menurut Creswell & Creswell (2018, p. 41), penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan dari penelitian yang digunakan untuk mengetahui, menggali, dan juga memahami dari makna suatu kelompok maupun satu individu yang merupakan penyebab masalah sosial, dan juga kemanusiaan. Proses penelitian ini menggunakan pertanyaan yang sesuai dengan prosedur, data yang didapatkan melalui partisipan penelitian, analisis data yang dilakukan juga secara induktif yaitu dari khusus ke umum, dan menafsirkan analisis data. Jenis penelitian kualitatif juga memiliki laporan akhrit yang terstruktur serta fleksibel, selain itu juga selalu menggunakan gaya induktif, serta fokus pada makna individu, dan selalu melaporkan kompleksitas situasi.

Menurut Anggito & Setiawan (2018, p. 8) dapat disimpulkan sebagai “pengumpulan data pada suatu latar ilmiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti sebagai instrument kunci, dan penambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi”. Sehingga dalam penelitian peneliti kali ini hanya akan menamparkan situasi suatu peristiwa yang akan diteliti tanpa melakukan pengujian hipotesis.

Menurut Sugiyono (2017, p. 56) penelitian yang dilakukan untuk mengetahui suatu nilai variabel mandiri, dimana adanya satu variabel ataupun lebih disebut sebagai penelitian deskriptif, serta menurut Semiawan (2010, p. 60)

karakteristik lain data kualitatif adalah deskriptif. Dimana data deskriptif merupakan data dalam bentuk teks yang memiliki kegunaan untuk memperoleh arti terdalam dari penelitian tersebut. Hal ini tidak mungkin didapat dari data berupa angka, sebab data angka sendiri hanyalah simbol tanpa adanya arti yang mendalam dan tidak memiliki suatu konteks.

Dalam penelitian ini menggunakan sifat deskriptif dikarenakan peneliti akan menjelaskan bagaimana proses terjadinya strategi *online personal branding* yang dilakukan oleh Selly Taenggo sebagai *gaming influencer* di Indonesia melalui sebuah data penelitian yang didapatkan. Sedangkan banyaknya jumlah populasi atau *sampling* dalam penelitian kualitatif ini tidak menjadi hal yang diutamakan. Yang menjadi utama dalam penelitian kali ini adalah seberapa dalam data yang akan terkumpul dan di dapatkan sehingga dapat menjelaskan fenomena yang diteliti tersebut.

3.3 Metode Penelitian

Metode Penelitian kualitatif menurut John W. Creswell dalam bukunya yang berjudul *Research Design*, penelitian kualitatif merupakan:

“Metode penelitian kualitatif merupakan salah satu jenis metode untuk mendeskripsikan, mengeksplotasi dan juga memahami suatu makna oleh sejumlah individu atau sekelompok orang yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan sebuah pertanyaan dan melakukannya menurut prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, menganalisis sebuah data sedcara induktif mulai dari tema yang khusus ke tema-tema yang umum, dan menafsirkan makna data tersebut” (Creswell, 2013, pp. 4–5).

Menurut John Creswell dalam Semiawan (2010, p. 37) terdapat lima jenis metode kualitatif, yaitu:

1. Biografi atau dengan istilah lain merupakan sejarah lisan, narasi personal, kisah hidup, atau otobiografi.

2. Fenomenologi merupakan metode kualitatif untuk mengamati suatu kejadian sebagaimana adanya/ seperti kejadian alaminya.
3. *Grounded-theory* merupakan metode kualitatif dengan tujuan akhir menghasilkan teori baru dengan dasar ilmu-ilmu sosial dan metodologi.
4. Ethnografi merupakan metode kualitatif yang memiliki tujuan menganalisis, menjelaskan, dan mengartikan kebudayaan suatu suku/ kelompok masyarakat dari segi bahasa, kebiasaan, persepsi, dan kepercayaan mereka dengan mengamati kehidupan suku tersebut secara ilmiah.
5. Studi Kasus merupakan metode kualitatif yang menganalisis kasus tertentu secara mendetail berdasarkan berbagai sumber informasi.

Berdasarkan jenis metode penelitian, maka penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Studi kasus adalah pemeriksaan secara detail akan subjek atau letak penyimpanan dokumen atau suatu kejadian tertentu. Yin (1987) dalam Nabila & Sukardani (2022) membatasi suatu hal dalam bentuk teknis dengan pendalaman identitasnya. Berdasarkan keterbatasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa keterbatasan studi kasus meliputi: (1) sasaran penelitian dapat berupa orang, peristiwa, situasi dan dokumen. (2) sasaran dianalisis secara rinci menjadi kelengkapan yang sesuai dengan latar belakang dengan tujuan untuk menginterpretasikan berbagai hubungan yang ada antar variabel.

Yin (2014, p. 1) mendefinisikan bahwa studi kasus merupakanlah strategi yang cocok digunakan dalam pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan 'bagaimana ataupun mengapa', yang dapat diarahkan dengan kejadian yang bersifat kontemporer (masa kini). Studi kasus juga cocok dengan penelitian kali ini dikarenakan sifatnya yang menjabarkan bagaimana sebuah aktivitas yang terjadi di kehidupan nyata, yakni strategi *online online personal branding* yang dilakukan oleh Selly Taenggo sebagai *Gaming Influencer* di Indonesia.

3.4 Partisipan dan Informan

Partisipan dan juga Informan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam melakukan penelitian kualitatif. Menurut Yin (2018, p. 162), partisipan merupakan bagian penting untuk mencapai keberhasilan penelitian yang menggunakan metode studi kasus. Dimana partisipan dapat memberikan masukan atau *insight* tentang adanya permasalahan penelitian dan juga dapat memberikan akses kepada orang lain yang mungkin memiliki bukti kuat ataupun yang memiliki pemikiran yang bertentangan untuk diwawancarai.

Dalam membantu keberhasilan penelitian ini peneliti membutuhkan informan sebagai bagian terpenting ataupun bagian eksternal yang terlibat. Informan merupakan orang-orang luar yang terlibat dalam proses wawancara. Informan dapat menjadi suatu siklus tinjauan sebagai kesempatan untuk memulainya suatu dialog baru tentang berbagai aspek general. Sehingga semakin memperdalam proses peninjauan studi kasus tersebut (Yin, 2018, p. 300). Partisipan dan informan pada penelitian peneliti kali ini merupakan orang-orang yang sangat dibutuhkan dan sudah ditentukan sebagai narasumber yang bersifat kredibel dan mampu memberikan suatu informasi sesuai dengan kebutuhan dari peneliti. Partisipan dan juga informan yang ada merupakan orang-orang yang sudah menguasai bidang yang sedang diteliti juga yang akan membantu dalam memberikan keterangan secara mendalam dan juga akurat. Berikut ini merupakan partisipan dan juga informan yang peneliti sudah tentukan:

1) **Nama** : Selly Taenggo sebagai (Partisipan)

Jabatan : *Gaming Influencer* Indonesia

Alasan memilihnya Selly : Memilih Selly sebagai subjek dan partisipan pada penelitian ini, dikarenakan Selly merupakan seorang *Gaming Influencer* yang berkarir di dunia *esports*. Selly melakukan *online personal branding* pada platform TikTok pribadinya @Sellytaenggo, Selly juga banyak berkontribusi selama menjadi *Gaming Influencer esports*, salah satunya banyak diundang ke *event-event* besar di dunia *esports*. Selain itu tak jarang Selly

Taenggo juga diundang ke *talkshow esports* sebagai *host* dalam membahas seputar dunia *esports* dan menceritakan perjalanan karirnya sebagai *brand ambassador*. Dalam berkarir Selly juga memahi bagaimana membangun *online personal branding* pada *platform* TikTok pribadinya. Tercatat pada 19 September 2022, Selly Taenggo memiliki 284.8 ribu pengikut dan jumlah total likes mencapai angka 2,7 juta.

- 2) **Nama** : Ichsan Adham (Partisipan)
Jabatan : *Head Talent* RevivalTV + Team Personal branding Selly

Alasan memilih Adham: karena Adham merupakan *head talent manager* dari Selly Taenggo yang bertanggung jawab untuk *manage* semua kegiatan dan juga teknis *personal branding* Selly Taenggo.

- 3) **Nama** : M Naufall Rizky Adikoesoemo (Ale)
Jabatan : *Manager* + Team Personal Branding Selly
Alasan memilih Ale : Memilih Ale sebagai narasumber dikarenakan Ale merupakan *manager* sekaligus tim *personal branding* dari *brand ambassador* Selly. Dimana semua aktivitas dan juga *endorsement* akan di *handle* oleh Ale.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan suatu data. Metode pengumpulan data menurut (Sugiyono, 2016, p. 62). Adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara melakukan wawancara mendalam terhadap informan kunci. Wawancara mendalam dilakukan karena dianggap relevan dengan penelitian ini. Wawancara sendiri merupakan suatu kekuatan dalam sebuah penelitian kualitatif, melalui wawancara juga peneliti dapat mengetahui informasi secara detail serta mendalam.

Wawancara dalam penelitian ini dengan melaksanaan Tanya jawab yang akan dilakukan dengan *platform* wawancara secara langsung dengan para narasumber dan juga partisipan, teknik wawancara yang digunakan kali ini adalah teknik wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Guna memberikan keleluasaan untuk bertanya, namun tidak keluar dari aspek masalah penelitian yang diteliti. Serta data dokumentasi yang diperoleh dari konten sebagai bukti pendukung dan tambahan dari sumber-sumber lainnya.

3.6 Keabsahan Data

Keabsahan data menurut H. Sajidan adalah “Suatu kebedaran dari proses penelitian”. Dalam hal ini keabsahan data bisa dijadikan pertanggung jawaban dan dasar yang kuat untuk penarikan kesimpulan. Penelitian dapat dinyatakan bagus dan kuat apabila kualitas dapat mewakili pertanyaan yang logis pula. Selain itu, menetapkan suatu kualitas penelitian dapat diperkuat dengan empat strategi yang dijabarkan oleh Yin (2018, pp. 79–82) yaitu:

1. *Construct validity*, cara pengidentifikasikan langkah-langkah operasional yang tepat untuk suatu konsep yang diteliti. Jika penelitian studi kasus maka *construct validity* memiliki tiga strategi yang dapat digunakan yaitu:

- a. *Multiple source of evidence*, strategi ini mendorong jalur suatu penelitian hingga memusatkan dan fokus, ahlasil strategi ini akan relevan selama proses pengumpulan data.
 - b. *Chain of evidence*, memuat semua rantai-rantai bukti yang relevan selama pengumpulan data
 - c. *Informant's review*, membuat sebuah draft dari laporan mengenai penelitian studi kasus yang nantinya ditinjau ulang oleh partisipan.
2. *Internal Validity*, merupakan penelitian studi kasus yang meluas ke masalah yang lebih luas pula, dalam hal ini yang dimaksud adalah mengambil suatu kesimpulan. Dimana dalam penelitian yang dimaksud akan mengambil suatu kesimpulan kejadian tertentu, dan kejadian sebelumnya berdasarkan wawancara dan bukti dari dokumentasi sebagai data yang ditemukan.
 3. *External validity*, merupakan penelitian studi kasus yang berkaitan dengan data-daata hasil temuan yang dapat di generalisasikan. Terdapat setidaknya dua taktik yang dapat dilakukan untuk menggunakan teknik ini yaitu, dengan menggunakan teori dalam sebuah penelitian studi kasus tunggal dan menggunakan repliaksi suatu logika dala penelitian studi kasus yang bersifat ganda.
 4. *Realibility*, digunakan untuk menampilkan sebuah pelaksanaan pada suatu penelitian yang bersifat studi kasus, seperti teknik pengumpulan data, dengan hasil peresentase yang sama. Teknik ini dapat digunakan dengan dua tenik yaitu bisa melalui protocol studi kasus dan juga memperkuat sebuah *chain of evidence*.

Penelitian ini menggunakan teknik *construct validity*, karena peneliti menliai cocok dengan penggunaanya pada penelitian kali ini. Dimana peneliti dapat mengidentifikasi langkah-langkah operasional yang cocok untuk konsep yang peneliti gunakan. Selain itu adanya partisipan serta informan yang akan membuat informasi mengenai *online personal branding* yang akan mendapatkan sebuah

kesamaan dan juga perbedaan untuk bisa ditarik benang merah dari tujuan penelitian peneliti kali ini.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data terdiri dari pengujian, pentabulasian, pengkategorian, ataupun pengkombinasian kembali dari bukti-bukti untuk menunjukkan proposisi awal suatu penelitian. Dalam kondisi ini terdapat tiga teknik analisis data, yaitu: penjadwalan pola, pembuatan penjelasan, dan juga analisis deret waktu (Yin, 2013, p. 133).

Menurut Yin (2018, pp. 224–244), mengatakan bahwasanya 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 yang didasarkan antara data-data yang sudah didapatkan dari hasil penelitian suatu studi kasus dengan suatu konseptual dan juga prediksi alternatif (termasuk competitor) yang digunakan sebelum pengambilan data.
- 2) *Explanation Building, explanation building* adalah cara yang digunakan sebagai pengembangan penjelasan tentang adanya studi kasus yang sedang di analisa. Teknik analisis ini merupakan suatu jenis pencocokan pola khususnya karena prosedurnya lebih sulit dan perlu mendapatkan perhatian khusus. Tujuannya 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 suatu perbandingan dengan adanya tren yang ditentukan sebelum penelitian itu dilakukan.
- 4) *Logic models, logic model* adalah kerangka yang dilakukan untuk mengoprasionalkan rantai peristiwa secara kompleks dalam jangka waktu yang panjang. Pada teknik analisis ini akan menunjukkan bagaimana suatu peristiwa secara kompleks tersebut seperti pelaksanaan program.

5) *Cross case synthesis*, *cross case synthesis* digunakan hanya untuk analisis studi kasus ganda, dimana empat teknik analisis diatas dapat digunakan untuk studi kasus yang sifatnya tunggal dan ganda. Pada teknik analisis ini diharuskan untuk melakukan penelitian lebih dari konsep studi kasus satu. Beberapa studi kasus itu akan dilihat dari kebenarannya satu sama lain.

Pada penelitian peneliti kali ini memilih untuk menggunakan teknik analisis *pattern matching* sebagai pola yang akan membandingkan data-data yang ditemukan selama proses penelitian peneliti mengenai *online personal branding* dengan konseptual yang digunakan untuk mendukung konsep utama berdasarkan buku *online personal branding* oleh Ryan M. Frischmann (2014).

