



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral (Cresswell, 2014, h. 29). Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2009, h. 194)

Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata baik lisan serta tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti (Hendrarso, 2005: h. 166). Penelitian kualitatif memiliki beberapa ciri-ciri umum yaitu intensif, *notes field*, analisis data di lapangan, tidak ada realitas yang tunggal, subjektif, realitas dan holistik, *depth* atau dalam. Sedangkan prosedur penelitian kualitatif adalah empiris rasional dan tidak berstruktur, serta hubungan antara teori, konsep, dan data adalah data nantinya akan memunculkan atau membentuk suatu teori baru. (Kriyantono, 2009, h. 58)

Marriam dalam Creswell menjelaskan beberapa asumsi mengenai penelitian kualitatif, diantaranya sebagai berikut (2013, h. 140) :

1. Peneliti kualitatif lebih menekankan perhatian pada proses, bukannya hasil atau produk
2. Peneliti kualitatif tertarik pada makna, bagaimana seseorang membuat hidup, pengalaman, dan struktur dunianya menjadi masuk di akal.
3. Peneliti kualitatif merupakan instrumen pokok dalam pengumpulan dan analisis data. Data yang didekati adalah data melalui instrumen manusia, bukan melalui inventaris, daftar pertanyaan atau mesin.
4. Peneliti kualitatif melibatkan kerja di lapangan. Dimana peneliti secara fisik berhubungan langsung dengan orang, latar, dan institusi untuk mengamati atau mencatat perilaku dalam latar alamiahnya.
5. Peneliti kualitatif bersifat deskriptif dalam arti peneliti tertarik pada proses, makna, dan pemahaman yang didapat melalui kata atau pun gambar.
6. Proses penelitian kualitatif bersifat induktif yaitu peneliti membangun abstraksi, konsep, hipotesa, dan teori serta rincian.

Paradigma yang digunakan peneliti sebagai dasar dalam melakukan penelitian ini adalah paradigma post positivisme. Paradigma post positivisme ini muncul pada masa penulis ditahun 1990, seperti Comte, Will, Dukheim, Newton, dan Locke dan pada masa penulis tahun 2000 seperti Philips dan Burbules. Paradigma post positivisme merupakan sebuah paradigma yang menentang kebenaran mutlak dari sebuah ilmu pengetahuan dan menyadari bahwa kita tidak bisa terlalu yakin

terhadap klaim dari sebuah ilmu pengetahuan terutama pada saat mempelajari mengenai sifat dan perilaku seseorang. (Creswell, 2014, h.7)

Menurut Creswell (2013, h. 23), paradigma post positivisme menyadari bahwa terdapat kemungkinan bahwa semua jenis sebab dan akibat dapat terjadi dalam sebuah kejadian, berarti bahwa tidak mungkin dalam sebuah kejadian hanya memiliki satu buah sebab dan akibat tetapi memiliki banyak sebab dan akibat. Paradigma post positivisme memiliki beberapa elemen di dalamnya. Elemen tersebut terdiri dari *reductionistic*, *logical*, *emipirical*, *cause* dan *effect oriented*, dan *deterministics* yang didasarkan pada teori apriori. (Creswell, 2013, h. 24)

Dalam prakteknya, paradigma positivisme melihat bahwa pertanyaan yang diajukan sebagai sebuah tahapan yang berhubungan. Paradigma ini juga percaya terhadap prespektif yang berbeda-beda dari para partisipan dibandingkan pada satu buah kenyataan, serta paradigma ini juga mendukung secara keras metode pengumpulan data dan analisis kualitatif. (Creswell, 2013, h. 24)

Paradigma post positivisme memegang filosofi dimana sebuah penyebab menentukan akibat atau hasil yang ada. Permasalahan yang dipelajari dalam paradigma post positivisme menggambarkan kebutuhan untuk mengidentifikasi dan mengukur penyebab-penyebab yang akhirnya mempengaruhi hasil yang terjadi. Sebuah pengetahuan yang dibangun berdasarkan paradigma post positivisme di dasarkan pada observasi yang mendalam dan pengukuran secara objektif pada kejadian-kejadian yang terjadi di dunia. Hasil observasi dan

pembelajaran mengenai sikap manusia menjadi hal yang terpenting dalam paradigma post positivisme. (Cresswell, 2014, h. 7)

Para peneliti yang menggunakan paradigma post positivisme memulai penelitian mereka dengan memilih sebuah teori yang akan digunakan. Selanjutnya peneliti mengumpulkan data baik data yang mendukung maupun data yang membantah teori yang ada. Lalu, membuat sebuah pembenaran dan membangun sebuah test tambahan. (Cresswell, 2014, h. 7)

Paradigma post positivisme digunakan karena permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu strategi *public relations* dalam *personal branding* di akun media sosial Instagram merupakan suatu fenomena yang unik yang sedang terjadi saat ini, yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi pikiran dan asumsi dari orang lain mengenai sosok yang melakukan *personal branding*. Selain itu, peneliti juga berangkat dari sebuah teori *personal branding* dan ingin melihat praktek teori *personal branding* tersebut di dalam kehidupan nyata saat ini.

Sifat penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah deskriptif. Sifat penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang menggambarkan sebuah fenomena yang terjadi baik dimasa kini maupun dimasa yang lampau. Dalam penelitian bersifat deskriptif menggambarkan suatu fenomena apa adanya tanpa melakukan suatu manipulasi atau perubahan. Penelitian bersifat deskriptif dapat menggambarkan atau mendeskripsikan suatu keadaan atau suatu keadaan dalam tahap-tahap perkembangan. (Hamdi dan Bahrudin, 2014, h. 5)

Tujuan penelitian deskriptif adalah membuat suatu deskriptif, gambaran, lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai suatu fakta, sifat, atau hubungan antara fenomena yang diteliti oleh peneliti. Penelitian yang bersifat deskriptif mempelajari mengenai masalah-masalah, tata cara, dan situasi-situasi tertentu yang berlangsung di dalam masyarakat termasuk mengenai hubungan, sifat-sifat, kegiatan-kegiatan, pandangan, dan proses yang sedang berlangsung ditengah masyarakat dan pengaruh sebuah fenomena dalam masyarakat. Penggambaran dalam penelitian bersifat deskriptif dapat dilakukan pada sebuah kelompok ataupun individu. (Hamdi dan Bahrudin, 2014, h. 6)

Berdasarkan uraian di atas, dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk menghasilkan uraian mendalam melalui kata-kata mengenai bagaimana strategi *public relations* dalam *personal branding* yang dilakukan Veren Hendra Lie di akun media sosial Instagram.

3.2 Metode Penelitian

Dalam kaitannya dengan fenomena *Personal Branding* yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus dimana secara khusus peneliti melihat proses *personal branding* yang dilakukan melalui sebuah medium *social media* Instagram yang dilakukan oleh sosok yang sedang digandrungi publik saat ini. Studi kasus adalah studi mengenai kekhususan dan kompleksitas suatu kasus tunggal dan berusaha untuk mengerti kasus tersebut dalam konteks, situasi, dan waktu tertentu. (Semiawan, 2010, h. 49)

Suatu kasus menarik untuk diteliti karena corak khas kasus tersebut yang memiliki arti bagi orang lain atau minimal bagi si peneliti itu sendiri (Semiawan, 2010, h. 49). Menurut Semiawan, terdapat tiga bentuk dari studi kasus yaitu deskriptif, eksplorasi, dan eksplanatori. Studi kasus deskriptif bertujuan untuk menggambarkan suatu gejala, fakta, atau realita. Studi kasus eksplorasi adalah studi kasus yang bertujuan untuk mencari tahu lebih dalam tentang suatu kasus untuk kemudian dapat memberikan suatu hipotesis. Eksplanatori adalah bentuk studi kasus yang mencari keterangan dan aspek-aspek dan argumentasi sebab-akibat. Namun, inti dari keseluruhan metode studi kasus adalah menangkap arti yang terdapat dari suatu kasus.

Metode ini dipilih karena pada penelitian ini, peneliti secara khusus sebuah kasus yaitu kasus *personal branding* yang dibangun oleh sosok *fashion blogger*. Peneliti merasa tertarik untuk mengangkat kasus ini karena sosok *fashion blogger* yang banyak muncul pada dunia media sosial khususnya Instagram. Sosok *fashion blogger* ini pun memiliki strategi *personal branding* yang berbeda satu dengan yang lainnya dan pada akhirnya mampu membawa sosok *fashion blogger* kepada kesuksesan dan menjadi lebih dikenal dengan publik.

3.3 Key Informan dan Informan

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa pihak yang dipilih untuk menjadi informan kunci dan informan. Informan kunci (*key informan*) adalah wakil dari sebuah kelompok yang diteliti yang telah berada cukup lama dalam kebudayaan kelompok tersebut, sehingga sosok tersebut memiliki pengetahuan yang setara

dengan pakar menyangkut aturan-aturan, bahasa, dan kebiasaan yang terdapat dalam kebudayaan tersebut. Sedangkan informan adalah seseorang yang ambil bagian dalam sebuah riset. (Daymon, 2008, h. 431)

Berikut adalah gambaran umum mengenai informan kunci dan informan yang dipilih dalam penelitian ini.

Tabel 3.1
Tabel Key Informan, Informan, dan Narasumber Ahli

No	Nama	Jabatan	Alasan Pemilihan
1.	Veren Hendra Lie	Narasumber Kunci	Veren Hendra Lie adalah sosok <i>fashion blogger</i> yang melakukan proses <i>Personal Branding</i> melalui media sosial Instagram. Oleh sebab itu, Veren adalah sosok yang memahami bagaimana proses pembentukan <i>online personal branding</i> melalui akun Instagram yang dibangunnya. Hingga kini Veren telah memiliki followers sebanyak 25.500 (data tanggal 18 Maret 2016) <i>followers</i> .
2.	Puitika Pamora (Tika)	Narasumber, Komunitas Clozete	Ibu Tika adalah wakil dari komunitas blogger dimana Veren bergabung di dalamnya yaitu Clozete. Ibu Tika dipilih karena Clozete telah menjadi bagian dalam perkembangan karir Veren dan Clozete sering berhubungan langsung oleh Veren. Sehingga Clozete pun juga memperhatikan Personal Brand yang telah dimiliki Veren sejak awal karirnya.

3.	Janet Diademor	<i>Followers</i> Veren, Informan	Janet Diademor dipilih dalam penelitian ini karena Janet merupakan salah satu <i>followers</i> Veren yang telah mengikuti Veren sejak awal karir Veren sebagai <i>fashion blogger</i> di tahun 2009. Untuk itu, Janet Diademor adalah sosok yang mengikuti perkembangan <i>personal brand</i> yang dibangun oleh Veren. Selain itu, Janet Diademor merupakan sosok <i>followers</i> yang mewakili pada usia 20 tahunan.
3.	Glorya Della Setiawan	<i>Followers</i> Veren, Informan	Glorya Della Setiawan dipilih dalam penelitian ini karena Della merupakan salah satu <i>followers</i> Veren yang sudah cukup lama yaitu selama 3 tahun. Untuk itu, Della menjadi salah satu <i>followers</i> yang telah mengikuti perkembangan Veren. Selain itu, Della juga merupakan <i>followers</i> yang mewakili dari kalangan yang seusia dengan Veren.
4.	Rocky Wijaya	<i>Followers</i> Veren, Informan	Rocky Wijaya dipilih dalam penelitian ini karena peneliti menilai Rocky merupakan sosok <i>followers</i> yang langka, dimana kebanyakan <i>followers</i> dari Instagram Veren adalah wanita sedangkan Rocky dapat mewakili suara minoritas laki-laki sebagai <i>followers</i> Veren. Rocky juga merupakan sosok yang baru mengenal Veren. Untuk itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana <i>personal branding</i> Veren dimata <i>followers</i> barunya.
5.	Abang Edwin Syahrif Agustine (Edwin)	Narasumber Ahli	Pak Edwin dipilih karena beliau merupakan sosok ahli dalam bidang <i>social media specialist</i> dan telah terjun dalam dunia media sosial sejak 1998, sehingga beliau mengerti bagaimana perkembangan media sosial saat ini. Selain itu beliau juga seorang <i>consultant</i> yang juga melayani konsultasi dibidang <i>personal branding</i> strategi. Oleh karena itu, beliau adalah sosok yang sangat memahami mengenai strategi <i>personal branding</i> yang dapat dilakukan pada media sosial yang semakin berkembang saat ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitiannya. Menurut Kriyantono (2006, h. 93) terdapat beberapa metode pengumpulan data yang digunakan dalam riset kualitatif yaitu observasi (*field observation*), *focus group discussion*, wawancara mendalam (*intensive/dept interview*) dan studi kasus.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah sebuah teknik dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan penelitian agar mendapatkan informasi dan data yang lengkap dan mendalam. Wawancara mendalam dilaksanakan oleh peneliti dengan frekuensi yang tinggi, dimana peneliti melakukan wawancara secara berulang-ulang dan intensif. (Kriyantono, 2009, h. 100)

Wawancara mendalam digunakan dalam penelitian yang memiliki subjek yang sedikit. Berbeda dengan penelitian kuantitatif dimana mensyaratkan bahwa jumlah sample harus dapat mewakili populasi. Dalam wawancara mendalam pun tidak hanya memperhatikan jawaban verbal dari informan, namun peneliti juga melakukan observasi panjang mengenai respon-respon non verbal yang ditunjukkan oleh informan. (Kriyantono, 2009, h. 101)

Kriyantono (2009, h. 100) menyatakan bahwa dalam wawancara mendalam harus membedakan antara responden dan informan. Responden adalah orang yang hanya akan diwawancarai sekali saja. Sedangkan informan adalah orang yang ingin diketahui secara lebih mendalam, sehingga akan diwawancarai lebih dari satu kali. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah *followers* dari akun Instagram Veren Hendra Lie dan praktisi *social media specialist* dan yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Veren Hendra Lie dimana peneliti ingin mengetahui lebih dalam bagaimana proses pembentukan *personal brand* yang dibangun Veren dalam akun Instagramnya.

2. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data yang juga digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah studi pustaka. Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan menelaah teori-teori, pendapat-pendapat, dan pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam media cetak terutama media cetak yang menunjang dan relevan dengan pokok pembahasan dalam penelitian seperti buku. (Sarwono, 2010, h. 35)

Data dari studi pustaka merupakan data awal dan menjadi langkah awal peneliti dalam memulai penelitian yang dilakukan. (Sarwono, 2010, h. 45) Peneliti juga melakukan studi pustaka pada media *online* demi memenuhi data yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data studi pustaka dipilih agar peneliti dapat lebih memahami mengenai

strategi pembentukan *personal brand* melalui media sosial Instagram yang dilakukan oleh Veren Hendra Lie sebagai *fashion blogger*.

3.5 Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan penjelasan mengenai keakuratan atau validitas data-data yang digunakan dalam penelitian dalam mewakili gejala yang diteliti dan realibitas. Reabilitas membicarakan bagaimana sejauh mana hasil pengukuran yang dilakukan tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran kembali pada orang yang sama diwaktu yang berbeda atau pada orang yang berbeda di waktu yang sama. (Nisfianoor, 2009, h. 211)

Teknik pengujian keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris yang tersedia (Kriyantono, 2009, h. 70). Menurut Moleong (2010, h. 330), triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan. Triangulasi ini diperlukan tidak hanya untuk menunjukkan pembenaran atas fakta maupun teori semata, tetapi triangulasi berfokus pada penyediaan bukti empirik untuk memahami masalah yang sedang terjadi. Hal ini yang akhirnya akan memungkinkan terjadinya fakta dan teori yang saling mendukung, tidak sejalan, atau bahkan bertolak belakang.

Menurut Kriyantono (2009, h. 70) terdapat beberapa jenis triangulasi yaitu teknik triangulasi data atau triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi teori, triangulasi waktu dan triangulasi periset. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi data atau triangulasi sumber dan triangulasi teori.

Triangulasi sumber menggunakan teknik membandingkan atau melakukan pengecekan ulang derajat kepercayaan sebuah informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Hal ini berarti peneliti bermaksud menguji data yang diperoleh dari satu sumber untuk dibandingkan dengan data yang didapatkan dari sumber yang lainnya. Triangulasi teori adalah teknik keabsahan data dengan menggunakan dua atau lebih teori untuk diadu atau dipadu. Oleh karena itu, memerlukan rancangan riset, pengumpulan data, dan analisis data yang lengkap agar mendapatkan hasil yang komprehensif.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan sebuah proses mengorganisasikan dan megurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema serta dirumuskan sebuah hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Kriyantono, 2009, h. 165). Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisa data model interaktif yang diperkenalkan oleh Miles dan Huberman (Pawito dan LKIS, 2007, h. 103). Teknik analisa data ini pada dasarnya menggunakan tiga komponen, yaitu:

1. Reduksi data :

Reduksi data merupakan upaya yang dilakukan oleh peneliti selama analisis data dilakukan dan merupakan langkah yang tak terpisahkan dari analisis data. Dalam tahap reduksi data, terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh peneliti. Langkah pertama adalah melakukan editing, pengelompokan, dan meringkas data. Pada langkah ke dua adalah

peneliti menyusun kode-kode dan catatan-catatan mengenai berbagai hal termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses sehingga peneliti akan menemukan tema-tema, kelompok-kelompok, dan pola-pola data. Kemudian, langkah terakhir dalam reduksi data adalah peneliti menyusun rancangan konsep-konsep serta penjelasan-penjelasan berkenaan dengan tema, pola, atau kelompok data yang bersangkutan.

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan tahap yang melibatkan langkah-langkah mengorganisasikan yaitu menjalin data yang satu dengan data yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan. Data yang tersaji berupa kelompok-kelompok atau gagasan-gagasan kemudian saling dikaitkan sesuai dengan kerangka teori yang digunakan.

3. Penarikan dan pengujian kesimpulan

Pada tahap terakhir ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan serta melakukan pengujian atau verifikasi melalui pencarian makna selama penelitian berlangsung. (Pawito dan LKIS, 2007, h. 105-106)

3.7 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian pada proses pembangunan *online personal brand* yang dilakukan oleh Veren Hendra Lie melalui akun Instagramnya yaitu @verenleecious yang mengacu pada 3 unsur utama dalam membentuk *online personal brand* dan *12 steps to build online*

personal brand menurut Frischmann. Ryan Matthew Frischmann adalah sosok yang memiliki profesi sebagai pembangun sebuah website. Selama menjalani bisnisnya, beliau pun menemukan cara untuk mengaplikasikan konsep bisnis untuk membangun sebuah *software* dan aplikasi website. Pada tahun 2011, Frischmann berhasil membangun sebuah servis personal website. Berikut adalah 3 unsur utama dalam membangun *online personal brand* :

1. *Skill Set*
2. *Aura*
3. *Identity*

Berikut adalah 12 langkah dalam membangun online personal brand menurut Frischmann :

1. *Become Self Aware*
2. *Take Inventory of Brand Assets*
3. *Identify Target Market*
4. *Conduct Competitor Analysis*
5. *Build Personal Website*
6. *Creat Social Media Profile*
7. *Curate Own Content*
8. *Get Feedback an Alpha Release*
9. *Start Making Connection*
10. *Evolve and Make Changes*
11. *Behave According to Expectations*

12. Respond to Changes in Norms & Scope

