

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma dari penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma mengandung pemahaman dan cara pandang mengenai dunia yang digunakan untuk menyederhanakan kerumitan dari dunia nyata (Haryono, 2020). Paradigma konstruktivis percaya bahwa setiap individu ingin memahami dunia nya melalui pemaknaan subjektif dari pengalamannya sendiri. Oleh karena pemaknaan tiap orang bisa beragam dan berjumlah banyak, penelitian dengan paradigma konstruktivis bergantung pada sudut pandang dari subjek yang diteliti (Creswell & Creswell, 2018).

Penelitian ini adalah penelitian dengan paradigma konstruktivis karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pola komunikasi yang terjadi dalam komunitas SOCO Beauty Network. Pengalaman individual merupakan fokus utama dari paradigma konstruktivis. Oleh sebab itu, pemahaman mengenai aktivitas komunikasi dalam sebuah komunitas merek daring, seperti SOCO Beauty Network, bergantung pada apa yang dialami oleh anggota-anggota komunitas ini saat berinteraksi dengan satu sama lain dan seperti apa pola komunikasi yang terbentuk dari interaksi di dalam komunitas ini.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Berdasarkan judul penelitian “Pola Komunikasi Komunitas Merek Daring Pada Platform WhatsApp (Studi Netnografi Pada Komunitas SOCO Beauty Network)”, sifat penelitian yang paling relevan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Pada penelitian kualitatif, peneliti ingin memaknai suatu fenomena dari sudut pandang partisipan, seperti mengidentifikasi pembagian budaya di dalam kelompok dan pola yang berkembang dari aktivitas dan tingkah laku anggota-

anggota kelompok tersebut seiring dengan berjalannya waktu (Creswell & Creswell, 2018).

Karakteristik dari penelitian kualitatif adalah penggalian makna, yaitu bagaimana tiap individu memberi makna pada kehidupannya sendiri. Oleh sebab itu, penelitian kualitatif berfokus pada perspektif partisipan dengan cara peneliti memusatkan perhatian pada bagaimana suatu proses terjadi dari sudut pandang siapa yang mengalaminya. Dalam kata lain, penelitian kualitatif bertujuan untuk mencari makna dibalik fakta (Mamik, 2015). Hasil dari penelitian kualitatif kemudian berupa deskripsi dari suatu fenomena, latar sosial, dan objek yang disajikan dalam bentuk narasi, berbeda dengan penelitian kuantitatif yang disajikan dalam bentuk angka (Anggito & Johan, 2018). Hal ini sesuai dengan paradigma dan tujuan penelitian karena sasaran dari penelitian ini adalah penjelasan berupa deskripsi mengenai interaksi dan budaya dalam komunitas SOCO Beauty Network yang memunculkan pola komunikasi komunitas nya.

3.3 Metode Penelitian

Oleh karena penelitian ini meneliti sebuah komunitas yang interaksinya dilakukan secara daring (*online*), metode penelitian yang digunakan adalah metode netnografi. Netnografi merupakan penelitian dengan teknik pengumpulan data yang menggunakan sejumlah data dari riset observasi kegiatan partisipan yang dibagikan secara bebas melalui internet dan aplikasi *mobile* (Kozinets, 2015). Walaupun netnografi berakar dari etnografi, keduanya merupakan penelitian yang berbeda. Adanya istilah netnografi, etnografi daring (*online ethnography*), dan etnografi virtual (*virtual ethnography*) menimbulkan kebingungan mengenai perbedaan dari tiga metode penelitian ini. Hal utama yang membedakan netnografi dengan etnografi yang dilakukan di ranah daring terletak pada perbedaan antara latar *offline* dan *online*. Pada penelitian netnografi, pendekatan dan proses yang dilakukan melibatkan pengumpulan data yang berasal dari apa yang dibagikan secara bebas di internet (Costello et al, 2017). Hal ini karena netnografi bukan hanya teknik pengumpulan data semata, tetapi juga berfokus pada komunikasi di ranah virtual. Fokus dan kelebihan netnografi adalah pada tindakan dan interaksi

komunikatif yang terjadi di internet, baik dalam bentuk teks, gambar, foto, audiovisual, musik, hingga konten yang dipengaruhi faktor-faktor komersial atau tersponsor yang diproduksi secara berkelompok atau individual (Kozinets, 2015). Pada dasarnya, hal yang membedakan netnografi dari etnografi dapat dipahami dari kriteria-kriteria berikut (Sulianta, 2022):

1. Fokus Penelitian: Penelitian netnografi terfokus pada komunitas online (netizen atau Warganet) dan data yang muncul pada komunitas online, sedangkan etnografi berfokus pada masyarakat manusia pada umumnya.
2. Fokus Komunikasi: Netnografi menggabungkan komunikasi online, yaitu komunikasi tekstual atau beberapa komunikasi multimedia seperti video, audio dan gambar, sedangkan etnografi lebih meneliti tentang bentuk komunikasi manusia pada umumnya.
3. Metode Penelitian: Netnografi tidak terkesan terlalu mengganggu subjek yang diteliti karena netnografi sebagian besar menggunakan data observasional. Data penelitian netnografi memiliki karakter alamiah (audiensi dalam taraf tertentu tidak merasa diintimidasi, diperiksa, atau dinilai) dibandingkan dengan wawancara pribadi, *Focus Group Discussion* (FGD), survei, dan eksperimen sebagaimana yang dilakukan pada etnografi. Salah satu keuntungan utama netnografi yakni subjek mungkin saja rela mengungkapkan informasi yang sensitif karena pengumpulan data dilakukan via daring tanpa peneliti harus meminta langsung. Pada penelitian ini, peneliti mencoba untuk memastikan kesukarelaan partisipan dengan memastikan etika penelitian selalu dijalankan. Tindakan yang dilakukan peneliti adalah meminta izin terlebih dahulu dengan admin komunitas SBN di WhatsApp sebagai perwakilan Sociolla, menyensor nama-nama anggota yang tidak menjadi narasumber pada arsip data observasi penelitian, dan menjamin kerahasiaan data pribadi partisipan melalui surat persetujuan narasumber yang ditanda tangani oleh narasumber.
4. Mengumpulkan Data: Peneliti netnografi dapat mengambil data digital langsung dari komunitas online. Dibandingkan dengan etnografi, seorang

netnografer tidak perlu menjadi anggota komunitas itu, tetapi peneliti cukup melibatkan diri dalam interaksi sosial daring tersebut. Jika etnografi mengumpulkan observasi kehidupan nyata dan data primer, netnografi biasanya mengumpulkan data berbasis komputer dan data sekunder.

5. Jumlah Audiensi: Netnografi memungkinkan peneliti untuk melakukan penelitian dengan objek penelitian dalam jumlah besar dengan ruang lingkup yang luas serta meliputi wilayah digital apa pun yang dapat dicakup oleh internet.
6. Efisiensi: Penelitian netnografi lebih efisien karena dapat dilakukan tanpa mengeluarkan biaya yang besar dan data dapat diambil pada kapan saja. Oleh karena sebagian besar pengguna internet saat ini secara sadar membagikan informasi di situs web dan media sosial, pengumpulan data netnografi bisa dilakukan secara gratis.
7. Retroaktif: Internet merekam segala hal yang dibagikan melalui nya untuk waktu yang sangat lama. Oleh karena itu, netnografi dapat digunakan untuk menelusuri informasi di masa lalu. Hal ini tentunya bermanfaat bagi peneliti dalam memahami sejarah atau perkembangan komunitas dan topik tertentu, berbeda dengan netnografi yang hanya dapat memahami apa yang terjadi pada masa saat penelitian tersebut dilakukan.

Kozinets (2015) merancang metode netnografi sebagai alternatif dari penelitian etnografi. Penelitian netnografi dapat dilakukan dengan tiga bentuk metode utama, yaitu metode survei, wawancara dan jurnal, serta analisis jaringan sosial (Kozinets, 2010). Penelitian ini menggunakan bentuk metode kedua yang melibatkan wawancara mendalam, arsip data, dan catatan observasi peneliti. Oleh karena itu, pengumpulan data penelitian berasal dari observasi kegiatan yang dilakukan anggota komunitas merek daring SOCO Beauty Network pada grup WhatsApp dalam bentuk arsip percakapan tulisan, gambar, video, dan wawancara mendalam dengan lima orang anggota komunitas. Hal ini dilakukan agar penelitian mendapatkan wawasan secara mendalam dari pengalaman anggota komunitas berkomunikasi dengan satu sama lain di grup WhatsApp SOCO Beauty Network. Metode netnografi juga merupakan pendekatan penelitian kualitatif yang dianggap

paling sesuai dengan topik penelitian ini karena fokus penelitian adalah pola komunikasi yang timbul dari percakapan yang dilakukan melalui grup WhatsApp dan melibatkan komunitas yang hanya ada di ranah daring.

Kozinets (2010; 2015) merumuskan dua belas tahapan dalam penelitian netnografi. Tahapan tersebut dapat dipahami sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tahapan Penelitian Netnografi

No.	Tahapan Penelitian Netnografi menurut Kozinets	Tahapan Penelitian “Pola Komunikasi Komunitas Merek Daring Pada Platform WhatsApp (Studi Netnografi Komunitas SOCO Beauty Network)”
1.	Peneliti memahami pertanyaan yang memandu penelitian, melakukan introspeksi, dan merancang penelitian dari motivasi sendiri.	Peneliti melakukan studi literatur mengenai komunikasi termediasi yang dilakukan oleh anggota komunitas daring, pola komunikasi komunitas, dan fenomena komunitas merek (<i>brand community</i>). Berdasarkan studi literatur
2.	Peneliti mengetahui topik penelitian dan pertanyaan penelitian awal.	yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa fenomena komunitas merek yang berfungsi secara daring dan
3.	Peneliti memikirkan implikasi etis dan sosial dari penelitiannya dan melakukan riset secara profesional.	didirikan oleh suatu perusahaan bagi konsumennya memerlukan pemahaman lebih mendalam terutama dari sisi pengalaman anggota komunitas tersebut.
4.	Peneliti membiasakan diri dengan interaksi sosial daring dan pengalaman yang akan diteliti serta lokasi dimana interaksi dan pengalaman tersebut terjadi.	Peneliti memilih grup WhatsApp SOCO Beauty Network, komunitas merek daring yang didirikan oleh <i>e-commerce</i>
5.	Peneliti mengevaluasi dan memilih dari segala macam ruang daring mana yang kemudian paling ingin pengalaman dan interaksinya untuk diteliti.	kecantikan Sociolla, sebagai objek penelitian. Pilihan ini didasari atas pengalaman pribadi peneliti yang juga sempat aktif menjadi anggota komunitas SOCO Beauty Network.
6.	Peneliti memahami jenis interaksi dan pengalaman	

	seperti apa yang dibutuhkan oleh penelitian, kemudian bagaimana membiarkannya terjadi secara organik.	
7.	Peneliti merencanakan bagaimana dia melibatkan diri dengan situs web, forum daring, atau media sosial yang akan diteliti.	Peneliti mendaftarkan diri untuk bergabung dengan komunitas SOCO Beauty Network. Setelah mendapatkan <i>email</i> penerimaan anggota dan tautan grup WhatsApp, peneliti kemudian menghubungi admin dari grup WhatsApp SOCO Beauty Network untuk meminta izin melakukan pengumpulan data.
8.	Peneliti menyusun strategi pengumpulan data, misalnya menentukan kumpulan data mana yang perlu dikembangkan lagi.	Data penelitian berupa wawancara dengan anggota-anggota aktif dari komunitas SOCO Beauty Network serta arsip dari observasi grup WhatsApp SOCO Beauty Network. Observasi lapangan dilakukan pada rentang bulan Maret 2024 hingga Mei 2024. Arsip data observasi berupa tangkapan layar percakapan yang terjadi di grup WhatsApp komunitas SOCO Beauty Network.
9.	Peneliti merencanakan bagaimana interpretasi dan analisis data yang sudah dikumpulkan.	Peneliti melakukan analisis data yang kemudian disajikan dalam bentuk penelitian kualitatif deskriptif. Hasil akhir dari penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai pola komunikasi yang terjadi dalam komunitas SOCO Beauty Network.
10.	Peneliti melakukan interpretasi berkelanjutan dan mencari wawasan, melakukan pola, peraturan, mencari titik jenuh pertanyaan riset. Peneliti kembali pada lapangan dan pengumpulan data. Peneliti kembali untuk mencari kontribusi, jawaban,	

	representasi, ide, pertanyaan, dan bertemu pada narasumber.	
11.	Peneliti mengambil bentuk yang dapat direpresentasikan pada akhir proyek di dalam pikiran.	
12.	Peneliti menggabungkan apa yang telah ditemukan dari penelitian dengan pertanyaan penelitian.	

Sumber: Kozinets (2010; 2015) dan Olahan Peneliti

3.4 Key Informant dan Informan

Kozinets (2010) menjelaskan bahwa ada persyaratan yang harus dipenuhi dalam pemilihan komunitas daring, yaitu:

1. Komunitas daring relevan dengan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian.
2. Komunitas aktif yang ada kegiatan terbaru dan teratur.
3. Ada aliran komunikasi dan interaksi antar anggota komunitas.
4. Komunitas yang substansial karena memiliki jumlah komunikator yang cukup dan rasa semangat.
5. Terdiri atas berbagai ragam partisipan.
6. Komunitas menawarkan data deskriptif yang menyeluruh dan kaya.

Netnografi turut mengelompokkan komunitas daring dalam dua bentuk berdasarkan siapa yang dapat bergabung menjadi anggota (Srivastav & Rai, 2022). Komunitas terbuka (*open communities*) menerima anggota secara bebas tanpa mewajibkan calon anggota untuk mendaftarkan diri dan mengizinkan konten dari siapa saja. Hal ini berbeda dengan komunitas tertutup (*closed communities*) yang lebih selektif mengenai orang-orang seperti apa yang dapat bergabung ke dalam komunitasnya berdasarkan persyaratan tertentu, seperti jenis kelamin, penggemar media tertentu, dan kebutuhan tertentu dari komunitas tersebut.

Berdasarkan persyaratan pemilihan komunitas daring ini, grup WhatsApp SOCO Beauty Network adalah komunitas daring yang memenuhi syarat sebagai komunitas yang aktif, ada interaksi aktif yang terjadi antar anggotanya, dan dapat menjadi subjek penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian untuk mengeksplorasi komunikasi dalam komunitas daring. Oleh karena itu, lokasi penelitian yang menjadi ranah pengumpulan data observasi penelitian ini adalah grup WhatsApp komunitas SOCO Beauty Network. Komunitas ini juga tergolong dalam kategori komunitas daring tertutup (*closed online community*). Oleh karena itu, peneliti harus terlebih dahulu diundang oleh admin dari grup WhatsApp SOCO Beauty Network. Observasi dilakukan pada grup WhatsApp komunitas SOCO Beauty Network domisili Jabodetabek. Proses pengumpulan data observasi lapangan dilakukan selama 3 bulan dimulai dari bulan Maret 2024 hingga Mei 2024. Data observasi yang dikumpulkan berbentuk tangkapan layar percakapan di grup WhatsApp komunitas SOCO Beauty Network Jabodetabek.

Penelitian ini turut mengumpulkan data dari wawancara mendalam dengan anggota komunitas SOCO Beauty Network sebagai *key informant*. Daymon dan Holloway (2002) mendefinisikan *key informant* sebagai anggota komunitas dipilih secara spesifik karena pengalamannya dapat mewakili komunitas yang diteliti secara keseluruhan. Berdasarkan definisi ini, *key informant* dari penelitian ini adalah anggota komunitas SBN yang pengalamannya dapat mewakili komunitasnya karena sudah bergabung lama atau aktif dalam interaksi internal komunitas. *Key informant* penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria berikut:

1. *Key informant* telah menjadi anggota komunitas grup WhatsApp SOCO Beauty Network selama minimal 1 bulan lamanya.
2. *Key informant* telah mengikuti kegiatan (proyek, kampanye pemasaran, pembuatan konten) komunitas grup WhatsApp SOCO Beauty Network.

Berdasarkan kriteria tersebut, empat orang anggota komunitas SBN dipilih menjadi *key informant* penelitian. Empat orang *key informant* dari penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 3.2 Key Informant Penelitian

Nama	Pekerjaan	Lama keanggotaan SBN
Valen	<i>Community Executive Sociolla</i>	3 tahun
Amel	<i>Beauty Advisor</i>	6 bulan
Laila	Ibu Rumah Tangga	1 tahun
Jessica	Mahasiswa	4 tahun

Sumber: Olahan Peneliti

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dari penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti observasi lapangan (*field observation*), wawancara dengan narasumber, dan pengumpulan arsip dalam bentuk dokumen atau materi audiovisual (Creswell & Creswell, 2018). Kozinets (2015) merumuskan tiga bentuk data yang terkumpul dari penelitian netnografi:

1. *Archival data*: Kumpulan data yang ditemukan oleh peneliti dari pengalamannya menelusuri komunitas di situs web, forum daring, dan media sosial.
2. *Elicited data*: Data yang terbentuk dari pengalaman peneliti berinteraksi sosial saat mengumpulkan data, misalnya interaksi dengan manusia lain secara daring, interaksi dengan bot, aplikasi perangkat lunak, dan mesin.
3. *Produced data*: Data yang dibentuk oleh peneliti itu sendiri dalam bentuk catatan lapangan reflektif.

Penelitian netnografi umumnya menggabungkan pengumpulan data dari observasi dan wawancara dengan narasumber atau informan. Wawancara pada penelitian netnografi dapat dilakukan secara daring melalui aplikasi *video conference* seperti Zoom, permainan gim, atau tatap muka secara langsung. Oleh karena penelitian kualitatif ingin memahami makna dari pengalaman individual,

wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang tepat untuk menggali makna pengalaman subjektif tersebut secara langsung dari pihak yang mengalami fenomena yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi lapangan dan wawancara. Observasi lapangan dilakukan dengan mengambil tangkapan layar dari percakapan pada grup WhatsApp SOCO Beauty Network. Peneliti membatasi rentang waktu pengumpulan data observasi lapangan selama 3 bulan berupa percakapan di grup WhatsApp SOCO Beauty Network dari bulan Maret 2024 hingga Mei 2024.

Penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur (*semi-structured interview*) dengan empat orang narasumber yang merupakan anggota aktif dari komunitas SOCO Beauty Network. Wawancara semi terstruktur menuntut pewawancara untuk menyusun daftar pertanyaan secara tertulis terlebih dahulu tetapi tidak menutup kemungkinan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas yang masih memiliki kaitan dengan permasalahan. Wawancara biasanya dilakukan secara bebas, namun tetap terarah dengan mengikuti jalur pokok permasalahan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu (Kriyantono, 2020). Wawancara semi terstruktur menuntut peneliti untuk mendengarkan informan secara teliti agar dapat menemukan permasalahan yang lebih terbuka (Sugiyono, 2013).

3.6 Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data pada penelitian kualitatif dilakukan dengan menggunakan triangulasi data. Sugiyono (2013) mengartikan triangulasi sebagai pengumpulan data dengan menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada untuk menguji keabsahan data tersebut. Teknik pengujian keabsahan data pada penelitian ini adalah triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi informan. Triangulasi dilakukan untuk memeriksa bukti dari berbagai sumber dan menggunakannya untuk membangun tema yang muncul dari data (Creswell & Creswell, 2018).

Triangulasi teknik pengumpulan data berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan yang berbeda untuk memperkaya data yang didapatkan (Sugiyono, 2013). Selain mengumpulkan data dari wawancara mendalam dengan empat orang informan, data dari penelitian ini juga diperkaya dengan observasi lapangan mengenai interaksi dan komunikasi yang terjadi pada komunitas SOCO Beauty Network.

Penelitian ini juga menggunakan triangulasi informan. Salah satu cara untuk menguji kredibilitas dari informan adalah dengan menguji jawaban pertanyaan wawancara. Peneliti juga harus menguji kejujuran dan kebenaran subjek penelitian dalam mengungkapkan realitas menurut apa yang mereka alami (Kiyantono, 2020). Oleh karena itu, penulis menggunakan triangulasi informan melalui wawancara dengan empat orang anggota komunitas SOCO Beauty Network sebagai *key informant*. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif merupakan aktivitas berlanjut yang terjadi seiring dengan berjalannya proses pengumpulan data (Sugiyono, 2013). Kozinets (2015) memaparkan tujuh tahap yang saling berhubungan pada proses analisis data netnografi untuk mengubahnya dari data menjadi representasi. Tujuh tahap tersebut dapat dipahami sebagai berikut:

1. Tahap berimajinasi (*imagining*): Peneliti membangun ide-ide reflektif awal yang terkandung dalam catatan lapangan (*field notes*) dan menambahkan elemen lainnya dari kesadaran peneliti sebagai sesama manusia dari identitas, latar belakang, dan budaya tertentu.
2. Tahap mengingat kembali (*re-memory*): Peneliti mengingat kembali data yang telah diambil. Rekonstruksi ingatan membuat peneliti dapat mengingat kembali ide dan simbol apa yang timbul dari kumpulan data yang telah diperoleh.

3. Tahap perpindahan (*abduction*): Peneliti mulai mencocokkan konsep-konsep yang digunakan dengan data yang telah diperoleh untuk menguak dan memahami hubungan dan pola apa saja yang timbul.
4. Tahap abstraksi visual (*visual abstraction*): Peneliti mengambil data yang kecil untuk kemudian apakah ada hal yang lebih besar dan umum dibalikinya. Misalnya, apakah ada akibat dari terbaliknya hubungan kekuasaan antara konsumen media sosial aktif dan perusahaan yang semakin melihat pengaruh konsumen di kehidupan bermedia sosial.
5. Tahap memperindah (*artifying*): Peneliti memikirkan data dengan mencari kiasan dan gambaran yang berkaitan dengan data. Tahap ini akan lebih mudah untuk dilakukan ketika peneliti memiliki data dalam bentuk arsip potongan majalah, foto cetak, dan data lainnya dalam bentuk visual.
6. Tahap pengkodean budaya (*cultural decoding*): Peneliti melakukan pengkodean budaya untuk menyusun data yang berjumlah banyak. Tahap ini dilakukan untuk mencocokkan data yang sudah ada dan memahaminya berdasarkan kategori budaya.
7. Tahap permainan turnamen (*tournament play*): Peneliti bekerja dengan beragam ide dan teori yang menjelaskan realitas yang terjadi. Semakin banyak ide dan teori yang dapat menjelaskan hubungan-hubungan di dalam data, semakin banyak pula pengujian yang perlu untuk dilakukan. Oleh sebab itu, peneliti kemudian harus mampu mengurangi sekumpulan ide dan teori tersebut berdasarkan mana yang sesuai dan tidak sesuai dengan data.

Pada penelitian kualitatif, analisis data umumnya dilakukan dengan menandakan kode-kode yang timbul dari data (*coding*). *Coding* adalah proses menyusun data dengan menuliskan kata atau kode yang mewakilinya. Data yang sudah diperoleh, baik berupa teks atau gambar, dikelompokkan dan diberikan label berdasarkan kode tertentu (Creswell & Creswell, 2018). Proses coding dipandu dengan pertanyaan penelitian umum, seperti pola apa saja yang timbul dari penggunaan media sosial, apakah peneliti ada kecenderungan tertentu saat

menganalisis data yang telah diperoleh, dan apakah peneliti menggunakan lensa tertentu dalam membentuk kode (Kozinets, 2015).

Analisis data pada penelitian ini akan dilakukan dengan cara *coding*. Pada penelitian kualitatif, coding terdiri atas tiga tahap: *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* (Creswell & Creswell, 2018). Berdasarkan data observasi yang diambil dari konten anggota komunitas SOCO Beauty Network dan wawancara mendalam dengan empat orang *key informant*, peneliti kemudian akan membuat kategori-kategori umum dari data pada tahap *open coding*. Peneliti kemudian memilih kategori-kategori tersebut dan memposisikannya sesuai dengan konsep-konsep yang digunakan pada tahap *axial coding*. Tahap *coding* kemudian ditutup dengan melakukan *selective coding*, yaitu peneliti lalu mencoba untuk menjelaskan suatu narasi dari hubungan antara tiap kategori yang muncul dari data.

