

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma merupakan keyakinan realitas serta cara pandang peneliti menafsirkan suatu fenomena yang terjadi. Paradigma menggambarkan pandangan umum atau filosofi tentang cara kita memandang dunia dan sifat penelitian yang membimbing peneliti dalam proses penelitiannya (Creswell, 2018). Individu membentuk pandangan dunia mereka melalui pengaruh disiplin dan komunitas penelitian, bimbingan dari mentor, serta pengalaman penelitian sebelumnya. Paradigma penelitian dibagi ke dalam empat kelompok, yaitu post-positivisme, konstruktivisme, transformatif dan pragmatism (Creswell, 2018).

Dalam sebuah penelitian, pengetahuan terhadap paradigma sangat penting karena paradigma akan mengubah pandangan dunia peneliti, metode penelitian yang digunakan, dan interpretasi temuan. Peneliti harus mengerti bagaimana paradigma dapat menempatkan posisinya pada kerangka teoritis secara luas dan mengambil keputusan yang terstruktur mengenai pendekatan penelitian yang akan digunakan (Creswell, 2018).

Paradigma yang diterapkan dalam penelitian ini adalah post-positivisme, yang mewakili pemikiran dari munculnya pandangan terhadap positivisme. Paradigma post-positivisme menjelaskan bagaimana peneliti mengetahui kebenaran dan pengetahuan secara mutlak tentang sebenarnya, bahwa segala sesuatu tidak dapat dilihat sebagai hal yang pasti positif (Creswell, 2018). Paradigma post-positivisme sebagai filosofi deterministic merupakan kejadian yang terjadi akibat adanya keharusan. Inilah bagaimana paradigma post-positivisme tercermin masalah yang harus diidentifikasi penyebab yang mempengaruhi hasil, seperti misalnya ketika mengikuti sebuah eksperimen. Jadi, paradigma post-positivisme membutuhkan identifikasi faktor dan menemukan hasil akhir yang didasari oleh sebuah masalah (Creswell, 2018).

Penelitian ini menggunakan post-positivisme sebagai acuan untuk mengangkat masalah mengenai tahapan strategi Lala Marsela mengelola *personal branding* sebagai pengasuh Rafathar untuk menjadi *key opinion leader*. Fenomena yang menarik untuk diangkat dalam penelitian ini adalah keterkaitan KOL dengan media sosial Instagram yang sedang ramai berkembang pesat hingga saat ini sehingga akan mempengaruhi persepsi audiens terhadap pelaku *online personal branding*. Maka dari itu, penelitian ini cukup sejalan dengan bagaimana definisi paradigma *post-positivisme* itu sendiri.

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

Jenis penelitian yang digunakan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan untuk menyelidiki dan memahami makna sebuah kelompok atau individu yang merupakan penyebab permasalahan sosial dan kemanusiaan (Creswell, 2018). Pertanyaan-pertanyaan yang sesuai digunakan dalam proses penelitian ini merupakan penyesuaian yang dilakukan dengan prosedur tertentu, data yang dikumpulkan dari partisipan penelitian, serta analisis data yang bersifat induktif (dari khusus ke umum). Penelitian kualitatif ini memiliki laporan akhir yang terstruktur namun fleksibel, dengan pendekatan induktif yang memusatkan perhatian pada makna yang diungkapkan oleh individu tersebut (Creswell, 2018).

Penelitian ini bersifat deskriptif, yang merupakan sebuah penelitian disusun berdasarkan hasil eksplorasi maupun klarifikasi pada fenomena yang ada (Samsu, 2021). Tujuan dari penelitian deskriptif untuk menjelaskan makna subjek dan gejala yang timbul (Samsu, 2021). Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif bersifat deskriptif, karena ingin meneliti fenomena *personal branding* yang terjadi dalam tren KOL di media sosial Instagram, dengan Lala Marsela sebagai subjek penelitian.

### 3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus menurut Robert K. Yin. Studi kasus merupakan fenomena kehidupan nyata saat ini, studi kasus adalah metode yang digunakan ketika penelitian melibatkan pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa”, ketika peneliti memiliki sedikit atau tidak ada kendali atas peristiwa perilaku, dan ketika penelitian berfokus pada fenomena yang terjadi pada saat itu (Yin, 2018). Penelitian studi kasus bertujuan untuk memahami fenomena sosial yang kompleks, berfokus pada “kasus” hingga mempertahankan perspektif holistik dan dunia nyata, seperti mempelajari siklus hidup individu, perilaku sekelompok orang, organisasi dan manajemen. proses dan perubahan lingkungan (Yin, 2018).

Dengan begitu, peneliti menggunakan metode studi kasus karena peneliti ingin mengetahui fenomena dan memikirkan pemahaman terkait kondisi keadaan aspek kontekstual dengan kasus yang ingin peneliti selidiki. Selain itu, studi kasus juga relevan dengan penelitian karena sifatnya menjelaskan bagaimana suatu aktivitas bisa terjadi pada kehidupan nyata, seperti aktivitas *online personal branding* yang dilakukan Lala Marsela sebagai KOL dalam media sosial Instagram.

### 3.4 Key Informan dan Informan

Partisipan merupakan bagian penting dalam keberhasilan penelitian metode studi kasus. Hal ini dikarenakan partisipan dapat memberikan wawasan mengenai permasalahan penelitian dan memberikan akses untuk mewawancarai orang lain yang mungkin mempunyai bukti kuat atau gagasan yang bertentangan (Yin, 2018). Untuk mendukung kesuksesan penelitian, informan eksternal diperlukan sebagai sumber informasi. Informan ini adalah individu atau pihak luar yang terlibat dalam proses wawancara. Mereka dapat memanfaatkan siklus tinjauan sebagai kesempatan untuk memulai percakapan baru tentang berbagai aspek, yang kemudian menghasilkan wawasan tambahan untuk memperdalam proses peninjauan (Yin, 2018).

Partisipan dan informan yang dibutuhkan adalah orang yang sudah ditentukan sebagai narasumber yang kredibel dan memberikan informasi yang sesuai dengan yang peneliti butuhkan, yaitu informasi akurat dan mendalam. Berikut partisipan dan informan yang sudah peneliti tentukan:

1. Nama: Sela Marsela (Lala Marsela atau mba Lala)

Jabatan: *Key Opinion Leader* (KOL)

Alasan: Alasan memilih mba Lala karena memiliki latar belakang seorang pengasuh Rafathar Malik Ahmad yang merupakan anak dari artis terkenal yaitu Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. Berawal dari mba Lala yang melakukan *online personal branding* pada media sosial Instagram pribadinya @shela\_lala96 sebagai pengasuh Rafathar, yang kemudian menjadi perbincangan hangat masyarakat Indonesia saat ini, hingga akhirnya memutuskan karirnya juga sebagai KOL di media sosial Instagram. Tercatat pada 16 November 2023, mba Lala memiliki 2,1 juta pengikut di Instagram.

2. Nama: Dhika Alfar

Jabatan: Manager

Alasan: Dhika merupakan manajer Lala yang bertanggung jawab atas serah terima *endorsement* Lala, khususnya hanya mengurus administrasi atau bisa disebut juga sebagai *contact person business inquiries*.

3. Nama: Eva Oktaviani

Jabatan: Videographer

Alasan: Eva merupakan orang yang membantu mba Lala selama proses membuat konten foto/video *endorsement*-nya. Eva merupakan orang yang bertanggung jawab untuk menciptakan visual yang menarik.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat empat langkah dalam menetapkan batas penelitian, yaitu teknik pengumpulan data. Dalam penelitian kualitatif, ada empat metode pengumpulan data yang umum digunakan, yakni wawancara, observasi, dokumentasi, dan materi digital audio visual (Creswell, 2018). Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara yang disampaikan Creswell, yakni berupa tatap muka, melalui telepon dan *focus grup interviews* sebanyak enam-delapan orang. Namun, penelitian ini akan fokus pada wawancara kepada partisipan secara langsung atau tatap muka. Peneliti akan memberikan pertanyaan disusun berdasarkan konsep yang dipilih dan kemudian menghasilkan pandangan atau *feedback* dari partisipan. *Feedback* tersebut akan menjawab permasalahan “bagaimana” dan “mengapa” yang telah diangkat oleh penelitian ini.

### 3.6 Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan dasar yang kuat dalam penarikan kesimpulan. Dalam penelitian studi kasus, terdapat empat strategi menguji keabsahan data guna menguji validitas data yang akan diperoleh (Yin, 2018). Berikut penjabarannya:

1. *Construct Validity* merupakan identifikasi langkah operasional untuk suatu konsep. *Construct validity* akan terbagi menjadi tiga strategi yang bisa digunakan dalam metode studi kasus, yakni:
  - a. *Multiple Source of Evidence*, yang mengacu pada pemanfaatan menggunakan sumber bukti atau data yang beragam, serta fokus memperkuat temuan dan kesimpulan penelitian yang komprehensif.
  - b. *Chain of Evidence*, yang mengacu pada integrasi data atau bukti tertentu untuk mendukung penelitian.
  - c. *Informant's Review*, mengacu pada menyajikan hasil temuan yang dilakukan oleh peneliti kepada partisipan yang terlibat untuk verifikasi keakuratan dan kelengkapan data.

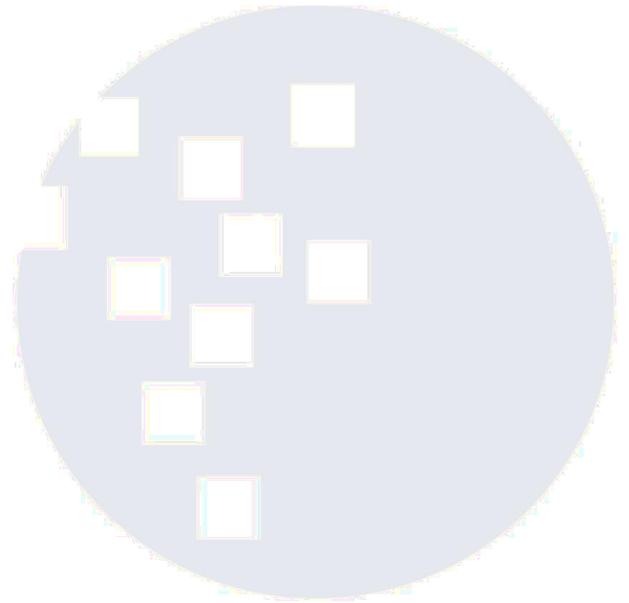
2. *Internal Validity* merupakan identifikasi kepada masalah yang lebih luas dengan berbagai sumber bukti untuk pengecekan keakuratan dan kelengkapan data yang dikumpulkan melalui wawancara dan bukti dari dokumentasi sebagai data yang ditemukan.
3. *External Validity* merupakan identifikasi yang mengacu pada sejauh mana temuan dapat digeneralisasikan pada populasi lain di luar kasus spesifik yang akan diteliti.
4. *Realibility* merupakan konsistensi antara temuan dan kesimpulan penelitian. *Reability* befokus pada sejauh mana hasil penelitian menghasilkan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya atau yang akan dilakukan kembali nantinya.

Dari keempat strategi pengujian keabsahan data (Yin, 2018), penelitian ini akan mengacu pada teknik *construct validity*, karena peneliti menilai relevan dengan penelitian ini yang ingin menguji kesamaan hasil data dengan teori yang dipilih, guna memperoleh bukti yang nantinya dipakai untuk laporan penelitian ini. Selain itu, adanya partisipan yang akan menjelaskan informasi mengenai *online personal branding* dan nantinya ditemukan sebuah kesamaan dan perbedaan sebagai hasil yang dapat ditarik benang merah dari tujuan penelitian ini.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian studi kasus melibatkan tahap interpretasi data sistematis yang kemudian hasilnya dikelompokkan berdasarkan fokus masalah penelitian (Yin, 2018). Terdapat lima teknik analisis data dengan metode studi kasus Yin (2018), yaitu *Pattern Matching*, *Explanation Building*, *Time Series Analysis*, *Logic Models*, *Cross Case Synthesis*. Penelitian ini akan menerapkan teknik analisis pola data *pattern matching* dengan membandingkan pola-pola yang terlihat dalam data yang dikumpulkan selama penelitian, yang membahas topik *online personal*

*branding*, yang didasarkan pada konsep utama yang dijelaskan dalam buku tentang *Online Personal Branding* oleh Frischmann (2014). *Pattern Matching* melibatkan perbandingan logika berbasis empiris pola yang didasari dengan hasil data penelitian dan yang diprediksi berdasarkan pada pertanyaan penelitian atau hipotesis (Yin, 2018).



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA