

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivisme* yang beranggapan bahwa realitas dapat berbeda-beda bergantung pada sudut pandang orang yang mengamatinnya (Sundaro, 2022). Pendekatan ini merupakan pendekatan yang paling tepat digunakan karena topik *personal branding* merupakan sebuah konstruksi sosial yang terbentuk dari adanya persepsi audiens terhadap citra diri yang dibangun oleh individu di media sosial. Melalui paradigma *post-positivisme*, peneliti dapat menggali lebih dalam mengenai pemaknaan subjektif yang terbentuk melalui interaksi antara konten yang diunggah oleh Monica Amadea. Paradigma ini melihat realitas tidak sebagai sesuatu yang tunggal dan absolut, melainkan sebagai sesuatu yang beragam dan dapat dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan juga pengalaman individu yang terlibat di dalamnya.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, di mana pada buku yang berjudul *Metode Penelitian Kualitatif* (2021) dijelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan dalam penelitian yang berfokus kepada suatu fenomena yang sifatnya alami. Metode penelitian kualitatif lebih cenderung mementingkan proses yang dijalankan, bukan suatu hasil ataupun produk.

Menurut Creswell (2009, dalam Adhi, 2019) konsep dasar dari metode penelitian kualitatif adalah pentingnya memahami sebuah makna yang dianggap berasal dari masalah sosial ataupun kemanusiaan oleh seorang individu maupun kelompok. Dalam prosesnya, metode penelitian kualitatif akan selalu melibatkan beberapa kegiatan seperti pengajuan pertanyaan, pengumpulan data yang spesifik, menganalisis data, serta menafsirkan makna dari data yang ada.

Dengan menerapkan metode penelitian kualitatif dalam proses penelitian, maka penelitian ini juga akan selalu berkaitan dengan penilaian subjektif dari pendapat, sikap, hingga perilaku individu ataupun kelompok. Peneliti juga harus ikut serta secara aktif dalam peristiwa yang ingin diteliti karena hasil dari penelitian akan bergantung kepada kedalaman analisa dari peneliti. Seperti contohnya, pada penelitian ini membahas tentang *personal branding* dari Monica Amadea. Maka pada kasus ini peneliti juga harus secara aktif meneliti kasus tersebut berdasarkan data yang dikumpulkan melalui konten yang Monica unggah di Instagram.

Diharapkan dengan digunakannya metode penelitian kualitatif deskriptif pada penelitian ini dapat menghasilkan hasil akhir yang relevan, sesuai, dan bermakna serta didasarkan oleh data-data yang konkret terkait kekuatan *personal branding* Monica Amadea melalui konten Instagram @monicamadea.

3.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Creswell (2018) menyatakan bahwa studi kasus sendiri merupakan metode kualitatif yang digunakan untuk memahami sebuah fenomena atau peristiwa nyata yang terjadi pada kurun waktu tertentu. Dalam proses pendekatan studi kasus, terdapat beberapa proses yang harus dijalankan seperti adanya pengumpulan data dari informan, observasi, wawancara, materi audio-visual, laporan, serta dokumentasi. Pada penelitian ini, pengumpulan data akan didapat melalui observasi dan materi audio-visual.

Yin (2023) secara lebih jelas studi kasus diartikan sebagai sebuah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dengan cara menganalisis data dari suatu kasus yang telah ditentukan. Perspektif studi kasus akan sangat berfokus kepada para individu atau kelompok yang terlibat dalam peristiwa yang sedang diteliti.

Creswell (2018) juga menyatakan bahwa studi kasus memiliki beberapa karakteristik yang signifikan. Kriteria yang pertama adalah adanya identifikasi sebuah kasus untuk suatu studi. Kedua, kasus yang diambil merupakan sebuah

sistem yang terikat oleh tempat dan waktu. Ketiga, studi kasus memanfaatkan berbagai sumber informasi dalam pengumpulan data yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang rinci dan mendalam tentang suatu peristiwa. Terakhir, peneliti akan banyak menggunakan waktu untuk menggambarkan konteks yang ada di dalam suatu kasus.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus karena penelitian difokuskan pada satu objek spesifik yaitu Monica Amadea yang dinilai dapat menjadi representasi menarik dari fenomena *personal branding* di media sosial khususnya Instagram.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan penting agar informasi yang dikumpulkan bersifat valid (Faustyna, 2023). Dalam pengumpulan data, terdapat beberapa data yang dihasilkan dan dapat dibedakan menjadi dua jenis data yaitu data primer dan juga data sekunder. Kedua jenis data ini memiliki fungsinya masing-masing dan membantu dalam keberhasilan suatu penelitian.

Namun, dalam penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan data sekunder saja dan tidak menggunakan data primer. Hal ini dikarenakan penelitian ini berfokus pada analisis konten yang sudah pernah dipublikasikan secara terbuka di media sosial khususnya pada akun Instagram @monicamadea. Konten yang akan diteliti berupa gambar, *caption*, *hashtag*, serta interaksi dengan pengikut yang telah ada dan dapat diakses tanpa perlu pengumpulan data primer.

3.4.1 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang diperoleh dari sumber yang sudah tersedia seperti dari literatur jurnal, artikel di internet, studi kepustakaan, dan lain sebagainya (Triwicaksono & Nugroho, 2021). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa data sekunder seperti foto Instagram Feeds dan Instagram Reels yang diunggah oleh Monica Amadea di akun Instagram @monicamadea sejak 4 Maret 2025 sampai 30 Mei 2025.

3.5 Keabsahan Data

Segala data yang didapat pada penelitian ini tentu harus melewati proses uji keabsahan data agar dapat diukur kebenarannya. Dengan begitu, hasil dari penelitian ini juga berdasar pada data-data yang valid. Menurut Yin (2023), untuk menguji keabsahan sebuah data terdapat empat teknik umum:

a. Validitas Konstruk

Pertama, diperlukan *construct validity* atau validitas konstruk yang bertujuan untuk memastikan bahwa data yang telah dikumpulkan sesuai dengan kenyataan yang terjadi. Validitas ini memastikan bahwa kategori yang dipilih dalam analisis benar-benar mewakili suatu konsep tertentu. Penggunaan triangulasi data akan dilaksanakan di mana peneliti akan menggunakan berbagai sumber dan perspektif dari kasus yang di bahas. Dari banyaknya perspektif yang ada, peneliti dapat bersifat netral dan tidak bias terhadap salah satu hal yang dapat merusak data penelitian.

b. Validitas Internal

Validitas internal digunakan untuk memastikan adanya hubungan sebab-akibat di dalam penelitian dan tidak hanya sekedar kebetulan yang terjadi di lingkungan masyarakat. Hal ini penting dilakukan terutama dalam studi yang eksploratif dan membutuhkan penjelasan mendalam.

c. Validitas Eksternal

Tahap validitas eksternal merupakan sebuah tahap yang berfokus pada sejauh mana sebuah penelitian dapat digeneralisasikan kepada hal yang lebih luas. Melalui validitas eksternal, peneliti dapat mengonfirmasi bahwa penelitian ini tidak hanya dapat digunakan spesifik untuk satu atau dua topik saja melainkan dapat juga relevan dengan situasi lain yang lebih luas.

d. Reliabilitas

Reliabilitas memastikan bahwa ketika penelitian ini diteliti ulang dengan tahapan-tahapan yang sama, maka hasilnya diharapkan tetap sama atau konsisten. Melalui hal ini, penelitian dapat dipastikan relevan di berbagai macam waktu yang berbeda.

Dalam penelitian ini, teknik keabsahan data yang digunakan adalah validitas konstruk karena penelitian ini berfokus kepada analisis konten Instagram Monica Amadea yang mencerminkan kekuatan *personal branding*. Validitas konstruk digunakan dalam penelitian ini karena fokusnya terdapat pada interpretasi makna yang terdapat dalam konten media sosial yang mencakup berbagai elemen seperti narasi pribadi, citra diri, serta interaksi dengan audiens. Dengan menggunakan validitas konstruk, peneliti memastikan bahwa kategori yang ditentukan mencerminkan teori *personal branding* yang relevan.

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik *Content Analysis* atau analisis konten sebagai alat analisis konten. Teknik ini mengacu pada metode yang dikembangkan oleh Klaus Krippendorff. Krippendorff (2018) menyatakan bahwa analisis konten merupakan sesuatu metode penelitian yang sistematis dan eksploratif untuk menganalisis teks dan gambar yang digunakan dalam komunikasi, dengan tujuan untuk memahami makna yang terkandung dalam komunikasi tersebut. Dalam penelitian ini, analisis konten digunakan untuk mengeksplorasi dan mengidentifikasi elemen-elemen *personal branding* yang diterapkan oleh Monica Amadea melalui akun Instagram-nya. Berikut adalah langkah-langkahnya:

1. *Unitizing*

Pertama, proses ini disebut sebagai penentuan unit analisis. Unit analisis dapat berupa kata, frasa, gambar, atau symbol dalam konten yang dianalisis (Krippendorff, 2018). Pada studi ini, unit analisis adalah unggahan konten di Instagram, baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video, yang

mencerminkan elemen-elemen *personal branding* seperti spesialisasi, kepemimpinan, dan *goodwill*.

2. Sampling

Sampling dilakukan dengan memilih konten *Feeds dan Reels* dari akun Instagram @monicamadea selama periode 3 bulan terakhir. Sampling ini diambil secara *random sampling*, di mana setiap unggahan dalam kategori *Feeds dan Reels* memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai bagian dari sampel penelitian. Periode 3 bulan dipilih untuk memberikan gambaran yang *representative* terhadap perkembangan *personal branding* Monica Amadea dalam kurun waktu tersebut.

Setelah unit analisis dan sampel ditentukan, tahap berikutnya adalah coding, yaitu proses pengklasifikasian dan pencatatan elemen-elemen yang ditemukan dalam setiap unit analisis (Krippendorff, 2018). Dalam penelitian ini, pengkodean dilakukan dengan mengkategorikan elemen *personal branding* yang ada pada setiap unggahan berdasarkan teori *personal branding* dari Peter Montoya.

3. Coding

Evaluasi realibilitas dilakukan untuk memastikan konsistensi pengkodean antara dua atau lebih pengkode (Krippendorff, 2018). Penggunaan Krippendorff's Alpha, sebuah ukuran realibilitas dalam content analysis, digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian antar pengkode dalam penentuan kategori yang relevan.

Setelah unit analisis dan sampel ditentukan, tahap berikutnya adalah coding, yaitu proses pengklasifikasian dan pencatatan elemen-elemen yang ditemukan dalam setiap unit analisis (Krippendorff, 2018). Pengkodean dilakukan dengan mengkategorikan elemen-elemen *personal branding* dalam setiap unggahan berdasarkan teori *personal branding* Peter Montoya yang mencakup *The Law of Specialization, Leadership, Personality, Distinctiveness, Visibility, Unity, Steadfastness, dan Goodwill*. Proses ini

bertujuan untuk mengidentifikasi tema dan kategori yang muncul dari konten yang dianalisis.

Lewat penggunaan *content analysis* yang sistematis dan terstruktur, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana Monica Amadea membangun *personal branding* melalui platform Instagram secara konsisten dan autentik.

4. Evaluasi Reliabilitas

Karena penelitian ini dilakukan oleh peneliti secara mandiri, evaluasi reliabilitas dalam analisis data difokuskan pada konsistensi interpretasi dan keandalan pengkodean yang dilakukan oleh peneliti sendiri. Untuk memastikan bahwa hasil analisis dapat dipertanggungjawabkan dan valid, peneliti menerapkan beberapa prosedur yang bersifat sistematis.

Peneliti melakukan penelusuran ulang pada beberapa konten yang telah dianalisis guna memastikan konsistensi pengkodean dan relevansi kategori yang diterapkan. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa pengkodean tetap sesuai dengan tema yang ada dalam konten dan tidak terpengaruh oleh bias pribadi. Jika terdapat perbedaan dalam interpretasi, penelusuran ulang ini memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan pengkodean agar tetap akurat dan relevan.

Selain itu, peneliti juga menggunakan triangulasi data dengan memanfaatkan berbagai elemen data yang berbeda (teks, gambar, dan video) dari konten Instagram @monicamadea untuk memastikan bahwa tema yang ditemukan tetap konsisten di seluruh jenis konten. Triangulasi data ini membantu untuk mengonfirmasi bahwa kategori yang diterapkan benar-benar mencerminkan isi dari konten yang dianalisis.

Proses analisis juga didokumentasikan dalam bentuk catatan reflektif yang mencatat setiap keputusan analitis dan langkah-langkah pengkodean yang diambil. Dengan cara ini, peneliti dapat memverifikasi langkah-langkah yang diambil sepanjang analisis untuk memastikan bahwa

proses tersebut transparan dan dapat dipertanggungjawabkan. Melalui penerapan prosedur-prosedur ini, reliabilitas dalam analisis yang dilakukan secara mandiri dapat dipertahankan. Pendekatan yang sistematis ini memastikan bahwa hasil analisis tetap valid, konsisten, dan dapat dipercaya, sesuai dengan prinsip-prinsip dalam *Content Analysis* oleh Krippendorff.

