

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah kerangka berpikir yang mendasari bagaimana seorang peneliti memahami realitas dalam melakukan penelitian ilmiah, yang mencakup adanya asumsi dasar, masalah utama, model penelitian, dan metode untuk mencari jawaban dari suatu pertanyaan penelitian (Yin, 2018). Dengan kata lain, paradigma adalah asumsi-asumsi dasar yang digunakan oleh peneliti, dan digunakan untuk menentukan cara ia memandang gejala yang ditelitinya.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Yin (2018) memaparkan bahwa dalam paradigma konstruktivis, peneliti memahami makna dari pengalaman, perilaku, dan persepsi yang dimiliki oleh subjek penelitian. Paradigma konstruktivis memungkinkan peneliti untuk dapat memahami cara pandang subjek penelitian dalam memahami fenomena yang mereka alami. Dalam penelitian ini, paradigma konstruktivis membantu peneliti untuk dapat memahami bagaimana kegiatan *personal branding* yang dilakukan oleh Kelvin Pua sebagai *beauty and lifestyle influencer* di Tiktok.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan jenis penelitian kualitatif. Creswell (2018) memaparkan bahwa penelitian kualitatif dapat didefinisikan sebagai pendekatan penelitian yang bermaksud untuk memahami dan menganalisis suatu makna dari fenomena-fenomena sosial yang ada di masyarakat. Creswell (2018) juga turut menyatakan bahwa penelitian kualitatif menggunakan data-data berupa simbol, komunikasi verbal antar manusia, dan teks tertulis untuk memahami suatu proses dan realitas yang ada, yang bertujuan untuk menghasilkan pengetahuan ilmiah.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian yang bersifat deskriptif berupaya untuk menggambarkan fenomena sosial yang ada secara nyata dan menyeluruh, yang memungkinkan peneliti untuk

menjelaskan kejadian atau fenomena sebagaimana adanya berdasarkan narasumber yang terlibat dalam penelitian (Yin, 2018). Sifat penelitian ini yang deskriptif memungkinkan peneliti untuk memahami, menjelaskan, dan menganalisis fenomena secara rinci dan sebagaimana adanya, yakni strategi *personal branding* yang dilakukan oleh *influencer* Kelvin Pua melalui media sosial Tiktok miliknya, yaitu @kelvinpuua.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian dapat diartikan sebagai prosedur atau langkah-langkah dalam penelitian ilmiah untuk memperoleh data yang akan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Pemilihan metode penelitian dengan studi kasus dikarenakan oleh penelitian ini yang menitikberatkan fokusnya pada subjek yang spesifik, yakni Kelvin Pua yang menerapkan strategi *personal branding* pada akun Tiktok @kelvinpuua.

Studi kasus merupakan metode atau pendekatan penelitian yang digunakan ketika peneliti bertujuan untuk memahami dan menganalisis kasus, fenomena, dan konteks-konteks yang terjadi di kehidupan nyata (Yin, 2018). Penggunaan metode studi kasus dalam penelitian ilmiah dapat dijalankan dengan mendeskripsikan suatu fenomena atau kasus secara mendalam berdasarkan data-data dan informasi yang didapatkan melalui wawancara, observasi, dan *review* dokumen (Yin, 2018). Dengan digunakannya metode studi kasus, peneliti dapat menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu kasus atau fenomena dapat terjadi. Dalam penelitian ini, metode studi kasus cocok untuk menjawab pertanyaan terkait “bagaimana” strategi *personal branding* dibangun dan “mengapa” strategi tersebut efektif. Hasil temuan dari penelitian ini akan berkontribusi untuk memberikan wawasan konseptual yang lebih luas tentang strategi *personal branding* di media sosial dan era digital.

3.4 Pemilihan Informan

Dalam penelitian ilmiah, dibutuhkan juga informan yang akan berperan sebagai sumber informasi untuk keberlangsungan penelitian. *Insight* yang diperoleh dari wawancara dengan informan memiliki peran yang krusial untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian, terutama dalam penelitian yang menggunakan metode studi kasus (Yin, 2018). Informan yang dipilih merupakan informan yang memiliki pengetahuan dengan topik atau bidang yang diteliti. Dengan begitu, informan dapat memberikan informasi yang relevan dan sesuai.

Informan utama dalam penelitian ini adalah Kelvin Pua selaku *beauty and lifestyle influencer* dengan akun Tiktok @kelvinpuua yang juga merupakan subjek dari penelitian ini. Sementara key informan dari penelitian ini adalah Lia Angellica selaku manajer dari Kelvin Pua. Berikut merupakan penjabaran dari ketiga informan yang telah ditentukan:

1. Nama: Kelvin Pua

Jabatan: *Beauty and Lifestyle influencer*

Alasan: Kelvin Pua dalam kegiatan *content creation*-nya tentunya memiliki standar bagaimana melakukan *personal branding* dan bagaimana menampilkan *impression* yang baik ke audiensnya melalui media sosial. Maka dari itu, Kelvin Pua merupakan informan yang penting dalam penelitian ini, karena Ia dapat memberikan informasi yang nantinya dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian terkait *personal branding* yang dilakukannya melalui Tiktok @kelvinpuua.

2. Nama: Lia Angellica

Jabatan: *Manager*

Alasan: Sebagai *Manager*, Lia Angellica memiliki andil dalam mengelola dan memberikan arahan kepada Kelvin Pua untuk kegiatan *branding* pada media sosialnya, terutama di Tiktok. Lia Angellica juga memiliki peran untuk mengelola kerjasama dengan *brand*, dan juga bertanggung jawab sebagai *contact person* dari Kelvin Pua.

3. Nama: Krystal Jade

Jabatan: *Content Planner* dan *Editor*

Alasan: Krystal Jade selaku *content planner* dan *editor* dari @kelvinpuua dapat memberikan informasi tambahan terkait *personal branding* yang dilakukan oleh Kelvin Pua melalui akun Tiktok @kelvinpuua, terutama terkait hal-hal yang berhubungan dengan isi konten.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, analisis konten, dan observasi informan. Wawancara adalah salah satu sumber yang krusial dalam melakukan penelitian kualitatif (Yin, 2018). Ketiga teknik pengumpulan tersebut dipilih dengan tujuan untuk mendapatkan data-data yang dapat menjawab pertanyaan penelitian terkait strategi *personal branding* yang dilakukan oleh Kelvin Pua melalui akun Tiktok @kelvinpuua.

Pertanyaan wawancara akan berfokus dengan strategi *personal branding* yang Kelvin Pua lakukan di media sosial Tiktok melalui akun @kelvinpuua. Teknik analisis konten dilakukan dengan mengumpulkan berbagai informasi dan data yang didapatkan dari akun Tiktok @kelvinpuua, yang mencakup konten video, foto, caption, narasi atau *voice over* video, hingga interaksi antara Kelvin Pua dengan audiensnya di kolom komentar. Observasi informan dilakukan untuk mengumpulkan data-data yang terdapat pada media sosial informan, seperti data *engagement rate* dan jumlah *likes*. Data-data tersebut akan mendukung peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian terkait *personal branding* yang dilakukan secara *online* oleh @kelvinpuua melalui media sosial Tiktok.

3.6 Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan triangulasi sebagai cara untuk memastikan keabsahan data. Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang mengkombinasikan berbagai sumber, data, dan informasi yang sudah ada sebelumnya (Yin, 2018). Triangulasi sumber data merupakan teknik yang

digunakan dalam penelitian ini. Triangulasi data merupakan teknik yang melibatkan penggunaan berbagai sumber data, sehingga dapat mendukung temuan dan hasil penelitian menjadi lebih valid, dan tidak bergantung pada satu sudut pandang saja. Maka dari itu, hasil wawancara dan observasi akan media sosial milik informan pada penelitian ini akan dibandingkan satu dengan yang lainnya untuk memastikan tingkat kevaliditasan dari data yang didapatkan.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap interpretasi data yang didapatkan oleh peneliti selama mengumpulkan data di lapangan, yang kemudian akan diklasifikasikan sesuai dengan fokus kajian dan masalah penelitian, serta akan disusun secara sistematis. Hal tersebut memiliki tujuan, yakni agar data yang ada dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dan dapat menghasilkan kesimpulan yang dapat dipahami (Samsu, 2021).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data *pattern matching*. Yin (2018) memaparkan bahwasanya teknik analisis data *pattern matching* bertujuan untuk mengidentifikasi kesesuaian antara data-data yang diperoleh dari penelitian dengan teori atau literatur ilmiah yang relevan. Khususnya pada penelitian ini, *pattern matching* akan dilakukan dengan cara mengidentifikasi kesesuaian data yang diperoleh dari hasil wawancara dan konten-konten media sosial, dengan teori terdahulu, yakni konsep *12 steps of online personal branding* oleh Frischman dalam Romeika & Griesiene (2022).