

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah deskriptif kualitatif. Dimana peneliti melakukan wawancara langsung terhadap informan kunci dari penelitian ini serta turut melakukan observasi terhadap dokumentasi yang dimiliki dan melakukan tinjauan literatur untuk mendukung hasil penelitian.

Menurut Albi Anggito dan Johan Setiawan, S.Pd (2018:9) penelitian kualitatif merupakan penelitian melalui pengumpulan data, analisis, kemudian diinterpretasikan. Penelitian ini bermaksud untuk mengembangkan pemahaman terhadap fenomena atau subjek terkait cara berpikir, bertindak, bertingkah laku, dan lain sebagainya.

Metode penelitian kualitatif mampu mengungkapkan dan menghasilkan uraian yang mendalam dan terperinci mengenai *personal branding* yang diterapkan oleh @andizulkifli dalam penggunaan media sosial instagram sebagai *personal branding*. Peneliti melakukan wawancara dengan informan yang bersangkutan.

3.2 Konsep Operasional

Konsep operasional menurut Nailil Maslukiyah dan Prasetio Rumondor (2020) adalah petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Penggunaan konsep operasional menjadikan peneliti akan mengetahui pengukuran suatu variabel serta baik buruknya penelitian dimaksud.

Penelitian tentang *Personal Branding* Melalui Media Sosial Instagram memiliki tahapan yang akan dibahas dalam konsep operasional beserta indikatornya sebagai berikut :

A. *Personal Branding*

Montoya menjabarkan delapan konsep *personal branding* yakni Spesialisasi, Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan, Kenampakan, Kesatuan, Keteguhan dan Nama Baik. Namun dari kedelapan konsep tersebut penulis hanya mengambil lima konsep yaitu Spesialisasi, Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan dan Keteguhan untuk diteliti. Berikut penjabaran singkatnya :

1. Spesialisasi (*The Law of Specialization*)

Montoya dalam teorinya ini menyebut bahwa *personal brand* yang baik layaknya sinar laser yang bersinar intens pada satu area kecil. Mencoba beragam bidang tanpa spesialisasi justru melemahkan perhatian audiens dan menimbulkan keraguan. Dalam penelitian kali ini penulis ingin melihat Andi Zulkifli membangun *brand* yang terfokus pada satu keahlian yang ia miliki, seperti ahli *public speaking*.

2. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*)

Kepemimpinan menurut Montoya yakni pemilik *brand* mampu mempengaruhi orang lain. Membentuk unsur kepemimpinan bukan berarti individu harus menjadi yang terbaik dalam semua bidang, namun ahli dalam bidang tertentu, memiliki posisi penting dan memiliki penghargaan atas posisi tertentu. Unsur kepemimpinan dalam penelitian ini menjadikan penulis ingin melihat Andi Zulkifli mampu mempengaruhi audiens dalam Instagram miliknya. Contoh, ia mampu mengajak audiens / *followers* mengikuti *campaign* yang sedang ia jalani.

3. Kepribadian (*The Law of Personality*)

Kepribadian berarti *personal brand* yang baik menggambarkan kepribadian individu dalam segala aspek, artinya bukan hanya kelebihan atau kesempurnaan tapi ketidak sempurnaan individu tersebut yang ditampilkan secara apa adanya. Dalam penelitian kali ini, penulis ingin melihat Andi Zulkifli mampu menunjukkan unsur kepribadian dalam akun Instagram miliknya. Contoh di dunia nyata dan dunia maya Andi Zulkifi menampilkan dirinya sebagai sosok yang sederhana dan tidak memamerkan kekayaan.

4. Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*)

Perbedaan menurut Montoya berarti sebuah *personal branding* yang efektif perlu memiliki kesan yang kuat dengan menjadi berbeda dari orang lain di dalam bidang bisnis yang sama. Dalam penelitian kali ini penulis ingin melihat Andi Zulkifli menampilkan hal yang berbeda dari orang lain dalam akun Instagram miliknya. Contoh Andi Zulkifli *membranding* dirinya sebagai sosok yang ahli *public speaking* dalam Instagram miliknya ia mengemas keahlian yang ia miliki ini secara baik dengan memadukan fotografi yang unik.

5. Keteguhan (*The Law of Persistence*)

Keteguhan artinya individu mampu teguh dalam membangun *personal branding* yang telah dibentuk. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis ingin melihat Andi Zulkifli teguh dalam membangun *personal branding* yang telah ia bangun.

3.3 Informan

Informan menurut Nur Sayidah (2018:30) adalah seseorang yang menjadi subjek penelitian dalam sebuah penelitian yang bertugas memberikan informasi mengenai suatu topik. Informan juga disebut sebagai narasumber. Dalam penelitian ini, terdapat seorang informan utama yakni Andi Zulkifli yang berprofesi sebagai seorang *entrepreneur*. Selain Andi Zulkifli, terdapat empat orang *followers* yang menjadi informan.

Alasan peneliti memilih Andi Zulkifli sebagai informan yakni :

1. Andi Zulkifli memiliki keahlian dalam bidang *public speaking*, keahlian yang ia miliki ini membuatnya untuk dapat menjadi pembicara dalam beberapa seminar baik berskala lokal maupun nasional. Salah satu contohnya adalah seminar di Balai Besar Pelatihan Peternakan (BBPP) Kupang.
2. Andi Zulkifli adalah seorang yang *fashionable*, hal ini dibuktikan dalam setiap postingan Instagram ia selalu mengenakan tenun NTT.

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian terjadi di tempat peneliti memperoleh data atau informasi yang diperlukan dan berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur.

3.5 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer, yakni data yang peneliti temukan langsung dari sumbernya dengan tujuan menjawab permasalahan secara dalam dan terperinci. Samiaji Sarosa (2021) berpendapat bahwa dalam penelitian kualitatif sumber data utama bersumber dari kata – kata dan tindakan. Data sekunder diperlukan untuk mendukung hasil penelitian yang berasal dari literatur, artikel, jurnal dan berbagai sumber lain yang mendukung penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini ialah data dokumen *feed* berupa postingan instagram *entrepreneur* Andi Zulkifli dan wawancara langsung dengan informan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yakni :

1. Wawancara, teknik ini peneliti melakukan pengajuan pertanyaan kepada peneliti secara tatap muka.

2. Observasi, pada tahap ini peneliti memberi makna secara realistis dalam konteks yang dialami terhadap objek penelitian sesuai dengan hasil pengamatan alat indra dari apa yang dilihat, didengar, dirasakan, dan diamati. Tujuannya untuk mengamati *personal branding* yang dibangun dan diterapkan *entrepreneur* Andi Zulkifli dalam postingan media sosial instagram.
3. Dokumentasi, teknik ini merupakan instrument pengumpulan data dengan tujuan mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumen yang dimaksud ialah buku, jurnal, surat kabar, majalah, file, foto, video atau rekaman suara sebagai wujud komunikasi langsung. Tujuannya diterapkan pada penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan intepretasi data. Dokumen yang diperlukan dalam penelitian yakni file foto, artikel melalui instagram dan data yang berkaitan dengan bentuk *personal branding*.

3.5 Validitas Data

Validitas data menurut Miza Nina Andini et al (2022) dilakukan untuk menunjukkan kesahihan data dalam penelitian. Hal yang dilakukan yaitu dengan mendapatkan data yang akurat melalui penyajian gambaran yang jujur tentang pengalaman hidup subjek penelitian. Penelitian ini mengacu pada wawancara, observasi langsung, dan mengamati unggahan atau postingan Instagram Andi Zulkifli.

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya yang dilakukan yakni pengolahan data dan analisis data. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data dengan istilah *interactive model*. Teknik ini terbagi atas tiga komponen yakni :

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Semua data yang didapatkan oleh peneliti dicatat secara rinci , apabila peneliti memiliki waktu yang lama maka data yang dikumpulkan bisa lebih banyak. Oleh karena itu, data direduksi dengan cara merangkum. Memilih hal – hal utama, focus kepada hal – hal penting, mencari tema dan pola terbesar kepada masalah penelitian agar data yang didapatkan lebih jelas.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data melibatkan langkah – langkah pengorganisasian data. Maksudnya yaitu mengaitkan kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lainnya sehingga data dapat dianalisis dalam satu kesatuan.

3. Pengujian Kesimpulan (*Drawing and verifying Conclusion*)

Pada teknik ini peneliti mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola – pola data yang ada dari *display* data yang disusun. Jadi dapat memaparkan kesimpulan dari sudut pandang peneliti untuk lebih mempertegas penulisan penelitian.

3.8 Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan melalui empat langkah yakni uji credibility (validitas interbal), transferability (validitas eksternal), dependability (reliabilitas) dan confirmability (objektifitas).

Untuk memeriksa keabsahan data mengenai *personal branding* melalui media sosial Instagram (analisis kualitatif *personal branding entrepreneur* Andi Zulkifli melalui media sosial Instagram) berdasarkan data yang sudah terkumpul selanjutnya ditempuh beberapa teknik keabsahan data yang meliputi kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas dan konfirmabilitas adapun perincian dari teknik diatas adalah sebagai berikut:

1) Uji Kredibilitas

Dalam penelitian kualitatif, uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian dapat dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negative, dan member check.

Namun, dalam penelitian ini hanya menggunakan beberapa cara yang dilakukan untuk menguji kepercayaan data hasil penelitian sebagai berikut:

A. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Namun, dalam penelitian ini menggunakan dua triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Untuk menguji kredibilitas data tentang “*Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Kualitatif Personal Branding Entrepreneur Andi Zulkifli Melalui*

Media Sosial Instagram)” maka pengumpulan data dan pengujian data dilakukan kepada Andi Zulkifli dan empat orang *followers* miliknya. Dari kedua sumber tersebut kan dideskripsikan, dikategorisasikan mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari ketiga sumber data tersebut.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi tekni untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber data yang sama dengan teknik yang berbeda. Yaitu teknik observasi, wawancara dan dokumen pendukung setiap informan.

B. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Untuk itu dalam penyusunan laporan, peneliti menyertakan foto atau dokumen autentik sehingga hasil penelitian menjadi lebih dapat dipercaya.

C. Mengadakan *Member Check*

Member check adalah proses mengecek data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh para pemberi data itu pertanda data tersebut valid, sehingga semakin kredibel. Pelaksanaan *member check* dapat dilakukan setelah mendapat suatu temuan atau kesimpulan.

Dalam penelitian ini *member check* dilakukan dengan forum diskusi kelompok. Dalam diskusi kelompok peneliti menyampaikan temuan kepada sekelompok pemberi data. Dalam diskusi kelompok tersebut mungkin terjadi pengurangan, penambahan, dan kesepakatan data. Setelah data disepakati bersama, maka pemberi data diminta untuk menandatangani agar lebih autentik.

2) Uji Transferabilitas

Pengujian transferabilitas ini merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil.

Nilai transfer ini berkaitan dengan pertanyaan, sampai mana penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain. Bagi penelitian naturalistik, nilai transfer bergantung pada pemakai, sejauhmana hasil penelitian tersebut dapat digunakan dalam konteks dan situasi sosial lain.

Oleh karena itu, agar orang lain dapat memahami hasil penelitian kualitatif ini sehingga ada kemungkinan untuk menerapkan hasil penelitian tersebut, maka dalam menyusun laporan ini peneliti memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya. Dengan demikian, maka pembaca menjadi jelas atas hasil penelitian ini, sehingga dapat memutuskan dapat atau tidaknya untuk diaplikasikan hasil penelitian ini ditempat lain.

Apabila pembaca laporan penelitian memperoleh gambaran yang sedemikian jelasnya, seperti apa suatu hasil penelitian dapat diberlakukan (*transferability*), maka laporan ini memenuhi standar transferabilitas.

3) Uji Dependabilitas

Dalam penelitian kualitatif, *dependability* disebut sebagai reliabilitas. Suatu penelitian yang reliabel adalah apabila orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian tersebut. Dalam penelitian kualitatif, uji *dependability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Dalam penelitian ini *dependability* dilakukan oleh auditor yang independen atau dosen pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian.

4) Uji Konfirmabilitas

Pengujian konfirmabilitas dalam penelitian kualitatif disebut dengan uji objektivitas penelitian. Penelitian dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati banyak orang. Dalam penelitian kualitatif, uji *confirmability* mirip dengan uji *dependability*, sehingga pengujinya dapat dilakukan secara bersamaan.

Menguji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*.

Dengan demikian, dalam penelitian kualitatif ini uji *confirmability* dilakukan bersamaan dengan uji *dependability* oleh dosen pembimbing.