

BAB III METODE PENELITIAN

1.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2014: 20) objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sejalan apa yang dikemukakan Sugiyono, Supranto (2000: 21) menjelaskan objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Melengkapi definisi objek penelitian, objek penelitian menurut Anto Dayan (1986: 21) adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah.

Adapun objek dalam penelitian ini adalah konstruksi *social media entrepreneurship* dari *beauty vlogger*.

1.2 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang (Mulyana, 2003: 9).

Paradigma yang digunakan oleh penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis ialah paradigma yang hampir merupakan

antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003: 3).

Para peneliti konstruktivis mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik. Dengan demikian, penelitian dengan strategi seperti ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut (Patton, 2002: 96-97).

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, paradigma ini mengamati bagaimana konstruksi atau bagaimana *beauty vlogger* membangun *social media entrepreneurship* pada YouTube.

1.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Studi kasus adalah metode penelitian yang mengeksplorasi sebuah kasus yang spesifik dan kontekstual melalui analisis data yang diperoleh dari berbagai sumber secara detail (Cresswell, 1994: 61).

Danim (2002) mengungkapkan, penelitian studi kasus merupakan studi mendalam mengenai unit sosial tertentu dan hasil penelitian tersebut memberikan

gambaran luas serta mendalam mengenai unit sosial tertentu. Subjek yang diteliti realtif terbatas, namun variabel-variabel dan fokus yang diteliti sangat luas dimensinya.

Kemudian menurut Mulyana (2006:201) penelitian dalam studi kasus berupaya dengan secara seksama dengan berbagai cara mengkaji sejumlah besar variabel mengenai suatu kasus khusus atau suatu kejadian, peneliti bertujuan memberikan uraian yang lengkap dan mendalam mengenai subyek yang diteliti.

Secara umum, Yin (2015: 1) mengungkapkan studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan how atau why, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata.

Menurut Bogdan dan Taylor, metode kualitatif adalah metode yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dengan perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada perilaku latar belakang dari individu tersebut secara *holistic* (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variable atau hipotesis, tetapi perlu memandang sebagai bagian dari sesuatu kebutuhan (Moeleong, 2006:4).

Sehingga dengan metode penelitian ini mendapatkan gambaran detail dan komprehensif mengenai konstruksi *social media entrepreneurship beauty vlogger*

pada YouTube. Studi kasus dalam penelitian ini dilakukan pada lima orang beauty vlogger yang memiliki konten video kecantikan di YouTube.

1.4 Informan

Menurut Moeloeng (2006: 132), informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Dalam menentukan informan, peneliti memiliki kriteria yaitu, orang berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 21-34 tahun. Hal ini menurut Pixability (2014), konten kecantikan dibandingkan konten lainnya di YouTube adalah konten yang paling banyak ditonton perempuan. Kemudian hasil survey Nielson Global Survey E-commerce (2014) pada usia 21-34 tahun adalah usia yang paling banyak menggunakan internet dan membeli secara online. Sehingga perempuan pada usia 21-34 tahun merupakan mayoritas konsumen yang mencari informasi tentang produk kecantikan di media sosial serta vlog kecantikan di YouTube (Pixability, 2014; Sutanto & Aprianingsih, 2016). Kriteria informan dalam penelitian ini yaitu:

1. Orang berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 21-34 tahun.
2. Memiliki akun sosial media YouTube.
3. Terlibat langsung dalam pembuatan konten kecantikan di YouTube.
4. Memiliki konten yang mengulas tentang produk kecantikan.

Sehingga peneliti memilih lima orang *beauty vlogger* sebagai informan dalam penelitian ini. Kelima orang tersebut yaitu Adhelia FA, Delmira Prabu, Dhea Audrey, Fatya Biya, dan Ijfina Amalia. Kelima orang tersebut adalah *beauty*

vlogger yang cukup aktif dengan konten kecantikannya di sosial media. Informan ini menjawab pertanyaan yang sama yang diajukan oleh peneliti untuk memperkaya hasil penelitian sehingga dapat tergambar bagaimana konstruksi dari *beauty vlogger* menjadikan YouTube sebagai bentuk inovasi entrepreneurship baru. Adapun informan tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Adhelia Fa (selanjutnya akan disebut AF)

AF merupakan perempuan dengan usia 23 tahun dan latar belakang pendidikan S1-Sastra Inggris. AF sendiri memiliki akun YouTube sejak tahun 2016 dan saat ini dengan 164 ribu subscribers. Kesibukan AF saat ini hanya seputar konten dan kehidupan pribadi. Menurut pengamatan langsung oleh peneliti, konten yang ditampilkan sebagian besar adalah konten kecantikan.

2. Delmira Prabu (selanjutnya akan disebut DP)

DP merupakan perempuan dengan usia 22 tahun dan latar belakang pendidikan S1-Psikologi. DP sendiri memiliki akun YouTube sejak tahun 2016 dan saat ini dengan 57,1 ribu subscribers. Kehidupan pribadi DP saat ini adalah seorang istri dari tentara AU dan ibu rumah tangga. Menurut pengamatan langsung oleh peneliti, konten yang ditampilkan sebagian besar adalah konten kecantikan.

3. Dhea Audrey (selanjutnya akan disebut DA)

DA merupakan perempuan dengan usia 23 tahun dan latar belakang pendidikan S1-Mass Communication. DA sendiri memiliki akun YouTube sejak tahun 2014-2015 dan saat ini dengan 25,1 ribu subscribers. Pekerjaan DA saat ini adalah Social Media and Marketing Communication Lead di beberapa

perusahaan. Menurut pengamatan langsung oleh peneliti, konten yang ditampilkan sebagian besar adalah konten kecantikan.

4. Fatya Biya (selanjutnya akan disebut FB)

FB merupakan perempuan dengan usia 29 tahun dan latar belakang pendidikan S2-Manajemen HRD. FB sendiri memiliki akun YouTube sejak tahun 2015 dan saat ini dengan 842 ribu subscribers. Saat ini kesibukan FB adalah full content creator. Menurut pengamatan langsung oleh peneliti, konten yang ditampilkan sebagian besar adalah konten kecantikan.

5. Ijfina Amalia (selanjutnya akan disebut IA)

IA merupakan perempuan dengan usia 29 tahun dan latar belakang pendidikan S1-Biologi Medik. IA sendiri memiliki akun YouTube sejak tahun 2016 dan saat ini dengan 1,4 juta subscribers. Kesibukan IA saat ini adalah ibu rumah tangga sekaligus content creator. Menurut pengamatan langsung oleh peneliti, konten yang ditampilkan sebagian besar adalah konten kecantikan.

Dalam pengamatan peneliti terhadap akun YouTube masing-masing informan pada Agustus 2021, memiliki subscribers, viewers tertinggi dan terendah dalam data yang ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jumlah statistik subscriber, viewer terendah, viewer tertinggi informan per Agustus 2021

No.	Beauty Vlogger	Subscribers	Viewers Tertinggi	Viewers Terendah
1.	AF	164 ribu	1,1 juta	3,7 ribu
2.	DP	57,1 ribu	795 ribu	96
3.	DA	25,1 ribu	572 ribu	704
4.	FB	842 ribu	13 juta	101 ribu
5.	IA	1,4 juta	5 juta	48 ribu

Sumber: Hasil olah data observasi peneliti pada YouTube (2021)

Sedangkan untuk users yang menonton konten video kecantikan beauty vlogger, informan diambil dari subscriber akun YouTube seorang beauty vlogger Tasya Farasya. Kriteria informan ini yaitu:

1. Orang berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 21-34 tahun.
2. Menonton video kecantikan di YouTube
3. Subscriber salah satu beauty vlogger di YouTube.

Informan yang dipilih adalah Syifa Fatimah dengan usia 24 tahun. Selanjutnya disebut sebagai SF. Informan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti sebagai bagian dari *member check* atau pengecekan data antara hasil wawancara dengan lima beauty vloggers dan users sebagai orang yang menonton video konten kecantikan di YouTube.

1.5 Jenis dan sumber data

Jenis data dari penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka (Muhadjir, 1996:2). Menurut Riduwan (2003: 5) dalam Bungin (2008), data ini adalah data yang paling banyak ditemui pada penelitian kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, kalimat-kalimat, narasi-narasi. Data ini berhubungan dengan kategorisasi, karakteristik berwujud pertanyaan atau berupa kata-kata. Seringkali data kualitatif ini bersifat subjektif, sebab data itu ditafsirkan lain oleh orang berbeda.

Menurut Bungin (2008: 41) berdasarkan sumber datanya, dibedakan atas data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari

sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bisa responden atau subjek riset, dari hasil pengisian kuesioner, wawancara, observasi. Kemudian menurut Sugiyono (2018: 225), sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer didapatkan dari hasil wawancara dan observasi atau pengamatan langsung.

Menurut Bungin (2008: 42), data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data ini dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga menjadi informatif bagi pihak lain. Dalam penelitian ini data sekunder didapatkan dari studi literatur, yaitu jurnal atau penelitian terdahulu dan penelitian pendukung dari sumber lain.

1.6 Teknik pengumpulan data

Menurut Sugiyono (2018: 224), teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Macam teknik pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan/triangulasi. Kemudian menurut Bungin (2008: 93) metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Dalam riset kualitatif dikenal metode pengumpulan data: observasi (field observations), focus

group discussion, wawancara mendalam (intensive/depth interview) dan studi kasus (Wimmer, 2000: 110; Sendjaya, 1997: 32).

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini yang pertama adalah wawancara. Menurut Sugiyono (2018: 231), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Esterberg (2002) mendefinisikan wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Kemudian Susan Stainback (1988) mengemukakan bahwa dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi. Wawancara dalam riset kualitatif disebut sebagai wawancara mendalam (depth interview) atau wawancara secara intensif (intensive-interview) dan kebanyakan tak berstruktur. Tujuannya untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam. Caranya dengan mengusahakan wawancara berlangsung informal seperti orang yang sedang mengobrol. Sebelum melakukan wawancara, peneliti akan menyiapkan susunan pertanyaan yang berbeda atas informan yang satu dengan yang lain. Jadi pertanyaannya tergantung pada informasi apa yang ingin diperoleh dan berdasarkan jawaban informan yang dikembangkan oleh peneliti. Peneliti juga menyiapkan data-data latar belakang mengenai topik yang akan diperbincangkan,

informasi dan wawasan mengenai topik yang akan diperbincangkan sehingga didapatkan hasil data yang lengkap dan mendalam.

Teknik pengumpulan data berikutnya adalah observasi. Menurut Bungin (2008: 108) observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif. Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung - tanpa mediator- sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Yang observasi adalah interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diriset. Sehingga keunggulan metode ini adalah data yang dikumpulkan dalam dua bentuk: interaksi dan percakapan (conversation). Artinya selain perilaku nonverbal juga mencakup perilaku verbal dari orang-orang yang diamati. Ini mencakup antara lain apa saja yang dilakukan termasuk bahasa-bahasa gaul serta benda-benda apa yang mereka buat atau gunakan dalam interaksi sehari-hari. Kemudian menurut Marshall (1995) dalam Sugiyono (2018: 226), mengungkapkan melalui observasi peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Sehingga melalui uraian di atas, selain pengamatan secara nonverbal saat melakukan wawancara dengan informan, peneliti juga akan melihat apa saja yang dilakukan dan disampaikan oleh key informan di konten YouTube-nya. Peneliti juga akan mengamati interaksi yang dilakukan oleh key informan dan informan dengan pengguna yang lain dalam hal ini di sosial medianya sehingga menjadi data yang melengkapi data wawancara yang didapatkan langsung dari informan.

1.7 Teknik analisis data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi) dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan yang terus-menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali (Sugiyono, 2018: 243).

Dalam hal analisis data kualitatif Bogdan menyatakan bahwa, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Kemudian Susan Stainback mengemukakan bahwa, analisis data merupakan hal yang kritis dalam proses penelitian kualitatif. Analisis digunakan untuk memahami hubungan dan konsep dalam data sehingga hipotesis dapat dikembangkan dan dievaluasi (Sugiyono, 2018: 244).

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Kemudian analisis data yang dilakukan peneliti untuk penelitian ini, yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification.

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan

demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan. Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Miles dan Huberman (1984) menyatakan, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif. Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono: 2018).

1.8 Teknik keabsahan data

Dalam penelitian ini, teknik keabsahan data yang akan digunakan adalah teknik triangulasi. Menurut Denkin (Rahardjo: 2010), mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Sejalan dengan apa yang diungkapkan Denkin, Moeloeng (2007: 175) triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Kemudian menurut Sugiyono (2018: 273) mengungkapkan

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 waktu.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber. Menurut Sugiyono (2018: 274), triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang didapat tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan sumber data tersebut. Sehingga dalam hal ini peneliti akan melakukan pengecekan data hasil wawancara dengan informan, dalam hal ini pelaku *beauty vlogger* dan dengan users sebagai orang-orang yang menonton konten kecantikan di YouTube, dideskripsikan, dikategorisasikan mana jawaban dari informan yang sama, berbeda, dan mana hal penting yang menjadi poin dari penelitian ini. Kemudian dapat terdeskripsikan tujuan dari penelitian ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA