

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian ini diteliti menggunakan dasar penelitian analisis isi. Analisis isi adalah suatu analisis yang memahami isi sebuah media secara mendetail dan mampu mengkaitkannya dengan konteks kejadian saat pesan tersebut dibuat. Analisis isi kualitatif dianggap sebagai metode analisis data yang efektif untuk mengungkap fenomena isi komunikasi yang telah terdokumentasi (Machmud, 2016). Menurut Kriyanto (2006) analisis isi kualitatif ini dipilih untuk memahami isi dari suatu media yang kemudian dikaitkan dengan konteks sosial yang terjadi saat pesan tersebut dibuat (A. Putri dkk., 2019).

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan dengan menerapkan pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif dipilih karena peneliti mendeskripsikan mengenai *personal branding* yang dilakukan oleh Shadira Firdausi, di akun Media Sosial *TikTok @shaturday*. Pendekatan penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan mengungkapkan (*to describe and explore*), serta menggambarkan dan menjelaskan (*to describe and explain*) (Machmud, 2016).

Pendekatan penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengkaji fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, pemikiran baik secara individu maupun kelompok.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh data serta informasi yang digunakan untuk mendeskripsikan *personal branding* Shadira Firdausi melalui akun media sosial *TikTok* miliknya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif karena dianggap bisa mendapatkan data lebih mendalam sehingga hasil penelitian yang disajikan bisa lebih mudah dipahami dengan kata-kata. Dalam penelitian ini, peneliti mencari, menemukan, dan mengembangkan data seputar *personal branding* yang diperoleh melalui akun media sosial *TikTok @Shaturday*. Kemudian data tersebut dijelaskan dan dianalisis dengan pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan indikator teori *Personal Branding* menurut Peter

Montoya. Sehingga bisa menggambarkan *personal branding* yang dibangun oleh Shadira Firdausi

3.2 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif untuk memberikan gambaran objek yang diteliti secara rinci. Penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang berupaya menggambarkan objek atau subjek penelitian secara mendalam, menyeluruh dan terperinci. Penelitian deskriptif ini fokus pada variable mandiri, tanpa adanya perbandingan dengan variabel lain (Machmud, 2016)

Studi Deskriptif penelitian ini yakni menganalisis *Personal Branding* yang dilakukan oleh Shadira Firdausi melalui akun pribadinya @shaturday. Peneliti mendeskripsikan *personal branding* yang dilakukan oleh Shadira Firdausi sebagai *influencer* dengan mengkomunikasikan secara visual melalui fitur yang ada di media sosial *TikTok* dan juga unsur dari sebuah video.

3.3 Ruang Lingkup Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini merupakan *personal branding* yang dibangun Shadira Firdausi melalui akun media sosial *TikTok* @shaturday. Fokus pada unggahan konten yang ada di dalam daftar putar “BIKIN BARANG AESTHETIC”. Hal ini sesuai dengan bio profil *TikTok* @shaturday yakni *DIY* dan keahlian Shadira yakni membuat *DIY* bikin barang bekas jadi *aesthetic*.

3.4 Unit Analisis

Krippendorff dalam (Eriyanto, t.t.) mendefinisikan unit analisis merupakan apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Unit analisis merupakan gambaran dari bagian-bagian apa saja yang kita gunakan untuk menyimpulkan isi dari suatu teks. Menentukan unit analisis sangat penting dalam analisis isi dikarenakan penentuan unit analisis yang tepat akan menjawab tujuan dari sebuah penelitian. Adapun unit analisis dari penelitian ini yakni:

1. Fitur Media Sosial *TikTok*

- Penambahan suara
- Komentar

- Suka (like)
- Bagikan (share)
- Koleksi simpan
- Caption
- Daftar putar
- Penonton (viewers)
- Pengikut

2. Unsur Video

- Grafis
Penggunaan foto/gambar di dalam video
- Suara
Penambahan suara dan musik yang digunakan dalam video.
- Teks
Penggungan teks di dalam video yang disajikan.
- Animasi
Penambahan animasi berupa gambar atau teks bergerak di dalam video.

3.5 Struktur Kategori

Struktur kategori merupakan komponen utama dalam analisis isi. terdapat struktur kategori yang nantinya digunakan sebagai landasan dalam menguraikan dan mengidentifikasi temuan data yang dianalisis. Dengan adanya struktur kategori ini analisis yang dilaksanakan menjadi lebih terstruktur dan memungkinkan peneliti membuat kesimpulan yang lebih akurat.

Untuk mengidentifikasi hasil penelitian analisis isi, peneliti membuat struktur kategori yang mencakup objek penelitian yang relevan dengan isi yang akan dikategorikan. Dalam Menyusun struktur kategori ini harus dilakukan dengan teliti dan tepat. Peneliti menggunakan struktur kategori yang didasarkan oleh teori dan konsep personal branding oleh peter Montoya. Karena konsep tersebut mewakili dimensi penting dalam membangun personal branding.

Adapun struktur kategori dalam penelitian ini yakni:

1. The Law of Specialization The (Spesialisasi)

Menampilkan keahlian, keunikan dan kemampuan yang dimiliki.

2. The Law of Leadership (Kepemimpinan)

Menunjukkan kemampuan memberikan solusi terhadap audiens.

3. The Law of Personality (Kepribadian)

Menunjukkan kepribadian yang apa adanya dan sesuai dengan dirinya sendiri.

4. The Law of Distinctiveness (Perbedaan)

Pembeda dari influencer lain berupa keunikan dan nilai tambah yang dihadirkan.

5. The Law of Visibility (Kenampakan)

Kekonsistenan hingga diakui audiens, berupa banyaknya penonton, like, komentar, dibagikan.

6. The Law of Unity (Kesatuan)

Kesatuan dengan kehidupannya sehari-hari.

7. The Law of Persistence (Keteguhan)

Konsistensi dan fokus pada tema.

8. The Law of Goodwill (Nama Baik)

Hubungan yang baik dengan audiens dan kehangatan dalam berkomunikasi dengan audiens.

3.6 Metode pengumpulan data

1. Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, yang bisa diartikan sebagai metode pengumpulan data melalui dokumen-dokumen penting yang tersimpan, yang mana dokumen tersebut kemudian dianalisis dan dipelajari oleh peneliti. Dengan pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi ini memungkinkan peneliti memperoleh berbagai informasi dari berbagai sumber yang tertulis maupun dokumen yang dimiliki oleh informan (Sandewi, 2018). Metode pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi ini bisa memperlihatkan berbagai jenis dokumen yang dibuat sendiri oleh subjek maupun oleh orang lain tentang informasi seputar subjek (Abdussamad, 2021).

Penelitian ini menggunakan Teknik dokumentasi, yang mana semua data diperoleh melalui *capture* foto atau tangkapan layar dari akun media sosial @Shaturday yang ada di dalam playlist “BIKIN BARANG AESTHEIC”, dan informasi seputar Shadira di media sosial, artikel, *website* dan sebagainya.

3.7 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yakni analisis isi (*content analysis*) oleh Klaus Krippendorff. Analisis isi menurut krippendorff dalam buku (Eriyanto, t.t.) analisis isi merupakan suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi atau