

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang memahami dan memaknai suatu fenomena perilaku manusia di suatu waktu tertentu berdasarkan pandangan peneliti sendiri secara mendalam. Bogdan dan Taylor (1982) menyatakan bahwasannya penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kalimat tertulis maupun lisan dan juga pengamatan terhadap perilaku seseorang, pendekatan penelitian kualitatif berdasarkan pada latar belakang individu secara keseluruhan.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan temuan-temuan yang tidak diperoleh menggunakan alat statistik dan memiliki tujuan untuk memperoleh pemahaman akan sebuah realita melalui proses berpikir induktif yang bersifat fleksibel dan terbuka terhadap adanya kemungkinan perubahan dan penyesuaian dalam proses penelitiannya (Machmud, 2018). Dengan demikian, pendekatan kualitatif dapat berfungsi memahami kejadian yang dipelajari seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Dengan menggunakan penelitian kualitatif, peneliti berusaha memahami bagaimana pemanfaatan beauty influencer pada konten digital marketing produk skincare Skintific melalui akun media sosial TikTok @skincarebyjessi .

3.2 Tipe dan Dasar Penelitian

a. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tipe penelitian deskriptif. Menurut Arikunto (2013) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengkaji suatu keadaan, kondisi atau aspek lain,

yang kemudian hasil dari penelitiannya disampaikan dalam bentuk laporan penelitian. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif untuk menjelaskan apa saja kecenderungan konten digital marketing pada akun TikTok beauty influencer @skincarebyjessi dalam mempromosikan produk skincare Skintific.

b. Dasar Penelitian

Peneliti menggunakan dasar penelitian bentuk analisis isi, dimana fokus penelitiannya pada deskripsi yang berkaitan dengan isi informasi dalam bentuk dokumen tertulis, maupun pada media massa dengan membuat dan mengkategorikan data yang diperoleh serta dijadikan landasan yang dilakukan dalam penelitian.

3.3 Populasi dan Sampling

Populasi merupakan keseluruhan dari suatu objek dalam penelitian yang dicatat dan juga dialami di lapangan (Arikunto, 2013). Sedangkan sampling adalah kelompok kecil yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, *purposive sampling* digunakan oleh peneliti untuk menentukan sampel penelitian. Menurut Sobur (2012) *purposive sampling* merupakan pengambilan sampel dengan kecenderungan memilih data yang peneliti anggap mewakili informasi dan permasalahan secara mendalam. Kriteria yang digunakan peneliti dengan menggunakan *purposive sampling* adalah sebagai berikut :

1. Konten yang diunggah akun TikTok @skincarebyjessi berisikan promosi produk skincare Skintific.
2. Konten dengan *viewers* terbanyak di atas tiga ratus ribu.

Dengan demikian, diperoleh sampel penelitian sebanyak 12 video promosi produk skincare Skintific oleh Jessica, diantaranya terdapat 5 video konten yang memiliki jumlah *viewers* terbanyak.

No	Tanggal Upload	Produk Skincare	Keterangan
1.	1 Desember 2021	Skintific 360 Crystal Massager Lifting Eye Cream	Penonton : 581,3 ribu
2.	19 Oktober 2022	Skintific SymWhite 377 Dark Spot Eraser Serum	Penonton : 1,1 juta
3.	28 Oktober 2022	Skintific Sunscreen Mist	Penonton : 459,4 ribu
4.	2 November 2022	Skintific Gentle-A Retinol Renewal Serum	Penonton : 361,5 ribu
5.	12 Oktober 2023	Skintific Brightening	Penonton : 719,5 ribu

Tabel III. 1. Identitas Video Konten

3.4 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini berdasarkan batasan waktu pelaksanaan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu mulai bulan Desember 2023 sampai dengan Januari 2024. Pada bulan Desember 2023 peneliti melakukan pengumpulan data dan pada bulan Januari 2024 peneliti menganalisis data untuk menyajikan hasil penelitian.

3.5 Unit Analisis

Unit analisis menurut Morissan (2017) ialah keseluruhan hal yang diteliti untuk memperoleh penjelasan ringkas terkait seluruh unit. Unit analisis merupakan informasi atau data yang direkam serta disebarkan media yang dapat dianalisis secara jelas dan relevan dengan fenomena tertentu, serta data nya bisa dibedakan antara satu dengan yang lainnya (Krippendorf, 1991).

Sederhananya unit analisis dapat berupa kata, kalimat, foto, scene, atau paragraf. Dalam menentukan unit analisis, peneliti hendaknya benar-benar menganalisis serta melihat secara tepat. Unit analisis pada penelitian ini berupa

gambar, video dan juga komentar yang menunjukkan kesesuaian Jessica sebagai beauty influencer berdasarkan indikator karakteristik endorser.

3.6 Struktur Kategorisasi

Analisis isi sifatnya sistematis dan tidak kaku seperti analisis isi kuantitatif. Kategorisasi digunakan sebagai panduan, selama proses riset diperbolehkan kategorisasi atau konsep-konsep lain muncul. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi isi pesan dari konten akun TikTok @skincarebyjessi yang mempromosikan produk skincare Skintific.

Dalam analisis isi, kategorisasi menjadi sangat penting. Kategorisasi berkaitan dengan bagaimana sebuah konten diklasifikasikan. Untuk mempermudah analisis data pada pemanfaatan beauty influencer dalam promosi produk skincare Skintific di akun TikTok @skincarebyjessi digunakan struktur kategorisasi. Untuk memastikan keakuratan serta kejelasan, pembuatan kategori harus dilaksanakan dengan kebijaksanaan dan kewaspadaan. Pada penelitian kecenderungan konten Jessica sebagai beauty influencer dalam mempromosikan produk skincare Skintific pada akun TikTok @skincarebyjessi terdapat 4 indikator pengukuran beauty influencer model VisCAP: *Visibility, Credibility, Attractiveness, Power*.

Berikut tabel untuk matriks indikator beauty influencer dengan definisi operasionalnya

Dimensi Content Marketing	Karakteristik Endorser	Definisi Operasional
<ul style="list-style-type: none"> • Reliabilitas • Disbelief • Persuasion Knowledge 	Visibility	Popularitas konten promosi produk skincare Skintific yang dipromosikan Jessica di akun TikTok pribadinya @skincarebyjessi dapat dilihat dari jumlah <i>viewers, like, comment</i> , simpan, dan <i>share</i> .
	Credibility	<p>Trustworthiness (Keahlian) : Keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman Jessica sebagai beauty influencer melalui konten yang mempromosikan produk skincare Skintific</p> <p>Expertise (Kepercayaan) : Jessica dapat menyampaikan pesan yang baik dan jujur melalui konten yang dibuat dalam mempromosikan produk skincare Skintific.</p>
	Attractiveness	Jessica sebagai beauty influencer lebih dari sekedar memiliki penampilan yang menarik. Sejumlah karakteristik seperti gaya bahasa, sikap, perilaku dan kepribadian.
	Power	Jessica dapat mempengaruhi pemikiran maupun tindakan audiens terkait produk skincare Skintific yang dipromosikan melalui akun TikTok pribadinya @skincarebyjessi.

Tabel III. 2. Matriks Definisi Operasional Variabel

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dalam bentuk dokumentasi. Metode pengumpulan bentuk dokumentasi berupa tangkapan layar bertujuan untuk mendapatkan data historis. Sugiyono (2015:329) menyebutkan bahwa dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang kemudian dianalisis, data dan informasi yang diperoleh dapat dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar berupa keterangan yang mendukung penelitian. Dokumentasi ini didapatkan dari konten promosi produk skincare Skintific pada akun TikTok beauty influencer @skincarebyjessi.

3.8 Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah komponen penting yang diperuntukan menguji serta memastikan bahwa penelitian yang dilakukan benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus menguji penyajian data tersebut bisa dipertanggungjawabkan.

Peneliti menggunakan uji kredibilitas dengan meningkatkan ketekunan pengamatan (Amzir, 2014) yaitu dengan mengadakan pengamatan secara teliti serta rinci guna mendeskripsikan data secara akurat.

3.9 Teknik Analisis Data

Metode analisis isi merupakan cara untuk menarik kesimpulan dengan mengenali macam-macam karakteristik suatu pesan dengan objektif serta sistematis (Holsti 1969:14). Analisis isi adalah penelitian yang sifatnya pembahasan mendalam akan suatu informasi yang ada pada media massa.

Pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis konten menurut Krippendorff (2004) yang menyebutkan terdapat enam langkah untuk menganalisis konten, yaitu *Unitizing, sampling, recording or coding, reducing, inferring and narrating*.

Langkah-langkah secara rinci berkaitan analisis konten model Krippendorff :

1. *Unitizing*, adalah pengumpulan data-data yang akan dianalisis, data yang dianalisis pada penelitian ini yakni konten TikTok beauty influencer @skincarebyjessi
2. *Sampling*, penyederhanaan sampel penelitian yang fokus penelitiannya adalah konten promosi skincare Skintific yang akun TikTok @skincarebyjessi unggah berdasarkan viewers terbanyak.
3. *Recording or coding*, adalah kegiatan mencatat data yang diperoleh dan disesuaikan sesuai dengan indikator. Tujuannya ialah untuk mempermudah penulisan deskripsi data dan menarik kesimpulan.
4. *Reducing*, adalah proses analisis dokumen yang memiliki tujuan untuk menyederhanakan beberapa data agar dapat dipahami dengan mudah dan disimpulkan.
5. *Inferring*, adalah menarik kesimpulan yang berdasarkan pengolahan data sesuai indikator intrinsik dan kesimpulan yang dibuat harus sesuai dengan rumusan masalah agar dapat menemukan jawaban atas permasalahan.
6. *Narrating*, adalah proses menjelaskan dokumen yang dianalisis berdasarkan perolehan kesimpulan dan penjelasan yang didasari konsep-konsep pendukung supaya hasil dari penelitian tidak hanya berdasarkan pemahaman seorang peneliti.