

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Runtutan pengumpulan data, analisis, dan interpretasi data akan dijelaskan dalam Bab III, yaitu mengenai metodologi penelitian. Peneliti merancang alur jalannya penelitian untuk memastikan bahwa data dikumpulkan melalui proses tertentu sehingga nantinya menghasilkan luaran yang sesuai. Metodologi penelitian akan mencakup desain penelitian, diikuti oleh pemilihan serta kriteria lingkup partisipan yang dipilih, kemudian teknik dan proses pengumpulan serta pengolahan data.

3.1 Desain Penelitian

Penelitian menggunakan metode fenomenologi dipilih sebagai salah satu cabang metode dari pendekatan kualitatif. Husserl mendefinisikan fenomenologi sebagai cara mendeskripsikan sesuatu berdasarkan pengalaman yang dirasakan berdasarkan informasi yang mereka (subjek penelitian) paparkan (Cudjoe, 2023). Fenomenologi menurut Husserl mementingkan esensi/nilai/makna dari fenomena berdasarkan pengalaman yang dialami dan yang memotivasi hal tersebut terjadi (Lisboa, dkk., 2016). Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti memilih metode fenomenologi karena dinilai sesuai untuk menjelaskan fenomena yang terjadi, sebab metode fenomenologi adalah metode yang bertujuan untuk memahami pengalaman dalam kehidupan (Raco dan Tanod 2014). Fenomenologi adalah suatu pendekatan untuk menggali pengalaman hidup masyarakat sehari-hari. Ini digunakan ketika studi tentang pengalaman hidup dari suatu konsep atau fenomena yang dialami oleh satu atau lebih individu (Mohajan, 2018).

Untuk memahami fenomena dari pengalaman hidup secara mendalam, peneliti perlu menjaga interpretasi yang muncul tidak dipengaruhi secara penuh oleh pandangan pribadi. Oleh karena itu, dalam pendekatan fenomenologi terdapat proses *epoché* atau *bracketing*. Menurut Thomas dan Sohn (2023) *Bracketing* atau *epoché* telah menjadi hal mendasar dalam fenomenologi sejak asal-usulnya yang

berasal dari Husserl (1913/1931), yaitu suatu sikap kesediaan untuk mendengarkan partisipan studi dari posisi rendah hati sebagai “yang tidak tahu”, belajar dari mereka melalui dialog (wawancara). Beberapa hal praktikal yang dapat dilakukan untuk melakukan *epoché* ialah, 1) mulai dengan pengalaman spesifik untuk diteliti; 2) menunda semua asumsi alami tentang pengalaman tersebut secara sistematis; 3) jelaskan hanya apa yang muncul dalam pengalaman sadar; 4) Hindari penjelasan, fokus dengan deskripsi langsung (Overgaard, 2015). proses reflektif ini akan dilakukan sepanjang pengambilan data penelitian sebagai bagian dari pendekatan fenomenologi Husserl.

3.2 Tempat Penelitian, Teknik Sampling dan Partisipan Penelitian

Partisipan memegang peran penting dalam temuan penelitian karena mereka menjadi kunci untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam subbab ini, peneliti akan menjelaskan jenis partisipan yang dipilih sebagai informan, proses pemilihan partisipan, serta alasan memilih media sosial seperti TikTok dan Instagram sebagai platform penelitian.

3.2.1 Tempat Penelitian

Indonesia dipilih sebagai wilayah penelitian dengan fokus pada *micro-influencer*, karena pada tahun 2023 tercatat sekitar 45,36 ribu influencer di Indonesia, menjadikannya salah satu negara dengan jumlah influencer terbesar di dunia (Nurhayati-Wolff, 2023). Selain itu, Indonesia dikenal sebagai “Negara Ekonomi Kreatif,” dengan hampir 12 juta kreator yang menghasilkan antara 500.000 hingga 1 juta konten setiap bulan, jumlah tertinggi di Asia Tenggara (Prasad, 2024). Informan yang dipilih dalam penelitian adalah *micro-influencer* yang secara aktif mengunggah konten di platform Instagram, TikTok, atau keduanya.

Media sosial Instagram dan TikTok dipilih sebagai ranah media sosial penelitian Sesuai dengan tinjauan pustaka, baik TikTok maupun Instagram termasuk dalam kategori HVSM, dimana konten mengenai kecantikan tentu

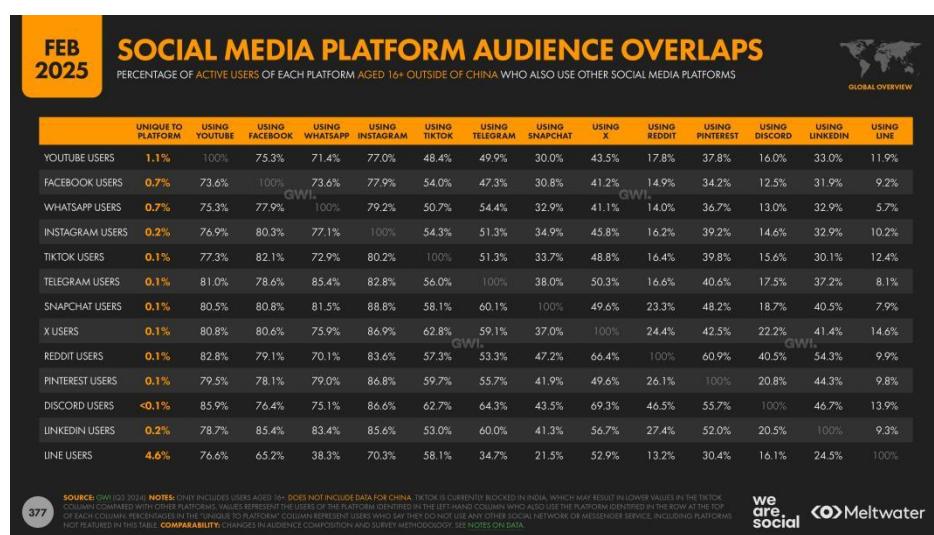
Rifda Fathiyah, 2025

ANALISIS PENGELOLAAN IMPRESI MICRO-INFLUENCER KECANTIKAN TANPA FILTER DIGITAL

(Studi Fenomenologi di Platform High Visual Social Media)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mengandalkan visual yang menarik. Selain itu, para *micro-influencer* sering kali melakukan *cross-posting*, yaitu mengunggah konten yang sama di berbagai platform untuk menjangkau audiens yang lebih luas (Farahbakhsh et al., 2016). Kedua platform memiliki kemiripan fitur interaktif (Mohamed, 2025) hal tersebut mempermudah *cross-posting* tanpa harus mengubah format konten. Selain kedua hal tersebut audiens atau pengguna kedua media sosial tersebut saling tumpang tindih, We Are Social (2024) merilis data menunjukkan lebih dari 80% pengguna TikTok juga menggunakan Instagram, dan sebaliknya, dengan kata lain kedua konten di kedua platform terbaur sehingga keduanya memiliki bentuk lingkungan yang hampir mirip satu sama lain.



Gambar 3.1 *audience overlap report*

(sumber: we are social)

3.2.2 Teknik Sampling

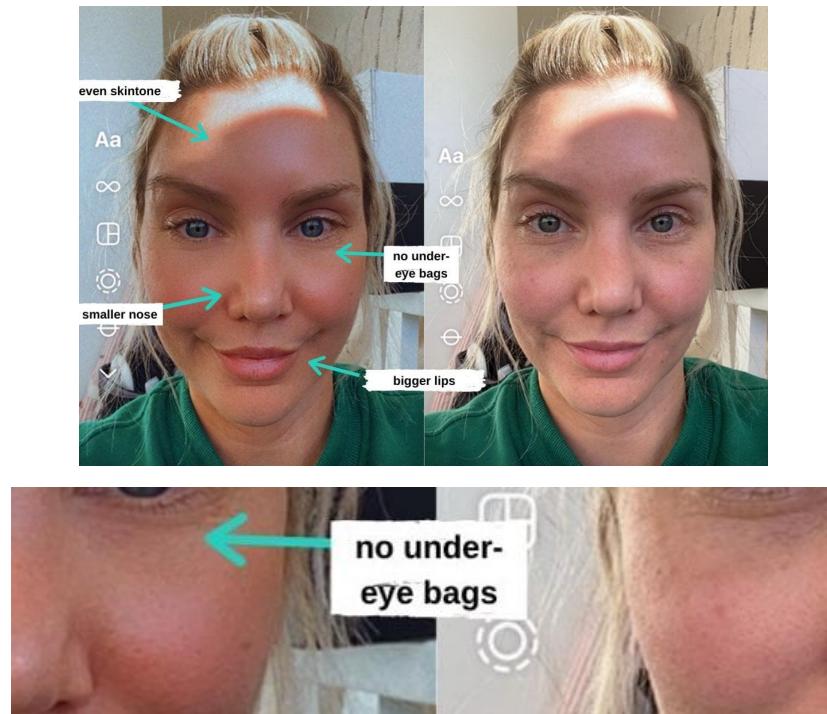
Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah *snowball sampling*, secara definisi *snowball sampling* merupakan teknik mengumpulkan sampel melalui cara membentuk rantai *referral* dari salah satu informan pada informan lainnya (Ting, dkk., 2025). Teknik tersebut cocok sebab tidak adanya lingkup terukur secara khusus (contoh: komunitas) bagi topik penelitian ini.

3.2.3 Partisipan Penelitian

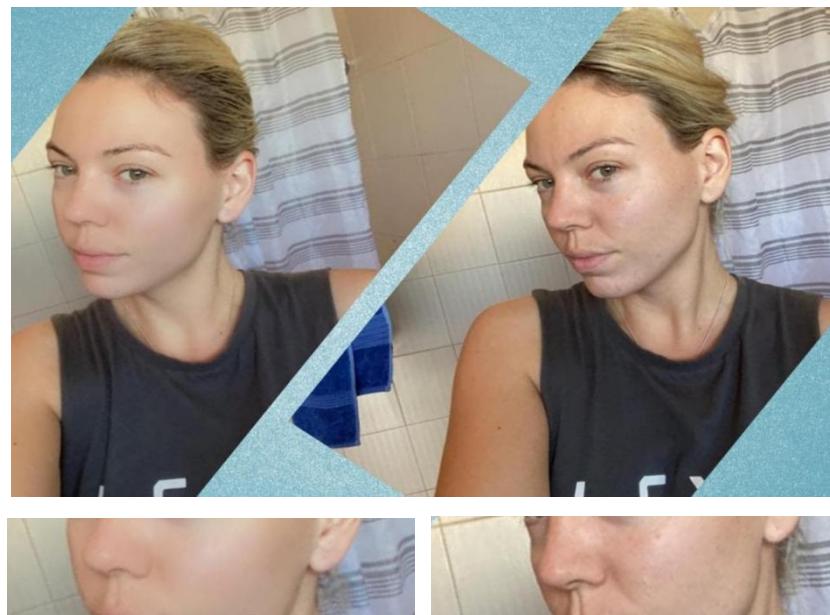
Partisipan penelitian yang berperan sebagai informan adalah *micro-influencer* dengan fokus pada konten kecantikan dan jumlah pengikut berkisar antara 1.000 hingga 10.000. Secara umum, definisi dari *micro-influencer* sendiri ialah pengguna media yang memiliki jumlah pengikut kisaran 1.000-100.000 (Chen, 2016). Namun, *micro-influencers* dengan pengikut kisaran dengan pengikut kurang lebih 1.000-10.000 dipilih sebab pada kisaran tersebut *micro-influencer* berada di posisi yang ideal dalam hal engagement, salah satu alasan mengapa orang cenderung lebih percaya pada *micro-influencer* karena mereka dianggap sebagai suara yang terpercaya dan akrab di dalam komunitas, dengan tingkat popularitas yang tidak terlalu tinggi namun juga tidak terlalu rendah (Gerlich, 2022).

Micro-influencer yang dipilih ialah yang tidak menggunakan filter kecantikan pada konten mereka. Pengecekan terkait penggunaan beauty filter akan dilakukan secara manual oleh peneliti dengan menelaah konten, khususnya mengenai tekstur kulit. Filter yang dimaksud dalam konteks ini bukanlah filter dengan efek mengubah penampilan secara dramatis, seperti telinga anjing, alien, dan sebagainya, melainkan filter yang mempercantik tampilan alami, seperti memperhalus kulit atau memperbaiki pencahayaan. Penggunaan filter semacam ini semakin populer di kalangan pengguna media sosial, terutama influencer, yang ingin menampilkan diri dengan standar kecantikan tertentu tanpa perubahan signifikan pada fitur fisik.

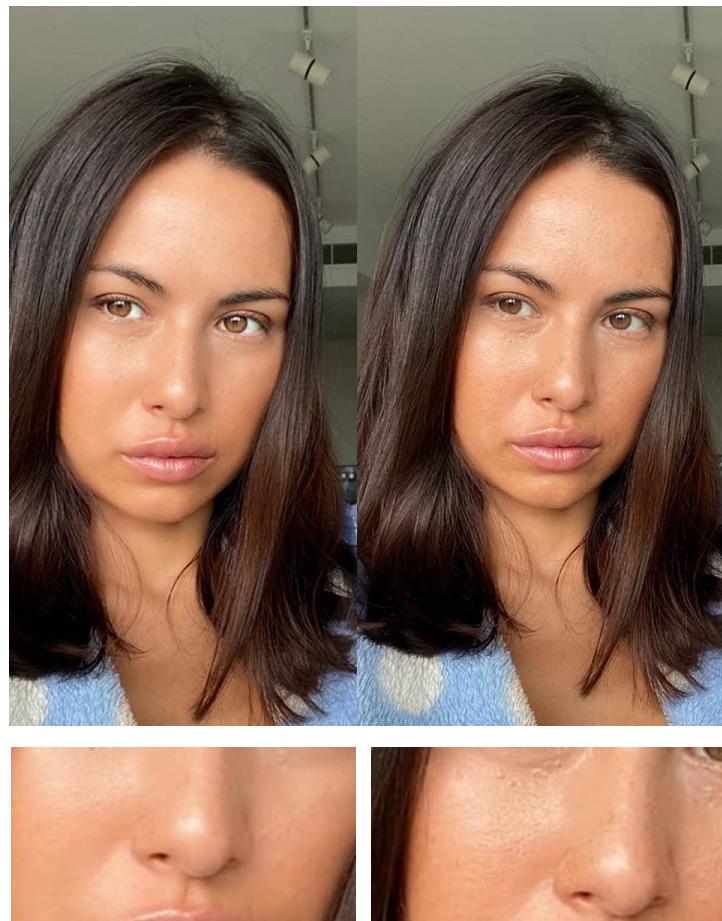
Mengapa tekstur kulit menjadi indikasi penting untuk menentukan seseorang menggunakan filter? Hal tersebut dapat terlihat dari beberapa contoh foto sebelum dan sesudah mengubah wajah seseorang. Mamamia, merek media wanita terbesar di Australia, memberikan beberapa contoh foto sebelum dan sesudah seseorang menggunakan filter. Gillman (2021), penulis artikel ini, bahkan menunjukkan bagaimana ekspektasi seseorang akan wajah “natural” kemungkinan tidaklah natural di media sosial.



Gambar 3.2 Foto Emma Gillman, sebelum-sesudah menggunakan filter kecantikan
(sumber: artikel mamamia oleh Emma Gillman)



Gambar 3.3 Foto Tanika, sebelum-sesudah menggunakan filter
(sumber: artikel mamamia oleh Emma Gillman)



Gambar 3.4 Foto Tali, sebelum-sesudah menggunakan filter kecantikan

(sumber: artikel mamamia oleh Emma Gillman)

Berdasarkan sampel, foto menunjukkan perbandingan wajah seseorang sebelum (kanan) dan setelah (kiri) menggunakan filter kecantikan di media sosial. Pada bagian kiri, dengan filter, perubahan yang terlihat jelas mencakup kulit yang lebih halus dan merata tanpa noda atau kemerahan, hilangnya kantung mata, hidung yang tampak lebih kecil dan simetris, serta bibir yang lebih penuh. Salah satu cara paling mudah untuk mengidentifikasi penggunaan filter kecantikan adalah dengan memperhatikan tampilan kulit.

Di era modern ini, perawatan kulit telah menjadi salah satu tren kecantikan yang paling populer. Laporan Avon (2024) mencatat bahwa wanita muda khususnya semakin menyadari pentingnya memulai rutinitas perawatan kulit sejak dini, apalagi dengan terus berkembangnya industri perawatan kulit, dapat terlihat

dari produk kecantikan yang menjadi *skincare-centric* bahkan pada *make-up* sekalipun. Fenomena ini menunjukkan bahwa kini kulit yang terlihat sempurna sebagai salah satu indikator utama kecantikan, filter kecantikan pun menjadi bagian dari tren tersebut.

Analisis terhadap kulit yang tampak sempurna dapat menjadi indikasi jelas penggunaan filter, seperti tekstur, kerutan, kantung mata, dan kondisi kulit lainnya adalah tanda alami yang dimiliki setiap orang, terlepas dari perawatan kulit yang mereka lakukan, dan sangat jarang seseorang memiliki kulit yang tampak sempurna. Selain itu, para *micro-influencer* mempromosikan produk kecantikan di mana audiens biasanya berharap melihat bagaimana produk tersebut dapat menyamarkan ketidaksempurnaan pada wajah. Perubahan pada fitur wajah, seperti bentuk dan ukuran mata, hidung, atau pipi, tidak dapat dijadikan acuan, karena hanya dapat terlihat jika peneliti memiliki akses pada foto sebelum *micro-influencer* menggunakan filter kecantikan.

Selain menganalisis tanda-tanda penggunaan filter melalui tekstur kulit, peneliti juga akan meminta konfirmasi langsung dari informan mengenai apakah mereka menggunakan filter pada konten tersebut. Informan akan memberikan persetujuan terkait penggunaan filter melalui surat persetujuan yang ditandatangani sebagai bagian dari proses penelitian. Dengan cara ini, peneliti dapat memperoleh data yang lebih kredibel terhadap informan yang dipilih.

Micro-influencer yang dipilih juga sudah pernah menjadi *ambassador* untuk merek tertentu, yang memberikan wawasan terkait pengalaman mereka dalam mempengaruhi audiens melalui platform media sosial. Pengalaman mereka sebagai *ambassador* memungkinkan membantu peneliti untuk memahami lebih jauh mengenai cara mereka mengelola citra diri, berinteraksi dengan audiens, dan memanfaatkan media sosial dalam membangun hubungan dengan pengikutnya dan apakah brand yang memberikan kepercayaan tersebut mempengaruhi pengalaman informan.

Berikut daftar informan yang telah menyetujui dan sesuai dengan kriteria penelitian:

Tabel 3.1 Daftar informan

LIST INFORMAN		
No.	Informan ke-...	Akun
1.	Informan 1 (Sekitar 2000+ pengikut)	reviewbysikecil (https://www.tiktok.com/@reviewbysikecil?is_from_webapp=1&sender_device=pc)
2.	Informan 2 (Sekitar 2000+ pengikut)	andarunitrina muandaruni (https://www.instagram.com/andarunitrina/) (https://www.instagram.com/muandaruni/)
3.	Informan 3 (Hampir 2000 Pengikut)	heyy.momisha (https://www.instagram.com/heyy.momisha/)
4.	Informan 4 (Hampir 2000 Pengikut)	auliamkr (https://www.instagram.com/auliamkr/)
5.	Informan 5 (Sekitar 3000+ pengikut)	windyoktr_ (https://www.instagram.com/windyoktr_/)
6.	Informan 6 (Sekitar 3000+ pengikut)	khasanahroza (https://www.instagram.com/khasanahroza/)
7.	Informan 7 (Sekitar 10.000+ pengikut)	murtafiah_uphay (https://www.instagram.com/murtafiah_uphay/)

Postingan konten pada akun media sosial *micro-influencer* juga akan diperiksa ulang melalui *convolutional neural network* (CNN) berdasarkan riset Sharma, dkk. (2022) khusus untuk melakukan rekognisi wajah yang telah dikurasi. Pemeriksaan tambahan berbasis CNN dilakukan untuk memastikan informan yang dipilih benar-benar tidak menggunakan filter kecantikan.

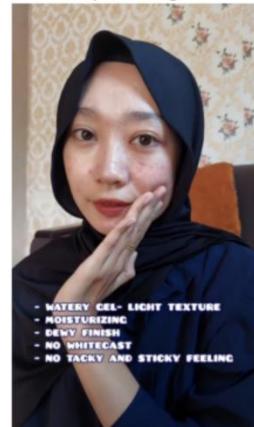
Berikut merupakan beberapa sampel foto yang diproses melalui IPDCN2: *Improvised Patch-based Deep CNN for facial retouching detection* karya Sharma, dkk. (2023):

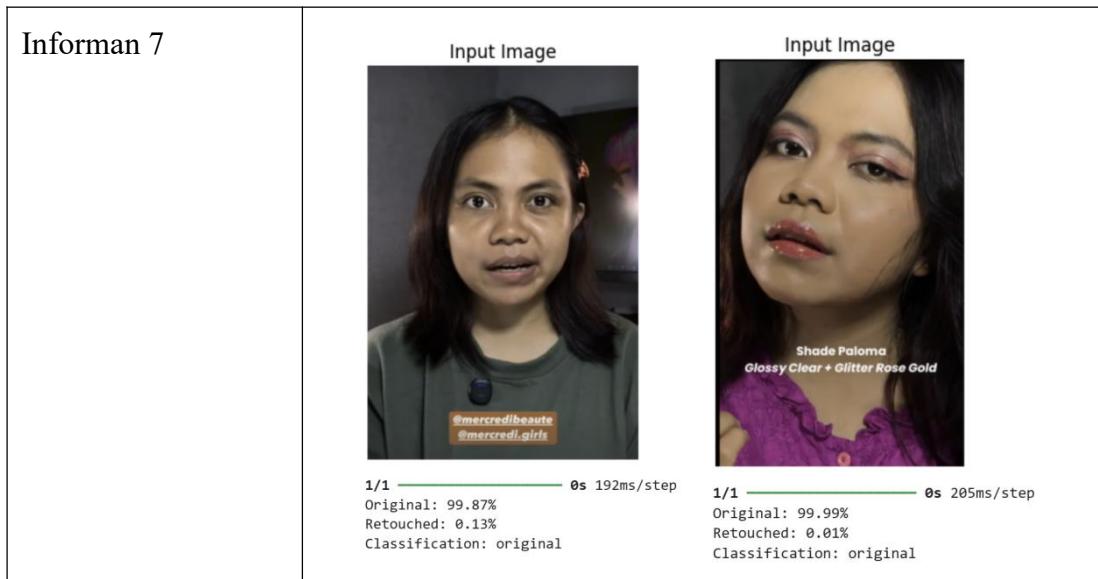
Tabel 3.2 cek keaslian konten melalui IPDCN2

Informan ke-...	<i>Retouch Recognition Samples</i>
Informan 1	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="620 653 886 1140"> <p>Input Image</p>  </div> <div data-bbox="1013 653 1240 1080"> <p>Input Image</p>  </div> </div> <div data-bbox="616 1147 981 1248" style="display: flex; justify-content: space-between;"> <p>1/1 ————— 0s 174ms/step Original: 99.95% Retouched: 0.05% Classification: original</p> <p>1/1 ————— 0s 175ms/step Original: 99.99% Retouched: 0.01% Classification: original</p> </div>
Informan 2	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="600 1410 1024 1673"> <p>Input Image</p>  </div> <div data-bbox="1076 1298 1287 1673"> <p>Input Image</p>  </div> </div> <div data-bbox="595 1740 857 1812" style="display: flex; justify-content: space-between;"> <p>1/1 ————— 0s 189ms/step Original: 100.00% Retouched: 0.00% Classification: original</p> <p>1/1 ————— 1s 539ms/step Original: 99.66% Retouched: 0.34% Classification: original</p> </div>

Informan 3	<p>Input Image</p>  <p>1/1 ————— 0s 185ms/step Original: 100.00% Retouched: 0.00% Classification: original</p> <p>Input Image</p>  <p>1/1 ————— 0s 180ms/step Original: 99.97% Retouched: 0.03% Classification: original</p>
Informan 4	<p>Input Image</p>  <p>1/1 ————— 0s 177ms/step Original: 99.91% Retouched: 0.09% Classification: original</p> <p>Input Image</p>  <p>1/1 ————— 0s 179ms/step Original: 90.93% Retouched: 9.07% Classification: original</p>

<p>Informan 5</p>	<p>Input Image</p>  <p>Skin Glow Routine</p>	<p>Input Image</p>  <p>Lembab tanpa greasy</p>
	<p>1/1 ————— 0s 175ms/step Original: 99.85% Retouched: 0.15% Classification: original</p>	<p>1/1 ————— 0s 178ms/step Original: 99.90% Retouched: 0.10% Classification: original</p>

<p>Informan 6</p>	<p>Input Image</p>  <p>✓ MENGIDRASI KULIT ✓ MENCERAHKAN ✓ KULIT LEbih PLUMP</p>	<p>Input Image</p>  <p>WATERY GEL-LIGHT TEXTURE MOISTURIZING DEWY FINISH NO WHITCAST NO TACKY AND STICKY FEELING</p>
	<p>1/1 ————— 0s 175ms/step Original: 86.28% Retouched: 13.72% Classification: original</p>	<p>1/1 ————— 0s 177ms/step Original: 98.12% Retouched: 1.88% Classification: original</p>



(sumber: olahan peneliti)

Berdasarkan sampel konten yang sudah melalui uji menggunakan IPDCN2, orisinalitas konten yang diunggah para informan, nilai rata-rata yang diproses mencapai skor 90% keaslian.

3.3 Pengumpulan Data

Sub-bab pengumpulan data akan menjelaskan proses penelitian dilaksanakan. Proses tersebut dijabarkan melalui langkah-langkah terurut dan deskripsi kegiatan yang akan dilakukan. Selanjutnya, akan diterangkan pula bagaimana data penelitian diperoleh atau teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti.

3.3.1 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari buku “Dinamika Riset Kualitatif” oleh Darmawan (2021). terdapat 4 tahap utama prosedur penelitian kualitatif menjadi petunjuk untuk melakukan penelitian ini:

1. Tahap pra penelitian
peneliti mencari sumber pustaka dan menyusun desain penelitian.
Kemudian peneliti menyusun instrumen untuk pengumpulan data.

2. Tahap pelaksanaan penelitian

peneliti melakukan penelitian sesuai instrumen yang telah dirancang, sesuai sumber data yang telah dikumpulkan sebelumnya.

3. Tahap analisis data

data kemudian dianalisis sesuai metode penelitian menyesuaikan dengan metode dan hasil yang telah ditemukan.

- a) Setelah data dikumpulkan, data direduksi. Data-data dianalisis dan dirangkum, di pilih bagian-bagian mana saja yang penting dan relevan dengan penelitian. Teknik analisis yang cocok untuk penelitian ini adalah teknik data diberikan kode. Teknik kode atau (*codes*) sangat efektif untuk menemukan poin jawaban dari narasumber sehingga membentuk poin-poin tertentu.
- b) Kemudian data disajikan dalam berbagai bentuk (grafik, tabel, diagram, dll) untuk memudahkan memahami dan menganalisis temuan penelitian.
- c) Setelah dianalisis ditarik kesimpulan sementara
- d) Penarikan kesimpulan/verifikasi
kesimpulan penelitian dilakukan sembari diverifikasi, keduanya dilakukan bersamaan karena sebuah kesatuan. Verifikasi pada intinya adalah meninjau kembali analisis data-data yang telah ditemukan.

3.3.2 Wawancara Mendalam

Wawancara dalam penelitian ini akan menjadi sumber utama data. Menurut definisi Boyce dan Neale (2006) wawancara mendalam atau in-depth interview definisikan sebagai teknik penelitian kualitatif yang melibatkan pelaksanaan wawancara individu intensif dengan sejumlah kecil responden untuk eksplorasi perspektif mereka tentang situasi tertentu.

Wawancara mendalam dipilih sebagai teknik pengumpulan data untuk mencari tahu pengalaman individu serta pemaknaan mengenai keputusan untuk tidak menggunakan filter kecantikan dalam konten mereka. Melalui teknik ini, peneliti dapat mencari alasan, motivasi, dan perasaan *micro-influencer* terkait pilihan mereka dalam menampilkan wajah tanpa filter di media sosial. Pendekatan ini juga memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perspektif mereka terhadap standar kecantikan yang ada, bagaimana mereka menghadapi tekanan sosial, serta dampak dari keputusan tersebut.

Wawancara yang akan dilakukan merupakan wawancara semi terstruktur, poin-poin penting pertanyaan wawancara sebelumnya dibuat terlebih dahulu, kemudian dalam praktiknya pertanyaan akan diperluas sesuai alur yang ditemui oleh peneliti berdasarkan jawaban informan (Ruslin, dkk., 2022). pertanyaan wawancara akan didasari rumusan masalah dan konsep manajemen impresi sebagai acuan.

Wawancara yang akan dilakukan idealnya bertemu secara tatap muka, jika tidak memungkinkan akan beralih, dilakukan secara *online* melalui *video call*, telepon, *chat* ataupun *email*. Perbedaan teknik pengambilan data secara *online* (melalui *video call/telepon/chat/email*), tidak memiliki perbedaan yang signifikan terhadap hasil (Oates, dkk., 2022). Teknik akan disesuaikan kembali pada kenyamanan informan penelitian.

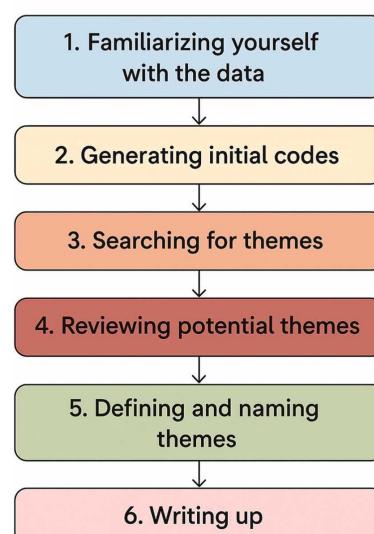
3.4 Analisis Data

Ketika data mentah dari lapangan telah diperoleh, proses selanjutnya untuk mendapatkan hasil penelitian adalah analisis data. Penelitian ini menggunakan *thematic analysis* untuk mengolah data. Selain analisis, untuk memastikan informasi sudah teranalisis dengan baik secara keseluruhan, data akan melalui tahap saturasi sebagai pembuktian peneliti telah cukup mengumpulkan informasi.

3.4.1 Thematic Analysis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis *thematic analysis* untuk mengolah data yang telah diperoleh. Teknik *thematic analysis* adalah metode untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola (tema) dalam data kualitatif (Ahmed, dkk., 2025). Analisis data akan menggunakan enam tahap yang disusun oleh Braun dan Clarke (2006).

Steps of Thematic Analysis
(Braun & Clarke, 2006)



Gambar 3.5 Tahapan *thematic analysis* Braun dan Clarke

(sumber: Ahmed, dkk., 2025)

Berikut merupakan tahapan secara ringkas bagaimana *thematic analysis* Braun dan Clarke (2006) dalam Naeem, dkk. (2023) dilakukan.

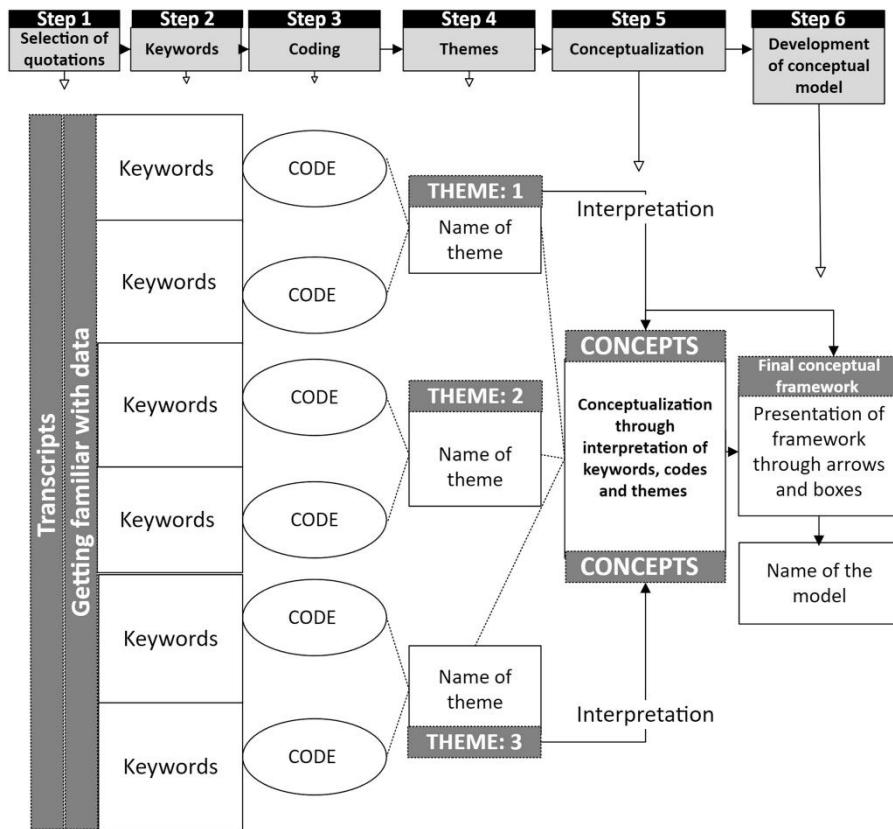
Tabel 3.3 Tahapan melakukan *thematic analysis*

No.	Tahap	Deskripsi
1	Transkripsi, familisarisasi dan pemilihan kuotasi	Melakukan transkripsi data, baca secara mendalam serta tandai kutipan

		dan bagian yang penting.
2	Identifikasi kata kunci	Mengidentifikasi kata kunci dari kuotasi penting yang telah ditandai sebelumnya.
3	Coding	Memberikan kode atau label pada data.
4	Pengembangan Kode	Mengelompokkan kode-kode yang telah ditemukan ke dalam tema tertentu.
5	Konseptualisasi (interpretasi)	Menganalisis hubungan antara kata kunci, kode, dan tema. Membuat pernyataan berdasarkan interpretasi (bagaimana tema berinteraksi, apa arti strukturnya).
6	Pengembangan model	Dari pernyataan interpretatif, representasikan melalui visual/model yang menjelaskan temuan.

(sumber: Braun dan Clarke, 2006; Naeem, dkk., 2023)

Berikut merupakan visualisasi proses bagaimana *thematic analysis* dapat terbangun oleh Naeem, dkk. (2023) berdasarkan enam tahap yang telah dijelaskan dalam tabel sebelumnya:



Gambar 3.6 Visualisasi proses *thematic analysis*

(sumber: Naeem, dkk., 2023)

Melalui proses yang berulang dan dilakukan secara interpretatif, analisis penelitian bergerak lebih dari sekadar mendeskripsikan data dan mulai mengembangkan ide atau penjelasan yang lebih mendalam. Pada akhirnya akan menciptakan sebuah model visual yang menunjukkan bagaimana pengalaman para informan saling terhubung dan membantu menjelaskan topik utama diteliti.

3.4.2 Saturasi Data

Pengecekan saturasi akan menggunakan teknik berdasarkan artikel Sharma, dkk. (2024):

1. Tentukan *base size*: menentukan banyaknya interview untuk melakukan kalkulasi tema secara total, dalam artikel dianjurkan 4/5/6, namun bisa disesuaikan kembali sesuai kebutuhan berdasarkan desain penelitian. Kisaran

sampel fenomenologi kira-kira harus mencapai 6 informan jika diambil angka sampel yang mencakup seluruh *sampling* para peneliti fenomenologi, maka dari itu 4/5/6 dapat menjadi *base size* yang cocok.

Tabel 3.3 Tabel ukuran sampel

Research design	Author(s)	Recommended sample size
Ethnography and Ethnoscience	Morse (1994) Bernard (2000) Bernard (2013)	30–50 interviews 30–60 interviews 10–20 knowledgeable participants (key informants)
Grounded theory	Creswell (1998) Morse (1994, 2000) Marshall, Cardon, Poddar and Fontenot (2013) Corbin and Strauss (2015)	5–25 interviews 30–50 interviews 20–30 interviews At least 5–1 h interviews
Phenomenology	Creswell (1998) Morse (1994) Dukes (1984) Ray (1994) Smith, Flowers and Larkin (2009)	5–25 participants At least 6 participants 3–10 participants 8–12 participants 3–10 participants
Case Studies	Creswell (2013) Marshall, Cardon, Poddar and Fontenot (2013)	4–5 cases per study 15–30 for single case studies
All qualitative research	Bertaux (1981) Adler and Adler (2012) Warren (2002) Boddy (2005) Lincoln and Guba (1985) Ritchie, Lewis, Elam, Tennant and Rahim (2014)	15 is the minimum acceptable number 12–60, with 30 being the mean 20–30 interviews for non-ethnographic study For homogenous population: Maximum 12 focus groups or 30 in-depth interviews 12–20 participants for interview 50 interview maximum

(sumber: Sharma, dkk., 2024)

2. *Run length*: melakukan interview tambahan untuk melihat apakah terdapat tema baru minimal sebanyak dua kali.
3. *Information threshold*: menentukan persentase dimana data sudah cukup tersaturasi. Perhitungan persentase saturasi. Menghitung persentasenya dengan cara jumlah tema yang ditemukan pada *run length* dibagi tema yang ditemukan pada *base size* kemudian dikalikan 100%. Peneliti menentukan *threshold* sebesar ($\leq 5\%$), ketika data sudah mencapai angka tersebut penggalian data baru akan dihentikan. Dengan *threshold* sebesar ($\leq 5\%$), data minimal sebesar 95% sudah terkoleksi.

$$\frac{\text{new codes in this run}}{\text{total codes so far}} \times 100 = \text{Threshold} (\%)$$

Jumlah tema dan pengukuran saturasi data akan dilampirkan pada bagian lampiran penelitian.

Seperti yang telah dijelaskan dalam bagian saturasi data pada bab III, peneliti menggunakan teknik yang dilakukan Sharma, dkk. (2024). *Base length*

yang akan digunakan adalah lima (untuk mencapai minimal 6 dengan 2 kali *run length*, angka terkecil untuk sampel fenomenologi adalah 4 atau lebih). Empat informan pertama akan digunakan menjadi dasar acuan apakah akan muncul tema baru pada *run length*. Acuan perhitungan tema yang digunakan didasarkan dari *keywords*.

Tabel 3.4 Saturasi data

	Informan ke-...	Tema/Topik yang Ditemukan	Treshold ≤ 5%
Base	<i>Informan 1-5</i>	<i>16 Tema</i>	
Run 1	<i>Informan 5-6</i>	<i>1 Tema baru</i>	5.88%
Run 2	<i>Informan 6-7</i>	<i>0 Tema baru</i>	0%

(sumber: data olahan peneliti)

$$\frac{\text{new codes in this run}}{\text{total codes so far}} \times 100 = \text{Treshold} (\%)$$

Run length 1:

$$\frac{1}{17} \times 100 = 5.88 (\%)$$

Run length 2:

$$\frac{0}{17} \times 100 = 0 (\%)$$

Karena tidak adanya tema baru yang ditemukan, maka sudah dipastikan treshold pasti 0. Maka dari itu, data sudah tersaturasi dengan baik.

3.5 Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data yang diperoleh dari lapangan, peneliti melibatkan tiga tahapan triangulasi, yaitu *member checking*, *intercoding*, dan

triangulasi ahli. *Member checking* memungkinkan partisipan untuk mengonfirmasi atau mengoreksi interpretasi peneliti, memastikan keakuratan data. Intercoding dilakukan dengan melibatkan lebih dari satu peneliti untuk mengodekan data, guna meningkatkan objektivitas dan reliabilitas hasil penelitian. Sementara itu, triangulasi sumber data membandingkan temuan dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dan dokumen, untuk memperkuat validitas dan mengurangi bias. Ketiga tahapan ini saling melengkapi agar data yang akurat.

3.5.1 Triangulasi data, *Member Checking*

Member checking adalah bagian dari proses penelitian untuk mendapatkan validasi data dari informan. Tahap ini ditujukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan tidak diubah, dicocokkan kembali untuk memperoleh persetujuan bahwa data tersebut benar-benar mencerminkan kata-kata dan pengalaman informan.

Sebagai langkah penting setelah pengumpulan data, Doyle (2007) menjelaskan bahwa member checking memiliki beberapa tujuan utama yang membuatnya menjadi bagian penting dalam proses penelitian. Ia merangkumnya menjadi empat tujuan utama:

- 1) *Member checking* memberikan kesempatan kepada partisipan untuk mengkonfirmasi interpretasi yang akurat, memperbaiki kesalahan, dan bahkan menantang interpretasi yang mereka anggap tidak sesuai oleh peneliti.
- 2) *Member checking* memungkinkan partisipan sebagai informan untuk meninjau kembali komentar mereka melalui proses membaca atau “memutar ulang” wawancara mereka. Proses ini mendorong munculnya informasi tambahan atau adanya tanggapan sebelumnya serta memperluas atau mengubah informasinya.

- 3) *Member checking* mengurangi risiko partisipan melaporkan di kemudian hari bahwa peneliti salah memahami kontribusi mereka atau mengklaim adanya kesalahan investigasi.
- 4) *Member checking* memungkinkan evaluasi terhadap apa yang dimaksud oleh partisipan saat memberikan komentar tertentu atau melakukan tindakan spesifik.

Member checking bukan hanya tentang mendapatkan validasi, tetapi juga memastikan apakah informan memiliki persepsi yang sama dengan interpretasi peneliti. Metode *synthesized member checking* (SMC) digunakan dalam penelitian, berbeda dari banyak metode *member checking* lainnya karena data wawancara maupun data hasil interpretasi dikembalikan kepada partisipan untuk pengecekan ulang. SMC memberikan kesempatan pada informan memberikan komentar, yang kemudian dianalisis untuk mencari kesesuaian atau ketidaksesuaian dengan data penelitian yang telah dianalisis, sehingga meningkatkan kredibilitas hasil (Birt, dkk., 2016).

Langkah-langkah member checking dengan metode SMC berdasarkan Birt, dkk. (2016) mencakup:

- 1) Data ditranskrip dan dirangkum ke dalam tema dan alasan (berdasarkan interpretasi peneliti dari wawancara), memberikan gambaran kepada informan mengenai pemahaman peneliti.
- 2) Data tersebut dikirimkan kepada informan, dan informan memvalidasi data tersebut. Mereka juga dapat memberikan komentar tambahan, seperti menambahkan informasi baru, memperbaiki persepsi yang keliru, atau sekadar memberikan validasi.
- 3) Peneliti mengorganisasikan ulang data terbaru yang diperoleh dari informan (jika ada temuan baru yang ditambahkan).

3.5.2 Intercoding

Peneliti melakukan reliabilitas antar-koder merupakan bagian penting dari analisis isi. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menunjukkan konsistensi, dan dengan demikian validitas, dari temuan mereka. Entri ini mendefinisikan reliabilitas antar-koder dan menjelaskan mengapa penting untuk menilai serta melaporkannya. Langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tingkat reliabilitas antar-koder yang dapat diterima juga dibahas. Terakhir, berbagai indeks reliabilitas yang saling bersaing serta pedoman untuk melaporkan reliabilitas antar-koder dipaparkan secara rinci (Lombard, dkk., 2017)

3.5.2 Triangulasi Ahli

Selanjutnya peneliti akan melakukan triangulasi ahli. Triangulasi ahli mengacu pada melakukan konfirmasi dan validasi ulang data serat hasil pada ahli untuk mengurangi bias subjektivitas peneliti (Ediyanto, dkk., 2024). Peneliti akan melakukan wawancara dengan ahli mengenai temuan di lapangan untuk mengkonfirmasi, memperluas wawasan dan pendalaman data.

3.6 Etik Penelitian

Etik penelitian berfungsi sebagai aturan moral yang akan peneliti patuhi ketika mengumpulkan informasi maupun menuliskan hasil penelitian. Sub-bab etik penelitian ditulis untuk memastikan peneliti menjaga dan menghormati kepercayaan informan dan publik.

3.6.1 Etik Penelitian terhadap Informan

Etika penelitian merujuk pada prinsip dan norma moral yang menjadi pedoman peneliti dalam melakukan studinya. Ini melibatkan memastikan integritas, kejujuran, dan menghormati hak-hak partisipan penelitian. Etika penelitian melibatkan beberapa aspek kunci. Pertama, persetujuan yang diberitahukan pada partisipan. Peserta diberikan informasi yang jelas tentang

Rifda Fathiyah, 2025

*ANALISIS PENGELOLAAN IMPRESI MICRO-INFLUENCER KECANTIKAN TANPA FILTER DIGITAL
(Studi Fenomenologi di Platform High Visual Social Media)*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tujuan, prosedur, dan potensi risiko penelitian. Peserta harus secara sukarela setuju untuk berpartisipasi dan memiliki kebebasan untuk mengundurkan diri kapan saja.

Kedua, Kerahasiaan dan privasi juga sangat penting. Peneliti harus melindungi identitas dan informasi pribadi peserta. Peneliti harus memastikan kerahasiaan data dan hanya menggunakan informasi yang relevan.

Ketiga, Integritas, peneliti melaporkan temuan data dengan jujur dan tidak memanipulasi atau mengubah data untuk mendukung hipotesis atau kesimpulan tertentu.

Keempat, peneliti bersikap adil pada semua partisipan, informan, narasumber ahli maupun *intercoder*. Partisipan diperlakukan secara adil tanpa diskriminasi berdasarkan ras, agama, jenis kelamin atau karakteristik lainnya. Keadilan ini akan berpengaruh pula pada luaran dari penelitian, ketika peneliti tidak bersikap adil hasil temuan tidak akurat karena adanya perlakuan yang berbeda.

Untuk menjaga aturan etis ini sebelum melakukan kegiatan penelitian yang berhubungan dengan partisipan. Semua informasi dan alur penelitian akan tertera pada surat sehingga partisipan dapat mempertimbangkan kebersediaannya mengikuti penelitian. Partisipan dan peneliti akan menandatangani surat perjanjian tersebut untuk mengikat mereka agar tidak melakukan perilaku yang kurang etis di luar lingkup penelitian.

3.6.1 Etik Penelitian dalam Penggunaan Artificial Intelligent (AI)

Penelitian ini menggunakan bantuan *artificial intelligent* (AI) dalam penyusunannya. Penggunaannya diantaranya adalah untuk melakukan parafrase, menjelaskan penelitian berbahasa asing, penerjemahan, pembangunan struktur atau kerangka penelitian serta berdiskusi. Contoh ragam cara penggunaan AI akan dilampirkan pada bagian lampiran berupa rekaman gambar.