

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam sebuah penelitian, metodologi penelitian merupakan salah satu faktor penting yang digunakan dalam upaya mengkaji masalah yang diteliti oleh penulis. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan cara-cara tertentu guna mencapai suatu tujuan yang akan diraih. Metode ini juga berisikan serangkaian usaha untuk menemukan, mengembangkan, hingga menguji sebuah kebenaran yang ilmiah, sehingga dalam penggunaannya, metode yang digunakan haruslah tepat. Pendekatan kualitatif mengungkap berbagai fenomena yang terjadi di masyarakat yang mencakup tahapan observasi yang berkaitan dengan berbagai data yang ada di lapangan, kemudian data juga dilengkapi dengan studi literatur, dan juga wawancara secara langsung kepada selebgram, pihak endorser, dan juga konsumen sebagai informan sebelum akhirnya dilakukan pengolahan data.

3.1 Desain Penelitian

3.1.1. Pendekatan Penelitian

Secara lebih terperinci, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, terkait dengan alasan peneliti memilih untuk menggunakan pendekatan kualitatif adalah karena peneliti berupaya untuk mengumpulkan berbagai data dari sebuah fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan, atau dalam kata lain, pemaparan dari data yang telah didapatkan di lapangan harus bersifat deskriptif. Moleong (2007) juga mengemukakan bahwa “penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektif di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti”.

Maka dari itu, setiap penelitian kualitatif merupakan deskripsi dari perkumpulan berbagai data yang valid setelah melalui beberapa tahapan pengumpulan data seperti wawancara mendalam, observasi dan juga dokumentasi.

Zulfa Hanifiya Nadhila, 2021

FENOMENA ENDORSEMENT SELEBGRAM DI KOTA BANDUNG SEBAGAI BAGIAN DARI MCDONALISASI (STUDI DESKRIPTIF TENTANG STANDAR KECANTIKAN SELEBGRAM PEREMPUAN DI KOTA BANDUNG)

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

Alat pengumpulan data atau instrumen penelitiannya adalah peneliti sendiri yang langsung terjun ke lapangan (Moleong, 2007). Sifat penelitian kualitatif yang deskriptif juga menuturkan dan menggambarkan data yang diperoleh secara apa adanya sesuai dengan fenomena dan permasalahan yang ada di lapangan, sebelum kemudian disimpulkan oleh peneliti dengan menggunakan interpretasi sendiri.

Selain itu, karena penelitian kualitatif juga merupakan penelitian yang membahas permasalahan secara deskriptif (bukan menggunakan angka-angka), maka jenis penelitian ini termasuk pada penelitian yang rinci atau detail mengenai suatu objek tertentu dengan kurun waktu yang telah ditentukan, secara mendalam dan menyeluruh. Terdapat banyak keuntungan menggunakan metode ini, salah satunya adalah peneliti mendapatkan informasi yang mendalam dan terperinci mengenai fenomena yang diteliti, sehingga peneliti dapat menjawab mengapa keadaan atau fenomena tersebut dapat terjadi, sehingga mampu menimbulkan hubungan-hubungan yang tidak diharapkan. Dengan karakteristik di atas, pendekatan kualitatif akan cenderung lebih dapat untuk memberikan penjelasan mengenai fenomena *endorsement* pada selebgram perempuan di Kota Bandung yang terbentuk sebagai sebuah akibat dari adanya sistem McDonalisasi, melalui wawancara secara langsung dan juga observasi, diharapkan dapat menjadi sumber bagi terbukanya informasi yang diperoleh dari responden.

Diharapkan melalui pendekatan ini juga akan menghasilkan informasi yang holistik mengenai bagaimana sistem yang ada pada restoran cepat saji kemudian diadaptasi menjadi prinsip-prinsip yang berkaitan dengan nilai efisiensi yang ditunjukkan melalui fokus manajerial yang dapat meminimalkan waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu tujuan dengan cepat, dalam hal ini yaitu tujuan perusahaan untuk dapat menjual produk kecantikan dengan cepat. Prinsip yang kedua yaitu prinsip kalkulasi, yaitu sebuah fokus yang memiliki tujuan terukur, atau dalam hal ini penjual melakukan perhitungan pada jumlah produk yang berhasil dijual, serta menghitung jumlah profit atau keuntungan yang diterima setelah mengiklankan produknya melalui endorse pada selebgram. Selanjutnya,

Zulfa Hanifiya Nadhila, 2021

FENOMENA ENDORSEMENT SELEBGRAM DI KOTA BANDUNG SEBAGAI BAGIAN DARI MCDONALISASI (STUDI DESKRIPTIF TENTANG STANDAR KECANTIKAN SELEBGRAM PEREMPUAN DI KOTA BANDUNG)

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

prinsip Prediktabilitas dan Standarisasi, di mana pada bagian ini, penjual atau pihak pengguna jasa selebgram akan melakukan prediksi terkait dengan jumlah *engagement* dari selebgram, alat produksi yang ada, dan dengan luaran produk yang dikeluarkan secara konsisten, sehingga setelah mendapatkan skema tersebut, penjual akan menetapkan standar-standar khusus bagi selebgram yang hendak dilibatkan dalam proses penjualan produk. Prinsip yang selanjutnya adalah prinsip Kontrol, di mana menurut McDonalikasi, manajemen memegang kontrol untuk memastikan bahwa setiap perencanaan dan tindakan yang dilakukannya harus sesuai dan sama setiap hari. Maka, melalui pendekatan kualitatif, peneliti akan lebih mudah menyerap informasi secara holistik mengenai keempat prinsip yang ada tersebut.

3.1.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk memberikan penjelasan mengenai fenomena *endorsement* pada selebgram perempuan di Kota Bandung, hal tersebut dipercaya dapat mendeskripsikan berbagai fenomena yang terjadi di lingkup *endorsement* selebgram yang dapat mengakibatkan timbulnya implikasi terhadap standar kecantikan di kalangan selebgram, pihak manajemen *endorser*, maupun di kalangan para konsumen secara mendalam. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran yang tersusun secara sistematis, akurat, serta faktual. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2002, hlm.3) menjelaskan bahwa suatu tahapan penelitian yang hasilnya berupa data deskriptif seperti kata-kata tertulis dan lisan dari perilaku yang diamati.

Berdasarkan penjelasan mengenai penelitian kualitatif deskriptif tersebut, metode deskriptif kualitatif dianggap tepat dalam penelitian ini karena peneliti ingin menggambarkan bagaimana fenomena *endorsement* pada selebgram di Kota Bandung yang tergolong kedalam bentuk dari sebuah sistem yang dinamakan McDonalikasi, melalui penggalian tiap-tiap makna dan esensi yang ada, maka peneliti akan lebih mudah untuk melakukan proses reduksi data untuk menemukan esensi realitas dari fenomena yang ada tersebut.

Zulfa Hanifiya Nadhila, 2021

FENOMENA ENDORSEMENT SELEBGRAM DI KOTA BANDUNG SEBAGAI BAGIAN DARI MCDONALISASI (STUDI DESKRIPTIF TENTANG STANDAR KECANTIKAN SELEBGRAM PEREMPUAN DI KOTA BANDUNG)

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

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

3.2.1 Partisipan

Pada penelitian ini, partisipan pokok atau yang selanjutnya disebut dengan (1) Informan Kunci (*Key Informant*) yang dipilih adalah selebgram sebagai pelaku utama dari kegiatan *endorsement* yang dilakukan di sosial media Instagram, kemudian (2) Informan Pendukung yaitu pihak manajemen perusahaan atau yang selanjutnya akan disebut sebagai *endorser*, dan juga (3) Informan Tambahan yaitu konsumen yang menggunakan berbagai produk yang diiklankan oleh selebgram dengan tujuan untuk mendapatkan gaya atau pola hidup yang sesuai atau minimal serupa dengan yang dimiliki oleh selebgram. Penelitian ini dilakukan di beberapa titik atau lokasi di Kota Bandung. Proses wawancara dilakukan secara daring dan juga luring, menyesuaikan dengan kondisi dan situasi di masa Pandemi Covid-19 saat ini. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 9 orang informan dengan riwayat informasi sebagai berikut :

Tabel 3.1
Riwayat Informan

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Jabatan
1.	FRD	Perempuan	22 Tahun	Selebgram
2.	SF	Perempuan	19 Tahun	Selebgram
3.	AFS	Perempuan	19 Tahun	Selebgram
4.	ANA	Perempuan	23 Tahun	<i>Endorser</i>
5.	EYS	Perempuan	23 Tahun	<i>Endorser</i>
6.	DN	Perempuan	27 Tahun	<i>Endorser</i>
7.	JNA	Perempuan	22 Tahun	<i>Fresh Graduate</i>
8.	AN	Perempuan	18 Tahun	Pelajar
9.	IQ	Perempuan	22 Tahun	Mahasiswa

(Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2021)

Zulfa Hanifiya Nadhila, 2021

FENOMENA ENDORSEMENT SELEBGRAM DI KOTA BANDUNG SEBAGAI BAGIAN DARI MCDONALISASI (STUDI DESKRIPTIF TENTANG STANDAR KECANTIKAN SELEBGRAM PEREMPUAN DI KOTA BANDUNG)

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

Pertimbangan dalam setiap pemilihan informan tentu menjadi hal yang sangat krusial di dalam penelitian ini, sehingga peneliti menentukan indikator-indikator utama dalam pengumpulan data, yaitu (1) Mengetahui sistem *endorsement* di Instagram, (2) Berperan aktif atau turut terlibat, baik sebagai pihak yang diberikan *endorsement*, pihak *endorser*, ataupun pihak pembeli, dan (3) Memiliki pengetahuan akan adanya standar kecantikan perempuan di Kota Bandung. Ketiga indikator tersebut akhirnya dijadikan sebagai landasan yang tepat bagi peneliti dalam memilih dan menentukan narasumber guna memperoleh data yang sah dan sesuai dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti. Mengacu pada data yang diperoleh tersebut, kemudian peneliti akan menjabarkan atau mendeskripsikan hasil penelitian secara sistematis dan sesuai dengan rumusan masalah yang ada.

Peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data *non-probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling* (sampel pertimbangan), atau sebuah teknik di mana peneliti bertugas dalam menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menetapkan ciri khusus dari subjek penelitian utama atau informan kunci yang merupakan seorang selebgram (selebriti mikro) yang berjenis kelamin perempuan berdomisili di Kota Bandung, dan pernah menerima *endorsement* berupa produk kecantikan dan *fashion* seperti pemutih kulit, peninggi badan, pelangsing, pelurus rambut, pemutih gigi, baju, celana, hijab, jaket, atau produk-produk lain yang dianggap dapat merubah penampilan seorang perempuan menjadi sesuai dengan konstruksi kecantikan yang ada. Kemudian, untuk informan pendukung dalam penelitian ini adalah *followers* atau pengikut selebgram di Instagram, yang kemudian tergiur untuk mencoba produk-produk yang diiklankan oleh selebgram di laman Instagram, dengan tujuan agar dapat tergolong kedalam kategori cantik sesuai dengan gambaran di dalam konstruksi kecantikan yang divisualisasikan di dalam diri seorang selebgram. Kemudian, peneliti juga menjadikan pihak *endorser* sebagai informan tambahan, untuk mengetahui standar-

standar fisik apa saja yang mereka terapkan dalam pemilihan selebgram sebagai agen yang berperan dalam pemasaran produk-produk yang mereka jual.

3.2.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, dengan alasan subjek penelitian yang ada di dalam penelitian adalah selebgram, endorser, dan juga konsumen dari setiap produk yang diendorse oleh selebgram yang berdomisili di Kota Bandung. Peneliti memilih Kota Bandung sebagai lokus penelitian adalah karena Kota Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia dengan perkembangan bisnis kecantikannya yang pesat sejak tahun 1990 hingga kini (Fajartriyani, dkk, 2020). Selain itu, BPS juga mencatat bahwa 33,23% dari jumlah populasi manusia di Indonesia merupakan wanita dengan rentang usia 15-64 tahun yang dapat memberikan proyeksi secara nyata mengenai potensi industri kecantikan di Indonesia. Dengan presentase tersebut, ternyata Kota Bandung tercatat memiliki sebanyak 1,24 juta jiwa penduduk wanita (BPS, 2018).

Kota Bandung dengan jumlah populasi wanita sebanyak 1,24 juta jiwa tersebut ternyata juga dianggap sebagai lahan basah yang baik bagi perkembangan industri *fashion*, karena kata *fashion* tidak hanya merujuk pada busana, namun juga pada produk kecantikan seperti *make up* dan gaya atau *style*, perubahan dan perkembangan di dunia *fashion* ditunjang oleh kebutuhan dasar manusia untuk mengikuti tren yang dipengaruhi secara kuat oleh faktor psikologi dan juga faktor sosial. (Barnard, 1996). Dengan jumlah penduduk yang cukup banyak tersebut, maka Kota Bandung tergolong kedalam 3 kota besar di Indonesia yang memiliki kepesatan di dalam tren *fashion* yang berkembang setelah Jakarta dan Surabaya. (Putra & Nasution, 2017). Sehingga, pemilihan Kota Bandung sebagai lokus penelitian dianggap linear dengan penelitian yang akan dilakukan, karena terdapat keterkaitan antara jumlah penduduk wanita di Kota Bandung, dan juga kekuatan yang dimiliki Kota Bandung dalam signifikansinya dengan perkembangan produk-produk *fashion* di Indonesia.

3.3 Pengumpulan Data

Dalam penelitian, terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui sebagai upaya dan teknik pengumpulan data yang menunjang setiap tahap proses pencarian informasi untuk menjawab berbagai permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian. Adapun bentuk pengumpulan data yang digunakan adalah:

3.3.1 Observasi

Observasi adalah pengamatan penelitian yang bercirikan interaksi sosial yang cukup lama antara peneliti dengan subyek penelitian untuk mengumpulkan data (Bogdan, dlm Moleong, 2004). Sebelum melakukan observasi atau pengamatan secara langsung, karena penelitian ini berfokus pada *traffic endorsement* yang terjadi di sosial media Instagram, maka peneliti melakukan observasi secara digital dan juga daring, sebelum melakukan observasi, peneliti menyusun pedoman observasi agar tujuan utama dari observasi tetap berfokus pada aspek-aspek yang harus diobservasi seperti sistem *endorsement* di Instagram yang dapat membentuk sistem McDonalisasi, kemudian bagaimana standar kecantikan terbentuk sebagai akibat adanya sistem McDonalisasi, dan juga akibat-akibat yang muncul dari fenomena *endorsement* selebgram perempuan di Kota Bandung.

Observasi yang dilakukan di dalam penelitian ini merupakan observasi terbatas karena peneliti tidak dapat untuk terjun secara langsung ke lapangan dan mendalami berbagai peristiwa hidup informan karena sedang dalam kondisi pandemic Covid-19, sehingga observasi yang dilakukan terbatas hanya pada kegiatan yang dilakukan oleh narasumber di sosial media Instagramnya.

3.3.2 Wawancara Mendalam

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yakni pewawancara dan yang diwawancarai (Bogdan, dlm Moleong, 2004). Sehingga apabila mengacu pada pernyataan tersebut, metode wawancara yang mendalam atau *in-depth interview*, di mana proses wawancara digunakan untuk memperoleh informasi secara mendalam dengan metode tatap

muka bersama informan secara langsung, proses ini bisa tetap berjalan dengan atau tanpa menggunakan *guide* atau pedoman wawancara.

Penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen dalam penelitian adalah peneliti itu sendiri, sehingga untuk dapat menjadi instrumen, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna. Kemudian, wawancara yang digunakan di dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur yang bersifat luwes, karena pada dasarnya wawancara tidak terstruktur hanya menuntut peneliti untuk membuat pedoman wawancara secara garis besar.

Dengan menggunakan teknik ini, diharapkan peneliti mampu untuk mendapatkan data yang mendalam mengenai sistem *endorsement* produk-produk kecantikan pada selebgram perempuan di Kota Bandung, konsep standar kecantikan yang terbentuk setelah terdapat iklan yang dilakukan oleh selebgram dan terinternalisasi kedalam perilaku konsumen dalam menentukan produk yang akan mereka beli, terkhusus untuk selebgram, *endorser*, dan juga konsumen perempuan yang ada di Kota Bandung. Namun, dengan situasi pandemic Covid-19 ini, beberapa wawancara dialihkan menjadi daring baik melalui aplikasi *video meeting*, maupun via media *whatsapp*.

3.3.3 Studi Dokumentasi

Peneliti menggunakan proses dokumentasi yang dikumpulkan dalam jenis rekaman suara dari informan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian secara langsung, yang dapat dijadikan sebagai bukti sah bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini, sehingga penyajian data dapat dilakukan secara ilmiah dan juga faktual. Selain itu, peneliti juga menyertakan gambar tangkapan layar atau *screenshot* dari setiap aktivitas dan juga jawaban wawancara mendalam yang dilakukan oleh selebgram, pihak *endorser*, maupun pihak pembeli yang masih berkaitan dengan sistem *endorsement*.

Zulfa Hanifiya Nadhila, 2021

FENOMENA ENDORSEMENT SELEBGRAM DI KOTA BANDUNG SEBAGAI BAGIAN DARI MCDONALISASI (STUDI DESKRIPTIF TENTANG STANDAR KECANTIKAN SELEBGRAM PEREMPUAN DI KOTA BANDUNG)

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

3.3.4 Studi Literatur

Tahap ini membantu peneliti dalam memverifikasi data-data yang didapatkan di lapangan dengan proses analisis sesuai dengan berbagai konsep dan juga teori yang saling terkait. Teori-teori yang relevan dan berkaitan dengan penelitian ini adalah McDonalisasi, karena penelitian ini berkaitan dengan pembahasan dari setiap penemuan yang terdapat selama proses penelitian yang berkaitan dengan fenomena *endorsement* selebgram perempuan di Kota Bandung.

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, memilahnya menjadi satuan yang dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, memilihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesis mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang paling penting dan yang dipelajari, dan memutuskan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Sementara, menurut Patton (dlm Moleong, 2007, hlm. 103) analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan uraian dasar. Sehingga, dapat diartikan pula bahwa teknik analisis data merupakan langkah yang sangat penting, mengingat penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berupaya untuk mengungkap teori dari data yang didapatkan.

Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

3.4.1 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Dalam tahap reduksi data, peneliti melakukan pengelompokan dari setiap masalah yang berkaitan dengan penelitian yang membahas mengenai fenomena *endorsement* pada selebgram perempuan di Kota Bandung yang memiliki relevansi dengan terbentuknya standar kecantikan yang sesuai dengan konstruksi kecantikan bagi perempuan di Kota Bandung. Reduksi data dimulai dengan membuat

Zulfa Hanifiya Nadhila, 2021

FENOMENA ENDORSEMENT SELEBGRAM DI KOTA BANDUNG SEBAGAI BAGIAN DARI MCDONALISASI (STUDI DESKRIPTIF TENTANG STANDAR KECANTIKAN SELEBGRAM PEREMPUAN DI KOTA BANDUNG)

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

ringkasan, mengkode, melakukan penelusuran tema, membuat memo, dan lain sebagainya dalam upaya menyisihkan data-data dan informasi yang terkumpul dari wawancara dengan responden. Pada penelitian ini, reduksi data dibutuhkan untuk pemusatan perhatian hanya pada aspek-aspek yang harus diobservasi seperti sistem *endorsement* di Instagram yang dapat membentuk sistem McDonalikasi, kemudian bagaimana standar kecantikan terbentuk sebagai akibat adanya sistem McDonalikasi, dan juga akibat-akibat yang muncul dari fenomena *endorsement* selebgram perempuan di Kota Bandung.

3.4.2 Penyajian Data (*Data Display*)

Data yang disajikan merupakan sekumpulan data yang telah diklasifikasikan pada proses reduksi data. Sajian ini memuat susunan informasi yang memungkinkan untuk peneliti dapat menarik kesimpulan. Data yang kemudian akan disajikan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu fenomena *endorsement* pada selebgram perempuan di Kota Bandung yang memiliki relevansi dengan terbentuknya standar kecantikan yang sesuai dengan konstruksi kecantikan bagi perempuan di Kota Bandung. Penyajian data yang berupa sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan penelitian.

3.4.3 Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion drawing/verification*)

Verifikasi atau yang bisa disebut dengan penarikan kesimpulan merupakan langkah ketiga yang sama pentingnya dengan langkah-langkah yang telah dilakukan oleh peneliti. Hal tersebut dilakukan supaya peneliti dapat menggambarkan dan menjelaskan kesimpulan dengan makna-makna yang terkait di dalamnya, kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.

Peneliti kemudian diharuskan untuk menarik kesimpulan atas kesimpulan awal dan kesimpulan akhir yang kelak akan dibandingkan kesamaan atau perbedaannya. Tahapan ini merupakan tahapan akhir pada proses analisis data. Peneliti diharapkan mampu untuk menyimpulkan hasil penelitian mengenai yaitu fenomena *endorsement* pada selebgram perempuan di Kota Bandung yang memiliki

relevansi dengan terbentuknya standar kecantikan yang sesuai dengan konstruksi kecantikan bagi perempuan di Kota Bandung.

3.5 Uji Keabsahan Data

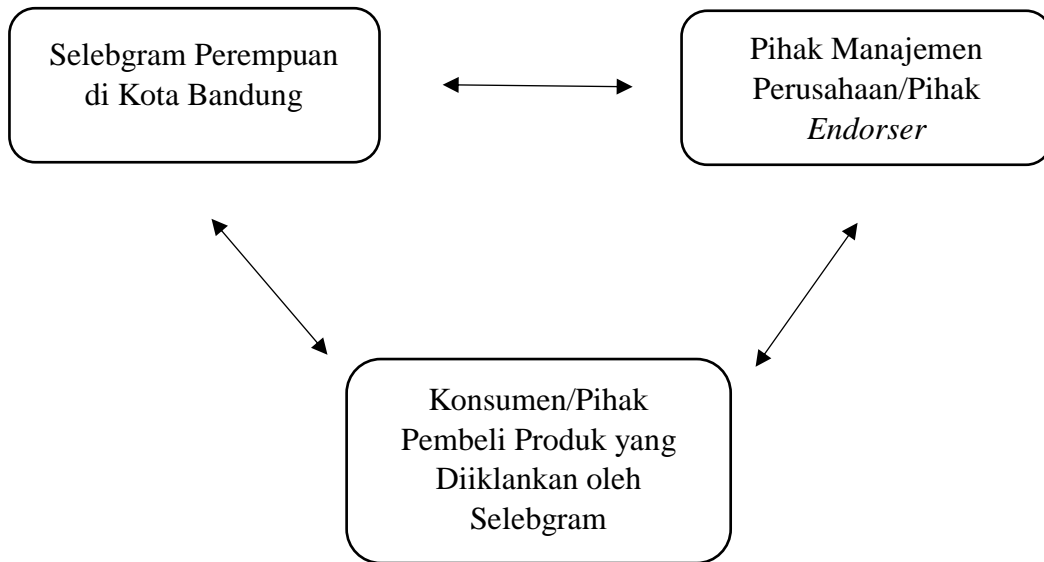
Upaya ini harus ditempuh dalam rangka memastikan keabsahan atau kebenaran data yang telah diolah oleh peneliti. Penelitian yang sudah melalui proses uji keabsahan data, kemudian dapat dikategorikan sebagai penelitian yang layak dan kredibel setelah melalui pengujian dengan teknik sebagai berikut :

3.5.1 Triangulasi Data

Menurut Moleong (2007) triangulasi merupakan teknik keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Kumpulan teknik pengumpulan data di antaranya meliputi wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan studi literatur. Uji keabsahan data merupakan bagian yang penting di dalam sebuah penelitian, peneliti harus dapat mempertanggungjawabkan setiap data yang muncul di dalam penelitian sebagai sesuatu yang dapat dipertanggungjawabkan kebenaran dan keabsahannya. Pada prinsipnya triangulasi merupakan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu, maka triangulasi data dilakukan dengan cara membandingkan serta melakukan pengecekan terhadap informasi dan data yang diperoleh oleh peneliti.

Dari ketiga sumber informasi yang sudah dipilih, setiap jawaban yang muncul pasti bervariasi dan tidak dapat dan tidak sah untuk disama ratakan seperti halnya yang terdapat pada penelitian kuantitatif. Ketiga sumber informasi atau informan yang terlibat di dalam penelitian ini nantinya akan melalui proses pengecekan data melalui cara triangulasi sumber.

Gambar 3.1 Teknik Triangulasi Sumber Data



(Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2021)

3.6 Prosedur Penelitian

3.6.1 Tahapan Pra Penelitian

Adapun langkah-langkah yang dilakukan peneliti pada tahap pra penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. Peneliti memilih topik mengenai Fenomena *Endorsement* Selebgram di Kota Bandung sebagai Bagian dari McDonalisasi sebagai langkah awal dari suatu kegiatan penelitian.
- b. Melakukan studi pendahuluan untuk mendapatkan gambaran awal mengenai Fenomena *Endorsement* Selebgram di Kota Bandung sebagai Bagian dari McDonalisasi .
- c. Merumuskan permasalahan-permasalahan yang akan dikaji selama penelitian.
- d. Menentukan judul dan lokasi penelitian yang sesuai dengan topik.
- e. Menyusun proposal skripsi.

Zulfa Hanifiya Nadhila, 2021

FENOMENA ENDORSEMENT SELEBGRAM DI KOTA BANDUNG SEBAGAI BAGIAN DARI MCDONALISASI (STUDI DESKRIPTIF TENTANG STANDAR KECANTIKAN SELEBGRAM PEREMPUAN DI KOTA BANDUNG)

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

3.6.2 Tahap Pelaksanaan Penelitian

Peneliti diharuskan untuk melakukan pengamatan atau observasi untuk kemudian mendapatkan akses yang didapatkan dari relasi-relasi pribadi untuk melaksanakan penelitian ini, penelitian dilakukan secara luring dan juga daring mengingat kondisi pandemi Covid-19 yang belum mereda dan sehubungan dengan dilaksanakannya Pembatasan Kegiatan Masyarakat di Kota Bandung. Peneliti melakukan wawancara kepada informan dengan dibekali dengan instrumen penelitian dan *interview guide* yang terdiri atas berbagai pertanyaan yang sebelumnya sudah dipersiapkan. Kemudian, informan yang dipilih di dalam penelitian ini merupakan informan yang menyetujui dan dipercaya dapat memberikan informasi dan sumber data yang diperlukan oleh peneliti.

3.7 Alur Kerja

3.7.1 Observasi

Penelitian skripsi ini sebelumnya telah melalui proses sidang proposal yang dilakukan pada tanggal 17 Desember 2020, kemudian peneliti melanjutkan pengerjaan penelitian yang dimulai dengan revisi dari dosen pembimbing melalui beberapa referensi rujukan literatur ilmiah yang sudah dikurasi. Kemudian, dilanjutkan dengan observasi selama 3 bulan hingga bulan Maret 2021, pada proses ini juga peneliti memilih calon-calon narasumber yang dianggap mampu untuk memberikan informasi yang relevan dengan kebutuhan data yang dibutuhkan. Setelah itu, peneliti melakukan pengumpulan akses relasi pribadi kepada narasumber.

3.7.2 Pemilihan Narasumber

Narasumber yang ada di dalam penelitian ini didapatkan oleh peneliti melalui akses relasi pribadi dan juga proses observasi. Narasumber ditentukan juga atas rekomendasi-rekomendasi dari berbagai pihak yang kemudian disesuaikan oleh peneliti dengan kebutuhan dalam mengumpulkan data yang bisa dipertanggungjawabkan. Adapun narasumber yang terpilih adalah sebagai berikut:

Zulfa Hanifiya Nadhila, 2021

FENOMENA ENDORSEMENT SELEBGRAM DI KOTA BANDUNG SEBAGAI BAGIAN DARI MCDONALISASI (STUDI DESKRIPTIF TENTANG STANDAR KECANTIKAN SELEBGRAM PEREMPUAN DI KOTA BANDUNG)

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

1. FRD (Selebgram perempuan, 25,8 ribu pengikut, mahasiswa, Kota Bandung)
2. AFS (Selebgram perempuan, 101 ribu pengikut, anggota *girl group*, Kota Bandung)
3. SF (Selebgram perempuan, 221 ribu pengikut, anggota *girl group*, Kota Bandung)

3.7.3 Informan Pendukung

1. ANA (*Endorser* perempuan)
2. EYS (*Endorser* perempuan)
3. DN (*Endorser* perempuan)

Informan Tambahan

1. JNA (Mahasiswa, konsumen, dan penggemar selebgram perempuan)
2. AN (Pelajar, konsumen, dan penggemar selebgram perempuan)
3. IQ (Mahasiswa, konsumen, dan penggemar selebgram perempuan)

3.7.4 Pembuatan Instrumen Wawancara

Pengumpulan data dan akses untuk mewawancarai narasumber, peneliti kemudian beralih pada tahapan selanjutnya yaitu proses pembuatan *interview guide* yang berperan sebagai penjelas informasi dari teknis pengumpulan data, wawancara, garis besar penelitian, serta instrumen pertanyaan yang akan digunakan di dalam proses pengambilan data skripsi yang dilaksanakan secara bertahap di bulan Mei-Juni 2021. 1 dari 3 informan inti di dalam penelitian ini melakukan wawancara secara tatap muka, dan 2 lainnya melalui *google meet* yang berorientasi pada *interview guide* yang sudah ada. Kemudian, untuk informan pendukung, 1 dari 3 informan pendukung di dalam penelitian ini melakukan wawancara secara tatap muka, dan 2 lainnya melalui *whatsapp*, dan informan tambahan juga 1 dari 3

Zulfa Hanifiya Nadhila, 2021

FENOMENA ENDORSEMENT SELEBGRAM DI KOTA BANDUNG SEBAGAI BAGIAN DARI MCDONALISASI (STUDI DESKRIPTIF TENTANG STANDAR KECANTIKAN SELEBGRAM PEREMPUAN DI KOTA BANDUNG)

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

informan inti di dalam penelitian ini melakukan wawancara secara tatap muka, dan 2 lainnya melalui *whatsapp*.

3.7.5 Pengolahan dan Analisis Data

Pada proses yang dilakukan pada bulan Juni-Juli 2021 ini, setelah berhasil mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk penelitian, kemudian peneliti mereduksi data untuk kemudian dituangkan di dalam penelitian skripsi ini secara sistematis. Hal pertama yang dilakukan adalah proses triangulasi data dengan sumber informasi yaitu narasumber penelitian. Klasifikasi dilakukan oleh peneliti dengan membagi-bagi narasumber kedalam 3 bagian, yaitu dari sudut pandang selebgram yang menerima *endorsement*, dari sudut pandang *endorser* yang melakukan *endorse* kepada selebgram dan menjalani proses jual beli, dan juga sudut pandang konsumen sebagai pihak yang memiliki keputusan dalam pembelian produk dan juga sebagai pihak yang mengkonsumsi konten *endorsement* dari akun Instagram selebgram.