

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Paradigma merupakan seperangkat konsep yang berkaitan satu dengan yang lainnya untuk dapat membentuk sebuah kerangka pemikiran yang dapat berguna dalam memahami, memaknai dan menjelaskan sebuah fenomena atau kenyataan yang dihadapi (Ahimsa, 2009). Seperangkat ini menunjukkan bahwa paradigma memiliki macam unsur dan tidak bersifat tunggal. Unsur tersebut memiliki beberapa bagian konsep. Paradigma menurut Baker dalam (Meleong, 2004: 49) yaitu sebuah seperangkat aturan yang menetapkan ataupun mendefinisikan batasan dan menjelaskan bagaimana suatu hal dapat dilakukan dalam batas untuk mencapai keberhasilan.

Selain itu menurut Arifin (2012: 146) paradigma merupakan sebuah pedoman dasar bagi para saintis dan penelitian dalam mencari fakta melalui sebuah kegiatan penelitian yang dilakukan. Dapat disimpulkan bahwa paradigma penelitian merupakan sebuah hal yang digolongkan, merumuskan dan menggabungkan berbagai macam eksemplar, teori maupun metode yang ada sesuai dengan aturan yang dijadikan kerangka kerja dalam penelitian

Paradigma Konstruktivisme memandang sebuah kenyataan hasil dari konstruksi maupun bentuk dari manusianya itu sendiri. Kenyataan ini bersifat ganda, keutuhan dan dapat dibentuk. Sebuah penelitian dengan menggunakan paradigma konstruktivisme memiliki pandangan bahwa pengetahuan bukan hanya tentang hasil pengalaman terhadap fakta, tetapi hasil konstruksi dari pemikir subjek yang diteliti. Berpusat pada subjek, yaitu sebuah pengenalan manusia tentang realitas sosial. Ilmu pengetahuan yang didapat bukan hasil pengalaman semata, tetapi hasil dari konstruksi pemikiran (Arifin, 2012).

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin membentuk pengetahuan baru dengan menggunakan pengetahuan yang dimiliki. Sehingga pengetahuan yang digunakan ini dapat diinterpretasikan tentang informasi maupun fakta baru dari luar sehingga terciptanya pengetahuan baru.

Selain itu subjek penelitian ini khalayak yang dianggap kurang mengetahui penggunaan *brand ambassador* produk *skincare* lokal, yang menjadi sebuah kajian menarik untuk dapat diteliti lebih lanjut.

Selain itu penelitian ini menggunakan analisis resepsi di mana mendasarkan pada sebuah kesadaran maupun cara subjek dalam menerima pesan dan memahaminya. Dengan menggunakan analisis resepsi bertujuan untuk dapat melihat mengapa khalayak memaknai sebuah pesan dengan cara yang berbeda, faktor apakah yang mempengaruhi perbedaan hingga konsekuensi sosial seperti apa yang muncul (Billy, 2014). Maka dalam penelitian ini analisis yang akan dilakukan akan dijabarkan sesuai ketentuan yang ada.

3.2. Metode Penelitian

- Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Metode kualitatif merupakan sebuah metode yang berusaha untuk memahami dan menafsirkan makna pada suatu peristiwa interaksi hingga tingkah laku manusia pada situasi tertentu, sesuai dengan perspektif penelitian itu sendiri. Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan untuk dapat memahami objek yang diteliti secara mendalam. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk dapat mendeskripsikan atau menjabarkan objek yang akan diteliti. Penelitian kualitatif semakin mendalam mengenai data yang telah didapatkan sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas dalam penelitian tersebut.

Penelitian kualitatif cenderung lebih cocok digunakan pada jenis penelitian yang memahami tentang sebuah fenomena sosial dari pandangan partisipan. Sederhananya, dapat diartikan menjadi penelitian yang cocok digunakan untuk meneliti sebuah kondisi maupun situasi objek (Sugiono, 2005). Selain itu menurut Meleong (2007: 6) penelitian kualitatif yaitu sebuah penelitian yang memiliki tujuan dalam memahami fenomena yang dialami oleh subjek pada penelitian.

Lebih cocok digunakan pada hal yang berkaitan dengan perilaku, motivasi, persepsi, sikap dan tindakan sehingga jenis penelitian ini tidak dapat digunakan dengan metode kuantitatif. Pada penelitian kualitatif ini, peneliti ingin mengetahui

tentang pemaknaan khalayak mengenai penggunaan wajah baru produk lokal dengan menggunakan sosok yang berasal dari luar atau negara lain.

Penelitian ini dapat digunakan untuk dapat menemukan serta memahami pandangan masyarakat mengenai penggunaan *brand ambassador* Korea pada produk *skincare* lokal. Selain itu produk lokal tersebut merupakan produk yang biasa digunakan oleh kalangan perempuan. Penelitian kualitatif biasanya relatif memiliki objek yang lebih sedikit dibandingkan dengan penelitian kuantitatif. Karena lebih mengedepankan kedalaman data bukan kuantitas data. Penerapan pada penelitian kualitatif ini dengan mempertimbangkan kemungkinan data yang diperoleh peneliti di lapangan yaitu data dalam bentuk fakta yang memerlukan adanya analisis secara mendalam.

Penelitian kualitatif lebih mendorong pada pencapaian data yang bersifat lebih mendalam terutama pada keterlibatan peneliti itu sendiri di lapangan. Selain itu penelitian kualitatif sendiri merupakan penelitian instrumen utama dalam mengumpulkan data yang dapat berhubungan langsung dengan objek penelitian. Paradigma adalah sebuah kerangka pemikiran, kerangka konseptual, orientasi teoritis dan sudut pandang maupun pendekatan.

3.2.1. Analisis Resepsi Stuart Hall

Analisis resepsi berfokus pada khalayak maupun audiens mengenai pemahaman terkait makna yang disampaikan kepada audiens saat mengonsumsi sebuah tayangan. Penggunaan analisis resepsi berguna untuk melihat serta memahami terkait respon yang diterima penonton dari sebuah tayangan (Ida, 2014). Analisis resepsi berbicara mengenai pembentukan makna yang diterima oleh khalayak saat mengonsumsi tayangan, tujuan dari analisis resepsi di mana untuk memahami serta melihat proses makna dari khalayak yang telah dibangun ketika melihat sebuah tayangan.

Dalam analisis resepsi, Stuart Hall mengemukakan tiga posisi atau interpretasi berbeda, yaitu :

- 1. Posisi Dominan-Hegemoni** : Pada posisi ini penonton akan menerima tayangan sepenuhnya, menerima pesan dengan penuh tanpa adanya

penolakan. Pada posisi ini juga penonton menjelaskan mengenai kehidupannya serta pengalaman hingga perilaku.

2. **Posisi Negosiasi** : Pada posisi ini khalayak akan menggabungkan interpretasinya dengan pengalaman yang dialami, sehingga khalayak akan masuk dalam kategori negosiasi dan bersikap adaptif terhadap pesan yang diinterpretasi.
3. **Posisi Oposional** : Pada posisi ini khalayak akan bersikap berlawanan dengan dengan apa yang di lihat. Bagian ini di mana khalayak mengerti pesan yang disampaikan, tetapi mereka enggan untuk menerima hingga menandai dengan rasa ketidak sukaan terhadap pesan yang disampaikan.

Dalam analisis resepsi memiliki model *encoding-decoding*, di mana model merupakan proses khalayak mengonsumsi sebuah makna saat menerima pesan dari media. Dalam prosesnya, akan ada penyediaan yang dimaksud yaitu *encode* dan nantinya dipecahkan menjadi *decode* oleh khalayak saat mereka menerima pesan (O'Sullivan, 1994).

3.3. Unit Informan

Unit analisis/informan merupakan sebuah komponen dari penelitian kualitatif. Hal ini berkaitan dengan masalah penelitian. Unit analisis menjadi sebuah acuan dalam menjalankan penelitian. Dalam penelitian, unit analisis perlu dilakukan agar validasi dan juga reabilitas tetap terjaga. Unit analisis dalam penelitian dapat berupa individu, kelompok organisasi maupun benda tertentu sesuai dengan fokus dari permasalahan yang terjadi. Penelitian ini menggunakan purposive sampling, purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti. (Sugiyono, 2012:54). Pemilihan informan didasari pertimbangan bahwa informan dianggap peneliti paling mengetahui mengenai permasalahan yang akan diteliti saat ini. Subjek dalam penelitian memiliki peran penting, sebelum peneliti mengambil data subjek penelitian sudah harus ditata dengan baik. Subjek penelitian dapat berupa

benda maupun orang. Tetapi pada umumnya subjek penelitian berupa manusia atau apapun yang menjadi urusan manusia (Arikunto, 2007).

Informan kunci sebaiknya orang yang bersedia berbagi konsep dan pengetahuan dengan peneliti, dan sering dijadikan tempat bertanya oleh peneliti. Untuk itu sebaiknya dalam pengumpulan data peneliti sebaiknya memulainya dari informan kunci untuk mendapatkan gambaran yang utuh dan menyeluruh tentang masalah yang diamati. Dengan demikian terdapat empat kriteria dalam menentukan informan kunci (Martha & Kresno, 2016):

1. Harus menjadi peserta aktif dalam kelompok, organisasi, atau budaya yang diteliti, atau telah melalui tahap enkulturasi
2. Harus terlibat dalam budaya yang diteliti “saat ini”. Penekanan “saat ini” sangat penting, karena jangan sampai informan kunci lupa dengan masalah yang akan diteliti
3. Harus memiliki waktu yang memadai. Informan kunci tidak cukup hanya memiliki kemauan, namun dapat memberikan informasi kapan pun saat dibutuhkan
4. Harus menyampaikan informasi dengan bahasa sendiri (natural). Sebaiknya informan yang menyampaikan informasi dengan “bahasa analitik” dihindari karena informasi yang dihasilkan sudah tidak natural.

Selain itu informan yang dijadikan unit analisis pada penelitian ini dipilih sesuai dengan kriteria yang ditetapkan peneliti. Informan yang dibutuhkan oleh peneliti yaitu :

1. Pengguna Produk Somethinc
2. Merupakan seorang *kpopers*
3. Usia 10-24 tahun
4. Menonton iklan Somethinc x NCT Dream
5. Menonton iklan maksimal 3 kali

Dalam melakukan penelitian ini peneliti akan menggunakan bantuan dari beberapa informan terpilih dengan melalui metode wawancara untuk memperoleh data sesuai dengan kebutuhan penelitian terkait pandangan khalayak kepada produk *skincare* lokal Somethinc yang menggunakan *brand ambassador* Korea yaitu NCT Dream. Saat melakukan wawancara, jawaban setiap informan nantinya

akan berbeda-beda terkait apa yang mereka lihat melalui media tentang *trend* penggunaan *brand ambassador* Korea pada produk *skincare* lokal.

Pemilihan kriteria informan yang telah ditetapkan oleh peneliti dimana informan merupakan pengguna produk *skincare* Somethinc. Alasan peneliti memilih kriteria ini karena, penelitian ini berkesinambungan dengan produk *skincare*, selain itu pemilihan produknya juga merupakan *brand* lokal Somethinc. Sehingga kriteria ini akan menjadi patokan peneliti untuk mencari informan yang sesuai yaitu pengguna produk Somethinc.

Pemilihan usia yang dipilih peneliti adalah 10-24 tahun. Alasan peneliti memilih usia tersebut adalah karena melalui informasi maupun data dari lifestyle.kontan.com terkait kategori generasi X, Y dan Z, dimana generasi Z atau biasa di sebut GenZ adalah usia yang dimulai dari 9 hingga 24 tahun (lifestyle.kontan.com). Pemilihan usia ini juga dikaitkan dengan usia rata-rata para penggemar NCT Dream. Dimana menurut data dari Allkpop pada tanggal 18 Juni 2022, yang membuat sebuah postingan tentang komunitas online tentang demografi beberapa *fandom* idol *kpop*. Dalam data yang dibagikan, NCT Dream memiliki penggemar yang terbilang cukup muda yaitu 10-20an (allkpop.com)

Allkpop sendiri merupakan sebuah situs berita yang berdiri tahun 2007 berbasis di Edgewater, New Jersey, Amerika Serikat. Allkpop membagikan berbagai berita maupun informasi tentang industri hiburan di Korea Selatan. Sehingga alasan peneliti memilih usia 10-24 tahun adalah karena keterkaitan Gen Z dan usia demografi penggemar NCT Dream memiliki kesamaan. Sehingga usia tersebut dapat digunakan peneliti untuk mencari usia informan yang sesuai dengan apa yang telah ditetapkan.

Selain itu tentu peneliti akan mencari informan yang telah menonton iklan Somethinc x NCT Dream, maksimal 3 kali menonton. Hal ini dikarenakan peneliti membahas terkait pesan iklan yang ada dalam iklan Somethinc x NCT Dream, sehingga dengan pemilihan minimal 3 kali menonton peneliti bisa mendapatkan penjelasan khalayak atau informan terkait apa yang mereka maknai dan ketahui dari sebuah tayangan di media.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, serta instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan lebih mudah. Penelitian ini mengumpulkan data dengan melalui teknik wawancara, obsevasi dan dokumentasi.

1. Wawancara

adalah salah satu Teknik Pengumpulan Data yang dilakukan wawancara dengan narasumber yang sudah di pilih sebelumnya sesuai dengan kriteria yang sudah ada, dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung dengan narasumber tersebut. Wawancara yang dilakukan peneliti untuk menggali pemahaman peneliti mengenai pemaknaan khalayak *trend* penggunaan *brand ambassador* Korea. Dengan berlangsungnya Wawancara kepada beberapa narasumber yang sudah peneliti pilih, di harapkan peneliti mengetahui hal – hal yang lebih mendalam tentang pemaknaan khalayak mengenai selebriti Korea menjadi *brand ambassador* produk lokal. Wawancara adalah alat atau Teknik pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan. Dalam mengumpulkan data melalui wawancara, peneliti menggunakan aplikasi *zoom meeting* untuk mempermudah dalam melakukan sesi wawancara.

2. Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik dalam pengumpulan data penelitian dengan cara terjun secara langsung. Dimana pengamatan ini dilakukan dengan bertemu informan secara langsung dengan bertujuan untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya. Peneliti mendapatkan informasi dengan bertemu narasumber malalui aplikasi *zoom meeting*, dimana aplikasi tersebut dapat membantu peneliti berkomunikasi dengan

narasumber atau informan dalam melakukan tanya jawab melalui perangkat laptop, selain itu membantu peneliti mengetahui secara langsung bagaimana cara informan menjawab dengan berbagai ekspresi.

3. **Dokumentasi**

Menurut Sugiyono (2015: 329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Teknik Dokumentasi ini biasanya digunakan untuk melengkapi sekaligus menambahkan bukti secara akurat, kebenaran data atau informasi yang dikumpulkan dari bahan – bahan dokumentasi yang diambil langsung di lapangan sehingga menjadi salah satu bahan dalam pengecekan kebenaran dan keakuratannya sebuah data.

- Selain wawancara dan dokumentasi, dalam mengumpulkan data, peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan data primer dan sekunder.

1. **Data Primer**

Data primer merupakan sebuah data penelitian yang didapat secara langsung dari sumber yang kredibel dan tanpa melalui media perantara (Indriantoro, 1999). Hal yang dilakukan peneliti dalam meraih data dengan melakukan wawancara kepada informan yang dituju. Menurut Sugiyono (2018) mengenai data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber kepada pengumpul data. Peneliti akan mewawancarai informan atau narasumber terkait topik penggunaan *brand ambassador* Korea dalam iklan *skincare* lokal. Tetapi dikarenakan pandemi Covid-19 yang belum usai dan tidak dapat bertemu langsung dengan informan, sehingga peneliti melakukan wawancara dengan melalui via aplikasi *zoom meeting*.

2. **Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung di dapat oleh peneliti dalam mengumpulkan data menurut Sugiyono (2018). Data yang diperoleh melalui data sekunder yaitu melalui buku, jurnal hingga artikel yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.5. Metode Pengujian Data

Menurut Alwasilah (2008) tantangan dalam penelitian ialah segala jenis penelitian yang nantinya merupakan sebuah hasil atau terwujudnya produksi ilmu pengetahuan secara valid atau sah. Bagi penelitian kualitatif memiliki tantangan yang lebih, di mana kebenaran maupun validasi data merupakan tuntutan dalam melakukan penelitian, diantaranya : 1) deskriptif, 2) interpretasi, 3) teori penelitian kualitatif.

Selain memahami validasi data dalam penelitian, dalam penelitian kualitatif validasi bukan merujuk kepada hasil, tetapi kepada tujuan dalam penelitian itu sendiri. Menurut Sugiyono (2007) ada dua macam penelitian diantaranya validitas internal dan validasi eksternal. Yang dimaksud validitas internal yaitu berhubungan dengan derajat akurasi hasil penelitian yang telah dicapai. Sedangkan untuk penelitian validitas eksternal yaitu berhubungan dengan derajat akurasi terkait hasil penelitian dapat digeneralisasikan kepada populasi.

Melakukan penelitian kualitatif harus mendapatkan data yang valid, sehingga diperlukan pengumpulan data dengan melakukan validitas untuk mendapatkan hasil yang sah dan tidak invalid. Dalam menetapkan keabsahan data, diperlukan sebuah teknik yang dinamakan teknik pemeriksaan data. *Confirmability* Konfirmabilitas dalam penelitian kualitatif disebut sebagai objektivitas, di mana hasil dari penelitian telah disepakati oleh banyak orang. Konfirmabilitas diartikan sebagai konsep transparansi, di mana bentuk ketersediaan peneliti mengungkapkan proses penelitian kepada publik, dan memberikan kesempatan kepada publik untuk melakukan penilaian hasil penelitian sekaligus mendapatkan persetujuan. Jika hasil dari penelitian yaitu fungsi proses dari hasil yang telah dilakukan, penelitian tersebut sudah memenuhi standar konfirmabilitas.

Sehingga dalam penelitian ini menggunakan *confirmability* dengan tujuan untuk menguji keabsahan data. Peneliti berupaya untuk menggunakan data serta pendapat khalayak dengan sebaik-baiknya tanpa memasukkan pendapat pribadi ke dalam penelitian. Melalui penelitian ini, peneliti akan menguji kembali data dari

hasil yang telah diperoleh dari informan terkait *trend* penggunaan *brand ambassador* Korea dalam iklan *skincare* lokal yang dilakukan oleh produk lokal Somethinc x NCT Dream. Dengan melakukan konfirmasi kepada informan terkait wawancara yang akan dilakukan, sehingga saat wawancara berlangsung tidak adanya kesalah pahaman antara peneliti dengan informan serta melakukan konfirmasi kepada dosen pembimbing terkait proses penelitian.

3.6. Metode Analisis Data

Metode ini menurut Bogdan & Biklen dalam (Lexy J. Moleong, 2012) sebuah upaya yang dilakukan dengan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilahnya untuk dapat dikelola, mensintetiskan, mencari dan menemukan pola, menentukan apa yang ingin dipelajari hingga memutuskan apa yang ingin disampaikan. Pada proses analisis data ini dimulai dari menelaah keseluruhan data yang telah didapatkan yaitu melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menurut Miles dan Huberman sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data

Pada proses ini pengumpulan data dilakukan dengan mencari, mencatat hingga mengumpulkan data yang ada dari hasil wawancara dengan narasumber terkait penelitian yang dilaksanakan.

2. Reduksi Data

Data yang diperoleh perlu dicatat secara rinci dan teliti, pada proses ini yang dimaksud yaitu merangkum dan memilih hal pokok, memfokuskannya pada hal penting hingga mencari tema juga pola. Data yang telah direduksi ini akan memberikan sebuah gambaran jelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data untuk selanjutnya dan mencari yang sekiranya diperlukan (Sugiyono, 2008).

3. Penyajian Data

Proses selanjutnya setelah data direduksi maka *display* data. Di dalam penyajian data telah terorganisasikan, tersusun dalam pola dan mudah untuk dipahami. Pada *display* data ini dapat mempermudah dalam

memahami masalah yang terjadi dan siap untuk tahap selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami (Sugiyono, 2008).

4. Kesimpulan dan Verifikasi

Untuk tahap selanjutnya yaitu kesimpulan dan verifikasi. Pada simpulan awal ini masih bersifat sementara dapat berubah jika tidak ditemukannya bukti yang kuat untuk mendukung tahap selanjutnya (Sugiyono, 2008).

3.6.1. *Open Coding, Axial Coding dan Selective Coding*

Penelitian ini menggunakan proses standar dalam menganalisis data, di mana menggunakan analisis *coding*. Analisis *coding* memiliki fungsi untuk mengorganisasikan data dengan lengkap dan detail, data akan memunculkan gambaran terkait topik sehingga akan menemukan makna melalui data yang telah dikumpulkan (Poerwandari, 1998). Dalam proses analisis, di mana peneliti akan mendapatkan jawaban rumusan masalah terkait penelitian ini dengan melalui tiga tahap *coding*, diantaranya :

1. *Open Coding*

Open coding merupakan tanda yang ada pada kata maupun frasa yang berfungsi untuk mewakili sebuah konsep penting pada gugus data menurut Patrisius Istiarto (2015). Selain itu menurut Christine dan Holloway (2008) terkait *open coding* yaitu proses dalam rekapitulasi serta konseptualisasi data yang ada. Tahap *open coding* terjadi saat peneliti mendapatkan data lalu mengujinya.

2. *Axial Coding*

Axial coding merupakan langkah yang dilakukan setelah peneliti mendapatkan kategori untuk mawadahi kode yang telah dibuat melalui *open coding*. Menurut Christine dan Holloway, pada bagian ini data yang telah dikumpulkan dapat dipecah melalui *open coding*. *Axial coding* bertujuan untuk meninjau ulang terkait tema umum. Bagian ini akan mengelompokkan lagi melalui kategori awal yang sudah ada dengan bentuk baru. Setelah dibentuknya kategori utama maka peneliti akan melebeli hasil tersebut sesuai dengan kebutuhan.

3. *Selective Coding*

Bagian ini langkah dalam memilih kategori yang dapat terhubung dengan kategori lainnya. Di mana peneliti akan mendapatkan garis besar dari hasil riset yang telah digabungkan dengan melalui teori yang ada, selain itu bagian ini juga menjadi kategori inti karena adanya gagasan signifikan untuk informan.

3.7. **Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini tentu memiliki beberapa keterbatasan dalam mengerjakannya. Peneliti hanya berfokus pada pemaknaan yang diterima oleh khalayak tentang makna yang ada dalam iklan Somethinc x NCT Dream. Selain itu peneliti hanya memilih generasi Z sebagai kriteria informan. Selain itu peneliti hanya berfokus pada satu iklan Somethinc x NCT Dream saja, dan tidak meneliti iklan-iklan Somethinc yang lainnya.