

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan pendekatan penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis pendekatan penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif. Jenis penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat melalui gambaran situasi, kondisi, serta berbagai fenomena realitas sosial ditengah Masyarakat yang menjadi objek penelitian.³¹ Dengan metode deskriptif penguraian masalah akan memberikan gambaran secara sistematis dan lebih mendalam dan akan mampu membantu penenliti dalam menjelaskan data terkait *personal branding* Vivi Zubedi dalam media sosial Instagram.

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian secara narasi dan mendalam dari data yang dihasilkan melalui penggalian dokumen, pengamatan, serta wawancara. Pendekatan kualitatif dalam penelitian adalah untuk mencari kebenaran relatif.

Tujuan utama dalam penelitian pendekatan kualitatif adalah untuk memahami, untuk menggambarkan, untuk mengembangkan dan untuk menemukan *central phenomenon*. *Central phenomeneon* adalah untuk menspesifikasikan seusatu yang direncanakan untuk tujuan eksplorasi,

³¹Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 35.

mengidentifikasi subyek penelitian dengan jelas, menyebutkan lokasi penelitian dengan jelas.

B. Subjek dan objek penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang dijadikan sebagai sumber data atau sumber informasi oleh penulis untuk riset yang dilakukannya.³² Dalam penelitian ini, pihak atau sumber informasi yang dijadikan subjek adalah Vivi Zubedi sebagai pelaku yang membuat dan mengunggah kegiatan dirinya melalui foto dan video konten di media sosial Instagram. Menurut penulis melalui foto dan video konten yang dibuat Vivi Zubedi menunjukkan gambaran dirinya kepada khalayak publik, sehingga hal inilah yang membentuk persepsi orang-orang tentang seperti apa Vivi Zubedi dan pesan apa yang ingin ia sampaikan melalui foto dan video konten yang diunggah melalui akun *@mrsvivi*.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah hal yang sumber atau pusat inti permasalahan dalam penelitian. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah bagaimana *personal branding* Vivi Zubedi melalui foto dan video konten pada akun Instagram *@mrsvivi*.

C. Data dan Sumber Data

Data adalah Kumpulan fakta atau informasi yang disajikan dalam bentuk angka, teks atau simbol-simbol lain yang dapat diolah atau diinterpretasikan. Data

³²Sosiologis, *Subjek Penelitian: Pengertian dan Contohnya* (online) tersedia di <http://sosiologis.com/subjek-penelitian> . Diakses tanggal 4 Mei 2025.

dan sumber data merupakan komponen penting dalam penelitian sumber data adalah segala sesuatu yang diperoleh informasi mengenai data. Menurut Maegareta Rahayuningsih, data adalah angka, simbol, teks, atau gambar yang dapat dikumpulkan dan diproses untuk menghasilkan informasi.³³ Adapun data yang tidak diukur melalui angka ataupun bilangan numerik melainkan diberikan gambaran melalui bentuk kata atau teks adalah sebuah data kualitatif. Adapun sumber data dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Hasan, data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukan. Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau objek pertama penelitian, data primer dimaksudkan untuk melihat sumber permasalahan utama dalam penelitian.

Data diperoleh dan dikumpulkan melalui dokumentasi dan observasi foto dan video konten unggahan Vivi Zubedi melalui media sosial Instagram @*mrsvivi*. Adapun cara memilih, menentukan, dan mempertimbangkan data yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan data berdasarkan tujuan atau motif tertentu. Menurut Yahya, *purposive sampling* tidak terkait pada jumlah tertentu sebagaimana sampel

³³ Litalia. (06/10/2023). Pengertian Data Menurut Para Ahli: Jenis Data, Fungsi & Contoh. Diakses pada 3/24/2024 , dari <https://www.jurnalponsel.com/pengertian-data/>

yang lain, tetapi berdasarkan pada subjek yang dirasa paling berkompeten dalam memberikan data penelitian.

Penulis memilih beberapa foto dan video konten dengan rentang waktu antara Januari - Mei 2025. Adapun kategori yang menjadi dasar pengambilan data adalah sebagai berikut.

- a. Dari segi visual, jenis konten yang dipilih melalui foto dan video yang menampilkan dan berkaitan dengan *personal branding* Vivi Zubedi sebagai istri walikota, pengusaha, dan desainer. Foto dan video konten yang dipilih menampilkan visual Vivi Zubedi dalam beberapa aktivitas seperti, acara formal dalam kapasitasnya sebagai istri Wali Kota Banjarbaru, kegiatan bisnis, maupun kegiatan kreatif dibidang *mode fashion*. Pemilihan pakaian, latar belakang tempat, ekspresi, serta interaksi Vivi Zubedi dengan orang-orang, juga menjadi bagian dari penilaian *personal branding*.
- b. Dari segi teks atau *caption* yang berkaitan dengan *personal branding* Vivi Zubedi melalui konten yang dipilih adalah yang mengandung narasi yang mendukung *personal branding* Vivi Zubedi. Dengan teks atau *caption* berisi kata-kata motivasi, cerita inspiratif, serta informasi terkait aktivitas pribadi maupun aktivitas pekerjaan, seperti terlibat dalam kegiatan sosial, pemberdayaan perempuan, peluncuran produk, serta refleksi pandangan hidup. *Caption* semacam ini digunakan sebagai sarana untuk memperkuat *personal branding* dirinya sebagai figur publik yang tidak hanya aktif dalam pekerjaan, tetapi juga

memiliki nilai-nilai kepemimpinan, spiritualitas, dan inspirasi bagi pengikutnya.

Berdasarkan pengamatan awal video unggahan Vivi Zubedi mulai menunjukkan daya Tarik pada awal tahun 2022 berlangsung hingga tahun 2025. Dilihat dari konsistensi unggahan foto dan video konten tentang kegiatan Vivi Zubedi menunjukkan bahwa foto dan video kontennya mendapat perhatian dari pengguna media sosial. Hal inilah yang menjadi dasar dari pemilihan objek penelitian ini. Analisis *personal branding* Vivi Zubedi dilakukan dengan metode analisis deskriptif dengan indikator konsep *personal branding* milik Peter Montoya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari dan membaca buku-buku referensi, laporan-laporan, jurnal-jurnal dan media lainnya. Artinya data diperoleh bukan melalui sumber informasi utama data penelitian. Dalam penelitian ini sumber data sekunder diambil melalui jurnal ilmiah nasional yang memuat *personal branding*, bacaan-bacaan berita di media masa yang relevan, dan buku referensi yang memuat tentang komunikasi serta *personal branding*. Selain itu, data sekunder yang dapat dijadikan rujukan dalam penelitian adalah akun-akun official dan akun ISSA Group yang merupakan akun yang juga ada kaitannya dengan akun Instagram Vivi Zubedi serta akun official *brand fashion @VIVIZUBEDI*.

D. Teknik Pengumpulan Data

Agar data yang diperoleh relevan dan dapat membantu dalam menjawab rumusan masalah penelitian, teknik pengumpulan data harus dilakukan dengan teknik yang tepat. Pada umumnya penelitian kualitatif menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan Teknik pengumpulan data dengan mencermati hal-hal yang berhubungan dengan objek penelitian secara langsung di lapangan. Pada penelitian ini observasi yang digunakan adalah observasi non-partisipan, penelitian hanya dilakukan dengan menonton dan mengamati akun Instagram *@mrsvivi*. Melalui foto atau video konten yang diunggah serta interaksi *viewers* dari komentar-komentar yang diberikan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan dan pengamatan melalui dokumen atau informasi yang tersimpan baik dalam bentuk tulisan dan rekaman. Dokumentasi dalam penelitian ini didapatkan dari memilah dan memilih foto serta merangkum konten video yang telah diunggah oleh akun Instagram *@mrsvivi* untuk kemudian diteliti serta di analisis.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka digunakan sebagai pendukung literatur proses penelitian. Penelitian ini menggunakan studi pustaka yang didapatkan melalui jurnal, skripsi, buku, artikel dari media massa atau internet, yang bisa dijadikan sebagai pendukung data yang berkaitan dengan hal yang diteliti.

E. Teknik Analisis Data

Data-data yang telah diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka perlu disusun dan ditata secara sistematis untuk dianalisis menggunakan metode analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Metode Miles dan Huberman dimaksudkan untuk mengelompokkan data-data yang didapat secara bertahap sehingga diperoleh suatu kesimpulan.

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis khususnya terkait elemen *personal branding* dalam sampel foto dan video konten Instagram Vivi Zubedi. Proses ini berlangsung secara terus menerus selama masa penelitian berlangsung.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah tahapan dimana kumpulan informasi disusun, dan dijadikan sebagai acuan untuk penarikan kesimpulan dalam penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif dalam penelitian ini berupa teks narasi yang juga didukung oleh gambar yang berisi tangkapan layar dari foto dan video konten Instagram sebagai penambah informasi dalam penyajian data.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan memahami tentang dan masalah yang dikaji dalam proses penyajian data. Dalam proses penarikan

kesimpulan ini memverifikasi bahwa data yang disajikan didukung oleh data-data yang valid, sehingga didapatkan kesimpulan yang kredibel dan akuntabel.

F. Pengecekan Keabsahan Data

Menurut Zuldafrial pengecekan keabsahan data merupakan padanan dalam konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reabilitas) menurut versi penelitian kualitatif dan disesuaikan dengan tuntunan, kriteria, dan paradigma sendiri. Keabsahan data merupakan tolok ukur kepercayaan atau kebenaran hasil suatu penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan data triangulasi sumber. Menurut Lexy J. Moleong triangulasi sumber dilakukan dengan cara memeriksa data yang sudah diperoleh melalui berbagai sumber untuk menguji kredibilitas data. Kredibilitas data bersumber dari informan yang berkaitan dengan objek dan subjek dalam penelitian ini yaitu Vivi Zubedi yang mengetahui dan mengikuti *personal branding* yang Vivi Zubedi bangun melalui akun Instagram @mrsvivi.