

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan kerangka berpikir ilmiah yang digunakan peneliti untuk memahami, mengkaji, dan menjelaskan suatu fenomena secara sistematis. Metodologi tidak hanya menjelaskan teknik atau langkah teknis penelitian, tetapi juga memuat dasar filosofis, paradigma, pendekatan, serta logika ilmiah yang melandasi keseluruhan proses penelitian. Menurut Sahir (2020), metodologi penelitian berfungsi sebagai panduan agar penelitian berjalan terarah, konsisten, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Dalam penelitian kualitatif, metodologi penelitian digunakan untuk memahami makna, proses, dan realitas sosial dari sudut pandang subjek penelitian. Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa realitas sosial bersifat dinamis, kontekstual, dan dibentuk melalui interaksi sosial. Oleh karena itu, metodologi penelitian yang digunakan harus mampu menangkap pengalaman, interpretasi, serta praktik komunikasi yang dilakukan subjek secara alami.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif karena bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam strategi personal branding kreator TikTok melalui humor dan dinamika interaksi antar saudara pada akun Moch Fairuz Abadi. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menelusuri proses pembentukan makna, identitas diri, dan strategi komunikasi yang tidak dapat diukur secara kuantitatif.

3.1.1 Paradigma, Metode, Pendekatan Penelitian

3.1.1.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan cara pandang dasar peneliti dalam memahami realitas sosial yang diteliti. Paradigma menjadi landasan filosofis yang memengaruhi cara peneliti melihat fenomena, menentukan metode, serta menafsirkan data.

Secara umum, paradigma mencakup tiga aspek fundamental menurut Creswell (2014), yaitu ontologi yang merupakan asumsi tentang hakikat realitas, epistemologi yang merupakan asumsi tentang cara memperoleh pengetahuan, dan metodologi yang merupakan asumsi tentang cara meneliti fenomena.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis (*constructivist paradigm*). paradigma konstruktivis adalah pandangan yang menganggap bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang objektif dan tunggal. Sebaliknya, realitas terbentuk melalui interaksi antarindividu dan cara masing-masing orang menginterpretasikan pengalaman mereka (Moleong, 2017).

Menurut paradigma konstruktivis, realitas sosial bersifat relatif dan majemuk, dapat berbeda-beda tergantung pada siapa yang mengalaminya. Pengetahuan tercipta melalui interaksi antara peneliti dan yang diteliti, sehingga peneliti tidak bisa sepenuhnya objektif. Peneliti ikut terlibat dalam proses konstruksi makna bersama subjek penelitian.

Paradigma konstruktivis relevan dengan penelitian ini karena beberapa alasan. Pertama, *personal branding* yang dibangun kreator TikTok merupakan hasil konstruksi sosial. Citra diri yang ditampilkan bukanlah representasi objektif dari "diri yang sebenarnya," melainkan hasil interaksi antara kreator dengan audiensnya.

Kedua, strategi *self-presentation* dan pembentukan *self-identity* yang menjadi fokus penelitian ini merupakan proses dinamis yang melibatkan interpretasi subjektif. Bagaimana kreator memaknai identitas dirinya dan bagaimana audiens mempersepsi citra tersebut adalah konstruksi yang terus berkembang.

Ketiga, humor dan dinamika kakak-adik dalam konten tidak bisa dipahami secara objektif-positivistik. Apa yang dianggap lucu, autentik, atau menarik sangat bergantung pada konteks sosial dan interpretasi masing-masing individu. Paradigma konstruktivis memungkinkan peneliti

menggali makna subjektif ini secara mendalam. Dengan paradigma ini, peneliti berusaha memahami bagaimana realitas *personal branding* di platform digital seperti TikTok diciptakan, dimaknai, dan dinegosiasikan oleh kreator dan audiensnya.

3.1.1.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah prosedur atau langkah-langkah yang ditempuh peneliti untuk mengumpulkan dan mengolah data agar bisa menjawab pertanyaan penelitian (Sugiyono, 2017). Pemilihan metode sangat bergantung pada paradigma yang digunakan serta tujuan penelitian yang ingin dicapai.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial yang diteliti melalui sudut pandang subjek yang terlibat langsung. Dalam penelitian kualitatif, data yang dikaji tidak berbentuk angka statistik, tetapi berupa narasi, tindakan, serta proses pemaknaan yang disampaikan oleh narasumber berdasarkan pengalaman mereka (Moleong, 2017).

Creswell (2014) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif memiliki beberapa karakteristik utama:

1. Dilakukan dalam konteks alamiah (*natural setting*)
2. Peneliti menjadi instrumen kunci
3. Menggunakan beragam sumber data
4. Analisis data bersifat induktif (dari khusus ke umum)
5. Fokus pada makna yang diberikan partisipan
6. Desain bersifat fleksibel dan berkembang
7. Bersifat interpretative
8. Memandang fenomena secara holistik (menyeluruh)

Alasan peneliti memilih metode kualitatif karena strategi *personal branding* yang kreator TikTok adalah fenomena yang kompleks. Hal ini melibatkan aspek subjektif seperti motivasi, makna, dan interpretasi yang

sulit diukur dengan angka. Pendekatan kualitatif lebih masuk untuk menangkap kedalaman fenomena ini. Humor dan dinamika antar saudara yang ada dalam konten bersifat kontekstual sangat bergantung pada situasi, waktu, dan interaksi yang terjadi. Fenomena seperti ini perlu dipahami dalam lingkupnya, bukan penurunan menjadi angka statistik.

Memahami bagaimana kreator membangun *self-presentation* dan *self-identity*, peneliti perlu menggali secara mendalam bagaimana mereka mengonstruksi identitas dan memaknai diri mereka sendiri. Ini tidak bisa dijangkau lewat kuesioner atau pengukuran kuantitatif. Dengan demikian, metode kualitatif deskriptif digunakan untuk mengeksplorasi, mendeskripsikan, dan memahami fenomena *personal branding* kreator TikTok secara menyeluruh dan mendalam.

3.1.1.3 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan strategi atau rancangan penelitian yang menghubungkan paradigma penelitian dengan metode, teknik pengumpulan data, serta proses analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian (Creswell, 2014). Pendekatan penelitian memberikan arahan mengenai bagaimana suatu fenomena akan dipahami, diteliti, dan dijelaskan berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus (*case study*). Menurut Yin (2014), studi kasus merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki dan memahami suatu fenomena secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteksnya tidak terlihat secara jelas. Melalui pendekatan studi kasus, peneliti

dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai suatu kasus dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang melatarbelakanginya. Studi kasus memiliki karakteristik utama, yaitu berfokus pada suatu kasus tertentu, dilakukan secara mendalam, menggunakan berbagai sumber data, serta mempertimbangkan konteks

yang melingkupi fenomena yang diteliti. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang utuh mengenai suatu fenomena sehingga tidak hanya menjelaskan apa yang terjadi, tetapi juga bagaimana dan mengapa fenomena tersebut dapat terjadi dalam konteks tertentu.

Yin (2014) membagi studi kasus menjadi tiga jenis berdasarkan tujuan penelitiannya, yaitu:

1. Studi kasus eksplanatoris, yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat dari suatu fenomena.
2. Studi kasus eksploratori, yang bertujuan mengeksplorasi fenomena yang masih terbatas penelitiannya atau belum memiliki kerangka teoritis yang jelas.
3. Studi kasus deskriptif, yang bertujuan menggambarkan suatu fenomena secara rinci, mendalam, dan komprehensif dalam konteks kehidupan nyata.

Penelitian ini menggunakan studi kasus deskriptif karena bertujuan menggambarkan secara mendalam strategi *personal branding* yang dilakukan oleh kreator TikTok @mochfairuzzz dalam membangun citra dirinya di media sosial. Fokus penelitian tidak diarahkan untuk menguji hubungan sebab-akibat, melainkan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena *personal branding* yang terjadi pada kasus yang diteliti.

Pemilihan pendekatan studi kasus juga didasarkan pada karakteristik fenomena yang diteliti. *Personal branding* di media sosial merupakan fenomena yang tidak dapat dipisahkan dari konteks yang melingkupinya, seperti karakter kreator, jenis konten yang dibuat, pola interaksi dengan audiens, budaya media sosial, serta fitur-fitur yang tersedia pada platform TikTok. Oleh karena itu, studi kasus dinilai tepat karena mampu memahami fenomena tersebut secara utuh dalam konteks aslinya.

Penelitian ini berfokus pada satu kasus tunggal (*single case*), yaitu akun TikTok @mochfairuzzz yang dikelola oleh Moch Fairuz Abadi. Kasus ini dipilih karena memiliki karakteristik yang unik dibandingkan kreator

TikTok pada umumnya. *Personal branding* yang dibangun tidak hanya melalui konten hiburan, tetapi juga melalui konsistensi penggunaan humor dan dinamika interaksi kakak-adik yang menjadi ciri khas kontennya. Keunikan tersebut menjadikan akun TikTok @mochfairuzzz relevan untuk diteliti sebagai kasus yang dapat memberikan pemahaman mengenai proses pembentukan *personal branding* kreator di media sosial.

Selain itu, studi kasus memungkinkan penggunaan berbagai sumber data, seperti wawancara mendalam, observasi nonpartisipan, dan dokumentasi. Penggunaan berbagai sumber data tersebut membantu peneliti memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi *personal branding* yang dilakukan oleh Moch Fairuz Abadi, baik dari perspektif kreator, ahli, maupun audiens yang mengikuti kontennya.

3.1.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan pihak yang menjadi sumber utama data penelitian. Menurut Sahir (2020), subjek penelitian adalah individu atau kelompok yang memiliki pengalaman langsung terhadap fenomena yang diteliti dan mampu memberikan informasi yang relevan. Subjek dalam penelitian ini adalah Moch Fairuz Abadi kreator konten TikTok yang mengelola akun @mochfairuzzz. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive atau bertujuan, dengan pertimbangan sebagai berikut.

Pertama, Moch Fairuz Abadi secara konsisten membuat konten humor yang menampilkan interaksi keluarga, terutama dinamika kakak-adik. Konsistensi ini sesuai dengan fokus penelitian.

Kedua, akun @mochfairuzzz memiliki engagement yang cukup tinggi, terlihat dari jumlah views, likes, dan komentar yang aktif. Hal ini menunjukkan bahwa *personal branding* yang dibangun cukup efektif menarik perhatian audiens.

Ketiga, konten yang ditampilkan memiliki karakteristik khas yang mudah dikenali audiens, menunjukkan adanya strategi *personal branding*

yang konsisten. Hal ini menjadikan akun tersebut relevan dan representatif untuk dikaji dalam konteks *self-presentation* dan *self-identity*.

3.1.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dipahami sebagai metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2020), dalam penelitian kualitatif, proses pengumpulan data dilakukan secara alami dengan menekankan pada kedalaman informasi yang diperoleh dari lapangan.

Creswell (2014) menyebutkan beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, diantaranya:

1. Observasi ialah mengamati langsung terhadap perilaku atau kejadian.
2. Wawancara yaitu percakapan dengan tujuan menggali informasi mendalam dari narasumber.
3. Dokumentasi yakni pengumpulan data melalui dokumen tertulis, visual, maupun audio.
4. Materi audio visual berupa foto, video, rekaman, atau artefak digital lainnya.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data utama, yaitu wawancara mendalam, observasi non-partisipan, dan dokumentasi. Pemilihan ketiga teknik tersebut didasarkan pada kebutuhan untuk memperoleh data yang komprehensif dari berbagai sumber dan perspektif.

3.1.3.1 Wawancara mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan langsung dan intens antara peneliti dan narasumber. Tujuannya adalah menggali informasi, pengalaman, dan pandangan narasumber secara detail tentang topik yang diteliti (Moleong, 2017).

Ada tiga jenis wawancara berdasarkan strukturnya (Sugiyono, 2017):

1. Wawancara terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan peneliti mengikuti daftar pertanyaan yang sudah disiapkan secara ketat.
2. Wawancara semi-terstruktur merupakan wawancara yang memiliki panduan pertanyaan, tapi fleksibel berkembang sesuai situasi.
3. Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara bebas tanpa panduan baku, hanya menanyakan garis besar topik kepada narasumber.

Penelitian ini menggunakan wawancara semi-terstruktur karena memberikan keseimbangan antara arahan yang jelas dan kebebasan untuk menggali informasi lebih dalam saat wawancara berlangsung. Dengan wawancara semi-terstruktur, peneliti tetap memiliki panduan pertanyaan namun fleksibel mengikuti alur pembicaraan yang berkembang.

Beberapa narasumber wawancara dalam penelitian ini:

1. Moch Fairuz Abadi (@mochfairuzzz). Sebagai kreator konten TikTok, subjek utama dalam penelitian.
1. Adi Permana, S.Sos., M.I.Kom Ahli Media Sosial/Konten Kreator. Sebagai praktisi dan ahli di bidang media sosial.
2. Mega Mutia M, M.I.Kom. Dosen Ahli Komunikasi Sebagai akademisi yang ahli dalam komunikasi digital dan media sosial.
3. Audiens akun @mochfairuzzz. Sebagai penerima konten atau target audiens.

Alasan peneliti memilih wawancara semi-terstruktur karena memungkinkan peneliti untuk tetap fokus pada topik penelitian namun fleksibel dalam menggali informasi baru yang muncul. Memberikan ruang bagi narasumber untuk mengekspresikan pandangan dan pengalaman mereka secara natural tanpa terlalu kaku dan dibatasi. Serta, memfasilitasi dialog yang lebih mendalam dibandingkan wawancara terstruktur yang kaku, dan sesuai dengan paradigma konstruktivis yang menekankan pada konstruksi makna bersama antara peneliti dan subjek.

Prosedur wawancara dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, peneliti mengidentifikasi dan menentukan narasumber yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kedua, peneliti menghubungi narasumber untuk meminta kesediaan serta menentukan waktu dan tempat pelaksanaan wawancara. Ketiga, peneliti menyusun pedoman wawancara berdasarkan fokus penelitian dan teori yang digunakan. Keempat, peneliti melaksanakan wawancara secara langsung maupun daring sesuai kesepakatan dengan narasumber.

Selama proses wawancara berlangsung, peneliti melakukan pencatatan serta merekam percakapan dengan persetujuan narasumber. Kelima, hasil wawancara ditranskripsikan ke dalam bentuk teks untuk memudahkan proses analisis data. Keenam, peneliti melakukan pengecekan kembali terhadap hasil wawancara guna memastikan kesesuaian informasi yang diperoleh dengan tujuan penelitian.

3.1.3.2 Observasi non-partisipan

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap objek yang menjadi fokus penelitian. Melalui observasi, peneliti melakukan pencatatan secara terstruktur terhadap perilaku, peristiwa, maupun fenomena yang muncul selama proses penelitian berlangsung (Sugiyono, 2017).

Berdasarkan keterlibatan peneliti, observasi dibagi menjadi dua jenis (Moleong, 2017):

1. Observasi partisipan merupakan bentuk observasi yang melibatkan peneliti secara langsung dalam aktivitas subjek yang sedang diamati.
2. Observasi non-partisipan adalah jenis observasi di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam aktivitas subjek, melainkan hanya melakukan pengamatan dari luar.

Penelitian ini menggunakan observasi non-partisipan. Observasi dilakukan terhadap konten TikTok pada akun @mochfairuzzz yang telah

dipublikasikan. Peneliti mengamati tanpa terlibat langsung dalam proses produksi konten atau interaksi di platform tersebut. Aspek yang diobservasi dalam konten TikTok @mochfairuzzz mencakup gaya komunikasi verbal, komunikasi non-verbal, elemen visual konten, dinamika interaksi kakak-adik, strategi *self-presentation*, respons dan interaksi audiens.

Alasan peneliti memilih observasi non-partisipan karena konten sudah diunggah secara terbuka di media sosial TikTok, sehingga peneliti dapat mengamati tanpa mengganggu proses kerja langsung kreator. Observasi non-partisipan ini juga memungkinkan peneliti untuk lebih objektif dalam mengamati tanpa mempengaruhi perilaku subjek. Serta sesuai dengan pendekatan studi kasus yang menekankan pada pemahaman fenomena dalam konteks alamiahnya.

Prosedur observasi dilakukan dengan beberapa tahapan. Pertama, peneliti menentukan periode observasi konten yang diunggah dalam tiga hingga enam bulan terakhir. Kedua, peneliti menonton dan mencatat setiap konten secara sistematis. Ketiga, peneliti membuat catatan observasi atau *field notes* yang mencakup deskripsi konten, interpretasi awal, dan refleksi. Keempat, peneliti membuat *screenshot* atau *screen recording* untuk dokumentasi. Kelima, observasi dilakukan berulang untuk memastikan konsistensi data.

Selain melakukan pencatatan terhadap konten yang diamati, peneliti juga melakukan pengelompokan data berdasarkan tema-tema yang relevan dengan fokus penelitian, seperti bentuk humor yang ditampilkan, pola interaksi kakak-adik, cara kreator berinteraksi dengan audiens, serta bentuk presentasi diri yang muncul dalam konten. Hasil observasi kemudian dibandingkan dengan data hasil wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

3.1.3.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui dokumen atau rekaman yang sudah ada (Sugiyono, 2017). Dokumentasi dalam

penelitian kualitatif mencakup berbagai jenis materi tertulis, visual, dan digital yang relevan dengan fenomena yang diteliti.

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa tangkapan layar konten, *caption*, komentar, profil akun, serta data statistik akun TikTok yang relevan dengan penelitian. Selain itu, beberapa dokumen tambahan seperti transkrip hasil wawancara, serta catatan lapangan akan menjadi arsip penting dalam penelitian ini. Teknik ini digunakan untuk memperkuat data hasil wawancara dan observasi.

Jenis dokumen yang dikumpulkan dalam penelitian ini mencakup beberapa hal. Pertama konten video TikTok berupa video konten dari akun @mochfairuzzz dalam format *screen recording* atau *download* langsung dengan persetujuan kreator. Kedua data pendukung konten yang meliputi *caption* konten, *hashtag* yang digunakan, tanggal dan waktu publikasi, serta jumlah *views*, *likes*, *comments*, dan *shares*. Ketiga komentar audiens berupa *screenshot* komentar yang mewakili serta respons kreator terhadap komentar.

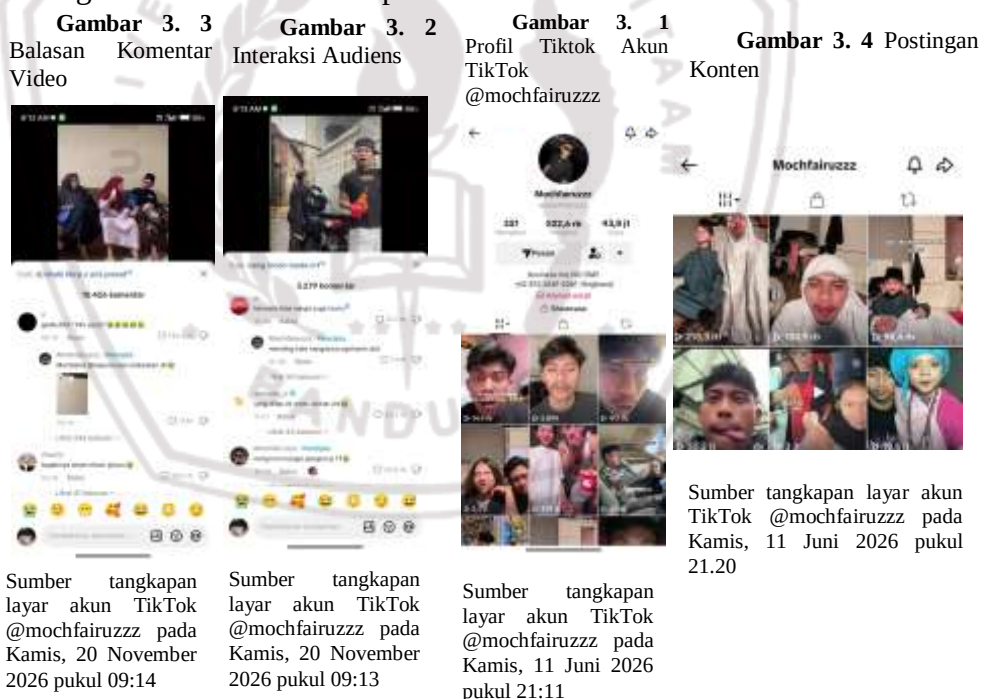
Keempat profil akun yang mencakup informasi bio akun, jumlah *followers* dan *following*, serta konten yang di-pin atau difavoritkan. Kelima adalah transkrip wawancara berupa hasil transkrip akurat dari semua wawancara yang dilakukan serta rekaman audio wawancara sebagai arsip. Keenam catatan lapangan atau *field notes* yang berisi catatan observasi dan refleksi peneliti selama proses penelitian.

Alasan peneliti memasukan dokumentasi kedalam teknik pengumpulan data karena dokumentasi memberikan bukti konkret dan permanen terkait fenomena yang diteliti, melengkapi juga data dari wawancara dan observasi, memungkinkan analisis berulang terhadap konten yang sama, serta memperkuat validitas data melalui triangulasi sumber.

Prosedur dokumentasi dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahap awal dokumentasi dilakukan dengan mengidentifikasi dokumen yang

memiliki keterkaitan dengan fokus dan pertanyaan penelitian. Pada tahap selanjutnya, dokumen yang telah teridentifikasi dikumpulkan dan diarsipkan secara terstruktur. Setiap dokumen diberi kode dan label untuk memudahkan analisis. Tahap akhir dokumentasi dilakukan dengan menganalisis dokumen secara bersamaan dengan data hasil wawancara dan observasi lapangan.

Seluruh dokumen yang telah dikumpulkan selanjutnya diseleksi berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian. Dokumen yang dianggap sesuai kemudian diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori, seperti dokumentasi konten, dokumentasi interaksi audiens, dokumentasi profil akun, serta dokumentasi hasil wawancara. Pengelompokan tersebut dilakukan untuk memudahkan proses analisis dan pencocokan data dengan hasil observasi maupun wawancara.



3.1.4 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan, mengurutkan, mengelompokkan, dan meninterpretasi data yang telah dikumpulkan untuk memberikan makna dan jawaban terhadap pertanyaan penelitian (Moleong,

2017). Dalam penelitian kualitatif, proses analisis data dilakukan sejak awal hingga akhir penelitian serta bersifat berulang dan reflektif.

Teknik analisis data pada penelitian kualitatif bersifat iduktif, di mana analisis dilakukan berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, kemudian pola hubungannya diuraikan untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menerapkan teknik analisis data model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang mencakup tiga alur kegiatan utama yang dilakukan secara berkesinambungan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

3.1.4.1 Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses penyederhanaan data dengan cara menyeleksi informasi yang dianggap penting dan relevan, serta mengeliminasi data yang tidak diperlukan. (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024). Proses ini tidak hanya sebatas pemilihan data, tetapi juga mencakup kegiatan analisis seperti menajamkan, mengelompokkan, mengarahkan, dan mengorganisasi data agar kesimpulan yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan.

Reduksi data dilakukan secara berkesinambungan selama proses penelitian berlangsung. Peneliti mengidentifikasi unit-unit informasi yang sesuai dengan fokus penelitian, kemudian mengelompokkannya berdasarkan tema atau karakteristik tertentu. Sementara itu, data yang tidak relevan disisihkan agar analisis tetap terarah dan fokus. Dalam penelitian ini, semua rekaman wawancara ditranskrip verbatim, catatan observasi dituliskan dalam *field notes*, dan dokumentasi visual serta audio diorganisir dengan sistematis.

Setelah transkripsi, peneliti melakukan pengodean, yaitu pemberian label pada segmen data untuk mengidentifikasi tema dan kategori.

Data yang telah dikode kemudian dikategorikan berdasarkan kesamaan tema, meliputi strategi *self-presentation*, konstruksi *self-identity*, penggunaan humor dalam konten, dinamika interaksi kakak-adik, respons

dan persepsi audiens, serta konsistensi *personal branding*. Peneliti kemudian memilih data yang relevan dengan fokus penelitian, sementara data yang tidak relevan dieliminasi agar analisis tetap tajam dan fokus.

3.1.4.2 Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahap penyusunan dan pengorganisasian informasi secara sistematis sehingga memudahkan peneliti dalam memahami temuan penelitian serta merencanakan langkah analisis selanjutnya (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024). Menurut Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), penyajian data dalam penelitian kualitatif yang paling banyak digunakan adalah teks yang bersifat naratif.

Dalam penelitian ini, data disajikan dalam beberapa bentuk. Pertama adalah narasi deskriptif yang menggambarkan secara detail temuan penelitian. Narasi ini disusun mengikuti tema-tema utama yang telah dikategorikan dalam tahap reduksi data, dengan menyertakan kutipan langsung atau verbatim dari hasil wawancara untuk memperkuat deskripsi dan memberikan bukti empiris.

Kedua adalah matriks atau tabel untuk mempermudah perbandingan dan identifikasi pola. Peneliti dapat membuat tabel perbandingan strategi *self-presentation* antar narasumber, matriks jenis humor yang digunakan dalam konten beserta frekuensi kemunculannya, atau tabel frekuensi tema yang muncul untuk mengidentifikasi pola dominan.

Ketiga adalah bagan atau diagram untuk memvisualisasikan hubungan antar kategori atau konsep. Diagram dapat menggambarkan proses pembentukan *personal branding* atau menunjukkan hubungan antara *self-presentation*, *self-identity*, dan *personal branding* sehingga terlihat jelas bagaimana ketiga elemen ini saling terkait.

Melalui penyajian data yang tersusun dengan baik, peneliti dapat mengidentifikasi pola, hubungan, serta tema-tema yang muncul dari data mentah. Penyajian data tidak sekadar menampilkan informasi, tetapi juga

memberikan konteks dan makna yang mendalam tentang fenomena yang diteliti.

3.1.4.3 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan mulai dari proses pengumpulan data dengan tujuan memahami makna dari data yang diperoleh (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024). Kesimpulan dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan dapat mengalami perubahan seiring dengan ditemukannya data baru.

Proses penarikan kesimpulan diawali dengan mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari data yang telah direduksi dan disajikan. Pola-pola ini dapat berupa kesamaan strategi yang digunakan kreator, konsistensi dalam cara menampilkan diri, atau tema-tema tertentu yang muncul berulang dalam konten.

Temuan kemudian diinterpretasikan berdasarkan kerangka teori yang telah ditentukan. Peneliti menggunakan *self-presentation theory* untuk memahami bagaimana kreator mengelola kesan atau *impression management* melalui konten TikTok, *self-identity theory* untuk memahami bagaimana identitas diri kreator dikonstruksi dan ditampilkan secara konsisten, serta konsep *personal branding* sebagai kerangka untuk memahami strategi keseluruhan dalam membangun citra.

Kesimpulan yang telah ditarik kemudian divalidasi melalui triangulasi dengan membandingkan temuan dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data. Verifikasi dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu merenungkan kembali sepanjang penulisan, meninjau pula catatan yang didapatkan dari lokasi, mengkaji ulang dan berdiskusi dengan dosen pembimbing, serta melakukan *member checking* dengan meminta konfirmasi dari partisipan apakah interpretasi peneliti sesuai dengan maksud mereka.

Kesimpulan akhir menjawab pertanyaan penelitian tentang bagaimana strategi *self-presentation* yang digunakan Moch Fairuz Abadi, bagaimana *self-identity* kreator terbentuk dan ditampilkan dalam konten, bagaimana humor dan dinamika kakak-adik berkontribusi pada *personal branding*,

serta bagaimana persepsi audiens terhadap personal branding yang dibangun. Kesimpulan yang dihasilkan harus didasarkan pada data yang diperoleh dalam penelitian, bukan pada asumsi atau keinginan subjektif peneliti.

3.1.5 Uji Validasi Data (Keabsahan Data dan Hasil Penelitian)

Keabsahan data menjadi aspek krusial dalam penelitian kualitatif untuk memastikan bahwa temuan penelitian memiliki tingkat kredibilitas, dapat dipercaya, serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Moleong, 2017). Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif memiliki karakteristik yang berbeda dengan uji validitas dan reliabilitas pada penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kualitatif, uji keabsahan data lebih menekankan pada kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas temuan penelitian.

Menurut Sugiyono (2017), uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji kredibilitas (*credibility*), uji transferabilitas (*transferability*), uji dependabilitas (*dependability*), dan uji konfirmabilitas (*confirmability*). Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah triangulasi. Triangulasi dipilih karena dapat mengecek dan memvalidasi data dari berbagai sumber, teknik, dan waktu yang berbeda sehingga meningkatkan kredibilitas temuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sebagai metode utama untuk menguji keabsahan data. Triangulasi dipilih karena memungkinkan peneliti untuk membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dan teknik yang berbeda (Patton, 2015). Melalui penerapan triangulasi, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh tidak bersumber dari satu perspektif semata, melainkan telah dikaji dari berbagai sudut pandang sehingga temuan penelitian menjadi lebih kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan.

1. Triangulasi

Triangulasi merupakan teknik validasi data yang dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber atau teknik yang berbeda. Tujuannya untuk memastikan data yang diperoleh akurat dan dapat dipercaya (Moleong, 2017). Triangulasi merupakan salah satu teknik uji keabsahan data yang paling penting dalam penelitian kualitatif karena dapat mengurangi bias dan meningkatkan kredibilitas temuan penelitian.

Menurut Sugiyono (2017), triangulasi dimaknai sebagai upaya untuk mengecek kredibilitas data dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, teknik, dan waktu. Dengan demikian, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik karena model ini memungkinkan analisis secara sistematis dan memvalidasi temuan dari berbagai perspektif (Patton, 2015).

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan untuk menguji keabsahan data dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari beberapa sumber yang berbeda (Sugiyono, 2017). Triangulasi sumber dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan cara observasi secara langsung dan di video, wawancara secara langsung dan direkam seluruh percakapan dengan narasumber, mendiskusikan dan mendokumentasikan kembali percakapan dengan narasumber atau adanya pengecekan kembali.

Narasumber triangulasi sumber dalam penelitian ini meliputi:

2. Moch Fairuz Abadi (@mochfairuzzz). Sebagai kreator konten TikTok, subjek utama dalam penelitian.
3. Adi Permana, S.Sos., M.I.Kom Ahli Media Sosial/Konten Kreator. Sebagai praktisi dan ahli di bidang media sosial.
4. Mega Mutia M, M.I.Kom. Dosen Ahli Komunikasi Sebagai akademisi yang ahli dalam komunikasi digital dan media sosial.

5. Audiens akun @mochfairuzzz. Sebagai penerima konten atau target audiens.

Tabel 3. 1Triangulasi Sumber

No	Kategori Informan	Nama/Profesi	Alasan Pemilihan	Data yang digali	Teknik Wawancara
1	Informan Kunci 	Moch Fairuz Abadi (Kreator TikTok @mochfairuzzz)	Subjek utama penelitian dan pihak yang secara langsung membangun <i>personal branding</i> pada akun TikTok yang diteliti.	Latar belakang pembuatan konten, strategi <i>personal branding</i> , alasan penggunaan humor dan interaksi kakak-adik, proses produksi konten, serta interaksi dengan audiens.	Wawancara Mendalam
2	Informan Utama	Adi Permana, S.Sos., M.I.Kom (Konten Kreator, Penata Humas Dinas Suber Daya Air	Memiliki pengalaman dan pemahaman mengenai <i>personal</i>	Pandangan mengenai strategi <i>personal branding</i> , efektivitas	Wawancara Mendalam

		Mengelola Publikasi dan Dokumentasi, Sering Mengikuti Pelatihan Mengenai Pembuatan Konten, Ahli Media Sosial)	<i>branding</i> serta pengelolaan media sosial.	penggunaan humor dalam konten, konsistensi konten, serta penilaian terhadap <i>personal branding</i>	
3	Informan Ahli 	Mega Mutia Maeskina, M.I.Kom (Dosen Ilmu Komunikasi UNISAL, Talent Manager & KOL Spesialis, Owner MN Skills Academy, Owner MM Management, Master Of Ceremony /Akademisi Komunikasi)	Memiliki kompetensi akademik dalam bidang komunikasi digital dan media sosial.	Analisis teoritis terkait <i>self-presentation</i> , <i>self-identity</i> , <i>personal branding</i> , serta relevansi fenomena yang diteliti dalam kajian komunikasi digital.	Wawancara Mendalam

4	Informan Pendukung 	Zaniar Apriliani (Audiens akun @mochfairuzzz)	Penerima pesan dan pihak yang merasakan secara langsung <i>personal branding</i> yang dibangun oleh kreator.	Persepsi terhadap karakter Moch Fairuz Abadi, kesan yang terbentuk dari konten, alasan mengikuti akun, serta pandangan mengenai humor dan interaksi kakak-adik yang ditampilkan.	Wawancara Mendalam
---	---	--	--	--	--------------------

(Sumber: Olahan Peneliti, 2026)

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dan diperbandingkan guna menghasilkan kesimpulan yang komprehensif. Perbandingan data dilakukan untuk mengidentifikasi konsistensi yaitu informasi yang sama dari berbagai sumber, inkonsistensi yaitu perbedaan perspektif yang perlu dieksplorasi lebih lanjut untuk memahami konteks yang lebih mendalam, dan komplementaritas yaitu informasi yang saling melengkapi untuk memberikan gambaran lengkap tentang fenomena yang diteliti (Moleong, 2017).

Penambahan audiens dalam triangulasi sumber sangat penting karena *personal branding* tidak hanya tentang apa yang ditampilkan atau diintensikan oleh kreator, tetapi juga tentang bagaimana citra

tersebut diterima, ditangkap, dan dimaknai oleh audiens. Jika ada gap atau perbedaan antara intensi kreator dan persepsi audiens, hal tersebut memberikan *insight* penting tentang efektivitas strategi komunikasi dan gap yang mungkin terjadi dalam proses pembentukan *personal branding*.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan cara observasi secara langsung dan di video, wawancara secara langsung dan direkam seluruh percakapan dengan narasumber, mendiskusikan dan mendiskusikan kembali percakapan dengan narasumber atau adanya pengecekan kembali (Sugiyono, 2017). Triangulasi teknik dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yang berbeda:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali data verbal, persepsi, pengalaman, dan makna subjektif dari narasumber. Wawancara memberikan akses ke *internal perspective*, yaitu apa yang dipikirkan, dimaksudkan, dirasakan, dan dialami oleh narasumber. Wawancara dilakukan secara tatap muka langsung dengan durasi yang disesuaikan dengan kebutuhan informasi, dan seluruh percakapan direkam dengan persetujuan narasumber untuk kemudian ditranskrip dan dianalisis.

2. Observasi Non-Partisipan

Observasi non-partisipan dilakukan untuk mengamati praktik aktual dalam konten, yaitu apa yang benar-benar ditampilkan oleh kreator di TikTok. Observasi memberikan akses ke *external manifestation* yang dapat berbeda dengan apa yang diklaim dalam wawancara. Observasi dilakukan baik secara langsung

ketika kreator membuat konten maupun melalui video konten yang telah dipublikasikan di platform TikTok. Peneliti mencatat gaya komunikasi, penggunaan humor, dinamika interaksi, elemen visual, dan strategi *self-presentation* yang muncul dalam konten.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan bukti konkret dan permanen berupa video konten, *caption*, *hashtag*, komentar audiens, dan statistik engagement. Dokumentasi memberikan bukti empiris yang dapat dianalisis berulang kali dan dibandingkan dengan data dari teknik lainnya. Seluruh dokumentasi diarsipkan secara sistematis untuk memudahkan proses analisis dan verifikasi.

Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar atau mungkin semuanya benar karena sudut pandangnya berbeda (Sugiyono, 2017). Misalnya, jika dalam wawancara kreator mengklaim bahwa kontennya spontan, namun observasi menunjukkan adanya perencanaan yang matang, dan dokumentasi menunjukkan editing yang detail, maka peneliti akan melakukan konfirmasi ulang untuk memahami bagaimana kreator mendefinisikan "spontan" dalam konteksnya.

Dengan menggunakan dua jenis triangulasi ini, penelitian memastikan bahwa temuan tidak hanya berasal dari satu sumber atau satu metode saja, melainkan telah divalidasi dari berbagai sudut pandang dan teknik pengumpulan data yang berbeda. Hal ini meningkatkan kredibilitas, reliabilitas, dan kedalaman analisis penelitian (Patton, 2015).

3.2 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah akun TikTok @mochfairuzzz yang dikelola oleh Moch Fairuz Abadi. Akun ini dikenal melalui konten humor keseharian dengan menampilkan dinamika interaksi kakak-adik. Konten yang ditampilkan cenderung ringan dan spontan, mencerminkan kehidupan sehari-hari. Hal ini membentuk *personal branding* yang terasa autentik dan mudah dikenali audiens. Humor yang digunakan sebagian besar berbasis pada interaksi yang mengalir antara kreator dengan adiknya, menciptakan kesan narural dan kedekatan yang menjadi daya tarik khas akun ini.

Melalui konsistensi tema dan gaya penyampaian dalam setiap konten, akun @mochfairuzzz berhasil membangun identitas yang kuat sebagai kreator konten humor keluarga. *Personal branding* yang dibangun tidak hanya mengandalkan kualitas konten, tetapi juga pada hubungan asli yang tercipta antara kreator, adiknya, dan audiens.

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada domisili subjek penelitian, yaitu Moch Fairuz Abadi selaku pengelola akun TikTok @mochfairuzzz yang menjadi objek utama dalam penelitian ini.

Kecamatan Majalaya merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Bandung yang secara geografis terletak di bagian tenggara Kota Bandung, berjarak sekitar 20-25 kilometer dari pusat Kota Bandung. Majalaya secara historis dikenal sebagai kawasan industri tekstil yang cukup berkembang sejak masa kolonial Belanda, meskipun dalam beberapa dekade terakhir mengalami penurunan aktivitas industri. Saat ini, Majalaya berkembang menjadi wilayah dengan karakteristik semi-urban yang memadukan kehidupan perkotaan dengan nuansa pedesaan yang masih kental.

Batas Wilayah Kecamatan Majalaya:

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Solokan Jeruk. Wilayah ini menjadi penghubung utama menuju jalur Rancaekek dan area industri

di sekitarnya, yang juga merupakan akses menuju jalur Cileunyi dan perbatasan Kabupaten Sumedang.

2. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Ciparay. Jalur ini merupakan akses strategis utama bagi warga Majalaya yang ingin menuju pusat pemerintahan Kabupaten Bandung di Soreang atau menuju ke arah pusat Kota Bandung melalui jalur selatan. Wilayah Ciparay juga dikenal sebagai kawasan dengan karakteristik pedesaan yang masih kuat dengan area persawahan yang luas.
3. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Paseh dan Kecamatan Ibum. Wilayah Ibum sendiri merupakan daerah dataran tinggi yang menghubungkan Majalaya ke arah kawasan wisata Kamojang (yang terkenal dengan sumber panas bumi dan pembangkit listrik *geothermal*) serta mengarah ke Kabupaten Garut. Jalur timur ini memiliki geografi yang lebih berbukit dan sejuk dengan pemandangan alam pegunungan.
4. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Paseh dan mengarah ke wilayah perbukitan di bagian selatan Kabupaten Bandung. Wilayah selatan ini memiliki topografi yang lebih tinggi dan umumnya merupakan area perkebunan serta pemukiman yang lebih jarang dengan udara yang lebih sejuk dibandingkan pusat kecamatan.

Penelitian ini juga dilakukan secara daring dan luring. Aspek daring mencakup observasi dan analisis konten digital yang dipublikasikan melalui akun TikTok @mochfairuzzz, termasuk pengamatan terhadap pola interaksi dengan audiens di platform tersebut. Sementara aspek luring meliputi wawancara mendalam secara tatap muka langsung dengan subjek penelitian di lokasi domisilinya di Majalaya, serta wawancara daring (melalui video call atau aplikasi pesan) yang dilakukan sebagai tindak lanjut atau klarifikasi data sesuai kebutuhan penelitian.

Gambar 3. 5 Peta Lokasi Penelitian
Google Maps



Sumber tangkapan layar Google Maps pada
Minggu, 25 Januari 2026 pukul 00:25

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2026, dengan rentang waktu yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian yaitu, penyusunan proposal, pengumpulan data, analisis data dan pengolahan temuan, penyusunan hasil, meliputi tahap observasi awal, wawancara, pengolahan data, hingga penulisan laporan penelitian.

Tabel 3. 2Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan															
		Januari				April				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal																
2	Seminar Usulan Penelitian																
3	Pengumpulan Data																
4	Analisis Data dan Pengolahan Temuan																
5	Penyusunan BAB IV dan V																
6	Revisi dan Persiapan Sidang Skripsi																

(Sumber: olahan peneliti, 2026)

Rentang waktu penelitian mencakup beberapa tahapan utama, yaitu:

1. Tahap penyusunan proposal Bab 1 - Bab 3 (November 2025 - Januari 2026)

Pada tahap ini, peneliti melakukan studi literatur, membuat pertanyaan, tujuan, *setting* penelitian yang akan dilakukan, mencari jurnal terdahulu sebagai *research gap* untuk celah penelitian, menentukan teori yang akan digunakan dalam penelitian, penyusunan kerangka konseptual penelitian, identifikasi subjek penelitian, menentukan metodologi yang akan digunakan dalam penelitian, serta observasi awal terhadap konten-konten yang dipublikasikan oleh akun @mochfairuzzz untuk memahami pola, tema, dan karakteristik umum konten yang diproduksi.

2. Tahap Pengumpulan Data Lapangan (Juni 2026)

Tahap ini merupakan periode utama pengumpulan data primer melalui wawancara mendalam dengan subjek penelitian baik secara tatap muka langsung di Majalaya maupun secara daring, lalu wawancara dengan beberapa narasumber lain untuk mendukung keabsahan data yang diberikan oleh subjek. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi non-partisipan terhadap aktivitas postingan konten dan interaksi subjek dengan audiens di platform TikTok secara lebih intensif.

3. Tahap Analisis Data Dan Pengolahan Temuan Data (Juni 2026)

Pada tahap ini, seluruh data yang telah dikumpulkan baik berupa transkrip wawancara, catatan observasi lapangan, akun media sosial, maupun konten digital dianalisis secara mendalam menggunakan pendekatan studi kasus. Peneliti melakukan proses reduksi data, pengelompokan data ke dalam kategori dan tema tertentu, serta penarikan kesimpulan berdasarkan pola-pola yang muncul dalam kasus tersebut.

4. Tahap Penulisan dan Penyusunan Hasil Temuan (Juni 2026)

Tahap akhir ini meliputi penyusunan draft hasil penelitian, revisi berdasarkan masukan dari pembimbing, serta penyelesaian hasil penelitian dalam bentuk skripsi.