

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode kualitatif dipilih karena berfokus pada pengalaman subjektif serta proses pertimbangan siswi SMA Negeri 2 Padang dalam pembelian produk *make up* yang didorong oleh persuasi *beauty influencer*.

Dalam penelitian ini melakukan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini berupaya membiarkan fenomena terungkap secara alami melalui pertanyaan yang memancing, sehingga subjek dapat menceritakan berbagai pengalamannya terkait fenomena yang dialami.⁴⁷ Pendekatan fenomenologi dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pengalaman subjektif serta proses pertimbangan siswi SMA Negeri 2 Padang dalam merespons persuasi *beauty influencer* pada pembelian produk *make up*.

Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana siswi merespons persuasi yang disampaikan oleh *beauty influencer* di media sosial hingga mendorong pembelian produk *make up*.

B. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMA Negeri 2 Padang, yang berlokasi di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Sekolah ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu SMA yang memiliki populasi siswi dengan latar

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 76-77.

belakang sosial dan budaya yang beragam, serta aktif dalam penggunaan media sosial dan tren produk *make up*. Subjek dalam penelitian ini adalah siswi-siswi SMA Negeri 2 Padang yang menggunakan produk *make up* dan aktif mengikuti konten *beauty influencer* di media sosial. Dalam konteks penelitian ini, memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Merupakan siswi aktif di SMA Negeri 2 Padang yang berusia antara 15-18 tahun. Subjek harus terdaftar secara resmi sebagai peserta didik di sekolah tersebut pada saat penelitian berlangsung.
2. Menggunakan produk *make up*, seperti bedak, *lip tint*, *cushion* atau *Skintint* dan produk *make up* lainnya. Siswi yang menjadi subjek minimal telah memiliki pengalaman menggunakan *make up* dalam kehidupan sehari-hari, baik di sekolah maupun saat beraktivitas di luar.
3. Mengikuti atau terpapar konten dari *beauty influencer* di media sosial. Subjek mengikuti atau sering melihat konten dari *beauty influencer* di platform seperti Instagram, TikTok, atau YouTube, dan menjadikannya sebagai referensi dalam memilih produk *make up*.

Dalam penelitian ini, pemilihan informan dilakukan secara selektif dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih orang yang paling relevan dengan tujuan penelitian berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Jumlah informan dalam penelitian ini tidak ditentukan sejak awal, melainkan ditentukan sampai data jenuh (*data saturation*) yaitu ketika pengumpulan data yang diperoleh telah berulang atau jawaban informan sama dengan informan sebelumnya dan tidak lagi menemukan temuan baru yang signifikan.

C. Sumber Data

Studi ini membedakan antara sumber data primer dan data sekunder, masing-masing memainkan peran penting dalam metodologi penelitian. Data yang dikumpulkan berasal dari dua jenis sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder. Kedua jenis data ini digunakan secara komplementer untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh dan mendalam mengenai topik yang diteliti.⁴⁸ Data primer digunakan sebagai landasan utama dalam menganalisis proses pertimbangan siswi secara langsung melalui interaksi di lapangan, sementara data sekunder berfungsi sebagai pelengkap untuk memperkuat landasan teoritis serta memberikan konteks dari sudut pandang akademik dan statistik nasional yang relevan.

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari siswi SMA Negeri 2 Padang melalui wawancara dan observasi. Data ini menggambarkan pengalaman, proses pertimbangan, serta peran persuasi *beauty influencer* dalam pembelian produk *make up*.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang relevan untuk mendukung pembahasan dan analisis. Sumber tersebut meliputi buku-buku ilmiah, jurnal penelitian, artikel, skripsi terdahulu, laporan survei.

Dalam konteks penelitian ini, data sekunder membantu memberikan

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 224-225.

gambaran umum mengenai tentang apa yang diteliti. Data ini tidak diperoleh secara langsung dari informan, melainkan dari sumber yang telah dipublikasikan sebelumnya dan dapat dipercaya, seperti laporan riset, artikel *online*, serta publikasi pemerintah atau lembaga swasta yang relevan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi non-partisipatif dan dokumentasi. Ketiga metode ini dipilih untuk memperoleh data yang mendalam mengenai bagaimana persuasi *beauty influencer* mendorong pembelian produk *make up* serta apa saja pertimbangan siswi SMA dalam proses pembelian tersebut.

1. Wawancara

Wawancara ini bertujuan untuk menggali makna subjektif dari masing-masing siswi terhadap penggunaan produk *make up* dari rekomendasi *beauty influencer*. Teknik ini bersifat semi-terstruktur, di mana peneliti menyiapkan pertanyaan panduan namun tetap memberi ruang bagi informan untuk menjelaskan pengalaman dan pendapatnya secara bebas.⁴⁹

2. Observasi

Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara non-partisipatif, di mana peneliti mengamati situasi dan kondisi lingkungan informan selama proses wawancara berlangsung sebagai data pendukung. Observasi ini membantu peneliti memahami konteks sosial informan secara umum.⁵⁰ Peneliti

⁴⁹ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian.*, 83.

⁵⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 199

memperoleh informasi mengenai aktivitas dan kebiasaan informan dalam menggunakan produk *make up* serta interaksinya dengan konten media sosial, khususnya yang berkaitan dengan *beauty influencer*, diperoleh melalui wawancara mendalam.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data pendukung yang berkaitan dengan persuasi *beauty influencer* dalam mendorong pembelian produk *make up* pada siswi SMA Negeri 2 Padang. Data dokumentasi diperoleh melalui pengumpulan sumber seperti foto kegiatan observasi di lapangan. Dokumentasi ini bertujuan untuk melengkapi hasil wawancara dan observasi sehingga data yang diperoleh menjadi lebih akurat dan kredibel.⁵¹ Melalui teknik ini, peneliti dapat menggambarkan secara visual bagaimana konten *beauty influencer* yang mengandung unsur persuasi mendorong proses pertimbangan siswi hingga terjadi pembelian produk *make up*.

E. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif ini, instrumen utama adalah peneliti sendiri, yang berperan sebagai instrumen kunci (*key instrument*) dalam proses pengumpulan, interpretasi, dan analisis data. Peneliti secara langsung terlibat dalam interaksi dengan informan, mulai dari membangun hubungan, melakukan wawancara, hingga menginterpretasikan data sesuai konteks sosial yang ditemukan di lapangan.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2022), 224-225.

Untuk mendukung kelengkapan serta konsistensi data, penelitian ini juga menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur sebagai instrumen bantu. Pedoman tersebut disusun berdasarkan fokus penelitian, yaitu menganalisis proses pertimbangan siswi SMA Negeri 2 Padang dalam merespon *review* produk yang disampaikan oleh *beauty influencer* hingga mendorong pembelian *make up*. Pertanyaan dalam pedoman wawancara dirancang secara fleksibel dan terbuka, sehingga memungkinkan peneliti menyesuaikan alur diskusi dengan respon serta pengalaman personal informan. Instrumen penelitian ini mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

1. Peneliti sebagai Instrumen

Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen utama (*human instrument*) yang berfungsi sebagai pengumpul, pengolah, sekaligus penafsir data. Peneliti terlibat langsung dalam proses pengumpulan informasi melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.⁵² Dalam penelitian ini, peneliti berperan aktif untuk menggali narasi personal siswi SMA Negeri 2 Padang yang mendorong pembelian *make up*, serta memastikan keabsahan data melalui triangulasi sumber dan teknik.

2. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara digunakan sebagai instrumen bantu untuk menjaga fokus pertanyaan sesuai dengan rumusan masalah penelitian. Wawancara semi-terstruktur memberikan fleksibilitas sehingga peneliti dapat

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2022), 223-224.

mengembangkan pertanyaan tambahan sesuai dengan respons informan.⁵³

Fokus pertanyaan dalam pedoman wawancara diarahkan pada proses pertimbangan siswi dalam merespon persuasi *beauty influencer* di media sosial hingga mendorong pembelian produk *make up*.

F. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data menjadi bagian penting yang harus dijaga agar hasil penelitian dapat dipercaya. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai alat untuk menguji keabsahan data. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai informan yang memiliki karakteristik berbeda namun masih dalam satu kategori siswi SMA. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data seperti wawancara mendalam, dan observasi, untuk melihat konsistensi informasi yang diperoleh.

Selain itu, peneliti juga melakukan *member check*, yaitu mengonfirmasi kembali hasil wawancara kepada informan guna memastikan bahwa data yang ditulis sesuai dengan maksud dan pengalaman siswi. Dengan cara ini, keabsahan dan kredibilitas data dalam penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan.⁵⁴ Untuk menjamin validitas data dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan, antara lain:

⁵³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), hlm. 9.

⁵⁴ Annie P. Alexander, Lincoln and Guba's Quality Criteria for Trustworthiness, *IDC International Journal* 6, no. 4 (2019), hlm2-3.

1. Kredibilitas (*Credibility*)

Untuk meningkatkan kredibilitas data, peneliti melakukan triangulasi teknik, yaitu menggabungkan data dari wawancara mendalam dan dokumentasi berupa foto bersama informan selama proses penelitian. Selain itu, peneliti juga menggali informasi mengenai kebiasaan informan dalam mengakses konten *beauty influencer*, seperti *platform* yang digunakan (misalnya Instagram dan TikTok), untuk memperkuat data yang diperoleh. Peneliti juga melakukan *member check*, yaitu mengonfirmasi hasil transkrip atau kesimpulan sementara kepada informan untuk memastikan bahwa interpretasi yang dilakukan peneliti sesuai dengan pengalaman dan pandangan siswi.

2. Keteralihan (*Transferability*)

Transferabilitas dijaga dengan menyajikan deskripsi kontekstual secara rinci mengenai latar belakang informan, termasuk usia, tingkat kelas, intensitas penggunaan media sosial, serta preferensi terhadap konten *beauty influencer*. Dengan demikian, pembaca dapat menilai relevansi temuan penelitian ini jika diterapkan pada konteks atau kelompok lain dengan karakteristik yang serupa.

3. Kebergantungan (*Dependability*)

Dependabilitas dilakukan dengan menyusun prosedur penelitian secara sistematis dan terdokumentasi, mulai dari penyusunan pedoman wawancara, pelaksanaan wawancara mendalam dengan siswi, proses transkripsi, hingga tahapan analisis data terkait persepsi dan dorongan *beauty influencer* terhadap pembelian produk *make up*. Peneliti juga mencatat setiap perkembangan selama proses pengumpulan data, termasuk perbedaan pandangan antar informan

mengenai konten *beauty influencer* serta faktor-faktor yang mendorong ketertarikan siswi, sehingga proses penelitian dapat ditelusuri dan dipahami secara jelas.

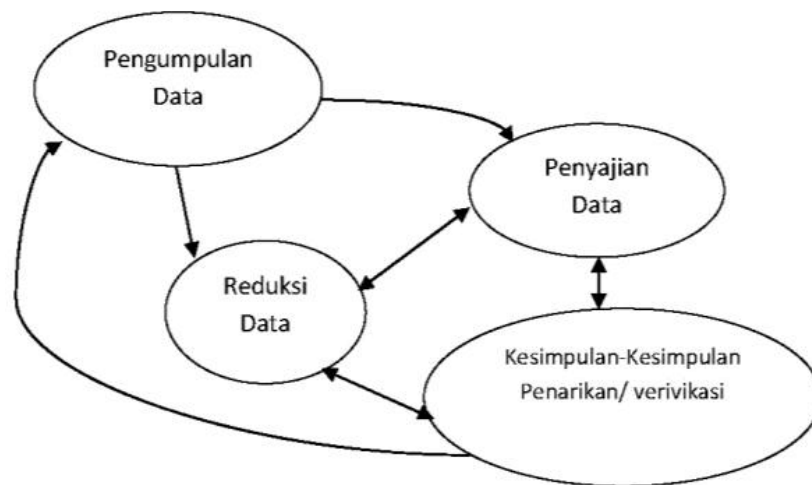
4. Konfirmabilitas (*Confirmability*)

Untuk memastikan bahwa data dan interpretasi berasal dari informasi yang valid dan bukan bias pribadi peneliti, dilakukan audit jejak (*audit trail*) melalui dokumentasi lengkap serta diskusi kolegal (*peer debriefing*) dengan pembimbing dan rekan sejawat. Selain itu, peneliti menyajikan kutipan langsung dari informan mengenai pengalaman siswi dalam mengikuti *beauty influencer* untuk mendukung temuan utama serta menjaga objektivitas dalam penyajian hasil.

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data merupakan proses yang berlangsung secara terus-menerus sejak sebelum peneliti memasuki lapangan, selama pengumpulan data, hingga setelah penelitian selesai. Sugiyono mengadaptasi model analisis Miles & Huberman yang menekankan bahwa analisis kualitatif dilakukan melalui tiga langkah utama yang saling berkaitan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.⁵⁵

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2022), 246-253.



Gambar 3. 1 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahap berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses awal dalam analisis yang dilakukan dengan cara memilih, memfokuskan, menyederhanakan, serta mengorganisasi data yang telah diperoleh dari lapangan. Peneliti menyeleksi informasi yang relevan dengan fokus penelitian dan mengabaikan data yang tidak diperlukan. Pada tahap ini juga dilakukan pengelompokan data berdasarkan tema serta pemberian kode (coding) untuk memudahkan identifikasi pola informasi. Proses reduksi data berlangsung secara pengumpulan data.

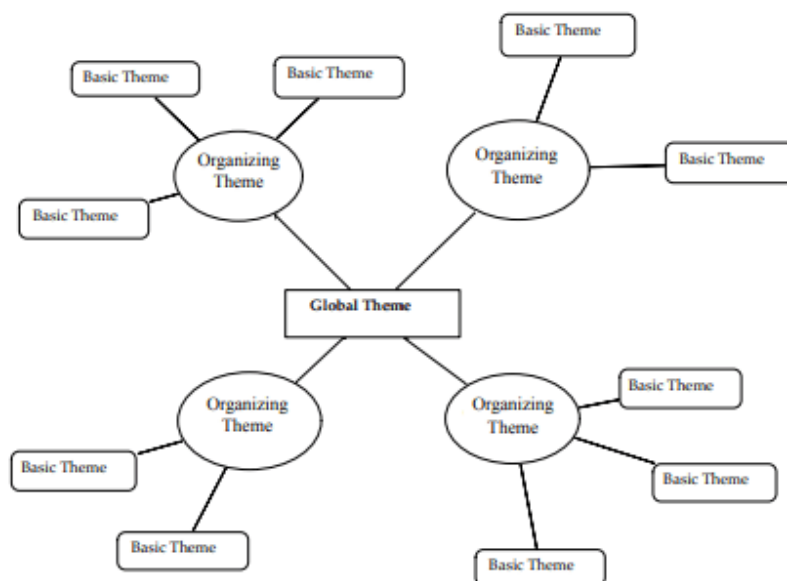
2. Penyajian Data

Tahap penyajian data dilakukan setelah peneliti mereduksi data. Pada tahap ini, peneliti menyusun data ke dalam bentuk uraian naratif yang sistematis sehingga memudahkan dalam memahami keseluruhan temuan. Penyajian data dapat dilengkapi dengan tabel membantu memperjelas hubungan antar kategori atau pola yang ditemukan. Melalui penyajian data yang rapi, peneliti dapat

melihat gambaran utuh mengenai fenomena yang diteliti.

3. Penarik Kesimpulan

Tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan. Pada tahap ini, peneliti merumuskan kesimpulan dari pola, makna, dan hubungan yang ditemukan selama proses analisis. Kesimpulan yang dihasilkan pada awalnya bersifat sementara dan akan diuji kembali melalui verifikasi, seperti triangulasi, pengecekan ulang data, maupun konfirmasi kepada informan. Jika kesimpulan tetap konsisten setelah proses verifikasi, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap valid sebagai temuan akhir penelitian.⁵⁶



Gambar 3. 2 Metode *Thematic Network*

Dalam proses analisis data, peneliti juga menggunakan pendekatan *thematic network* untuk membantu mengorganisasikan dan memahami hubungan antar tema yang ditemukan dari hasil wawancara. Melalui pendekatan ini, data yang telah

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2022), 246-253

dikodekan kemudian dikelompokkan ke dalam beberapa tema dasar (*basic themes*), selanjutnya dikembangkan menjadi tema pengorganisasi (*organizing themes*), hingga membentuk tema utama (*global themes*) yang menggambarkan keseluruhan fenomena penelitian. Pendekatan *thematic network* membantu peneliti melihat keterkaitan antara persuasi *beauty influencer*, proses pertimbangan siswi, dan keputusan pembelian produk *make up* secara lebih sistematis.

Dalam mendukung proses analisis, penelitian ini menggunakan NVivo sebagai alat bantu pengolahan data kualitatif. NVivo juga memungkinkan visualisasi tema, pencarian pola, serta pengecekan ulang data secara lebih transparan sehingga meningkatkan kualitas, reliabilitas, dan auditabilitas hasil analisis. Penggunaan NVivo tidak menggantikan kemampuan analitis peneliti, tetapi berfungsi sebagai alat bantu yang memperkuat ketelitian proses analisis dalam penelitian ini.