

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Konseptual

3.1.1 Autentisitas

Autentisitas adalah ketika seseorang bertindak sesuai dengan dirinya yang sejati atau *true-self*, dapat mengekspresikan diri secara konsisten dengan pikiran dan perasaan batin (Harter, 2002). Seorang individu adalah autentik ketika perasaan dan pengalamannya selaras dengan kesadaran tentang apa yang asli dalam dirinya (Rogers, 1961). Autentisitas dapat dipahami dengan jujur pada diri sendiri, bawaan alami, dan jalan hidupnya (Nartova Bochaver, Reznichenko & Maltby, 2021). Definisi autentisitas dari Rogers berkembang menjadi konstruk tripartit autentisitas atau *tripartite construct* yang dirumuskan oleh Barrett-Lennard (1998). Menurutnya, autentisitas digambarkan sebagai konsistensi seseorang dalam tiga tingkatan yaitu, pengalaman utama seseorang, simbol kesadaran, dan tampilan perilaku dan komunikasi seseorang. Dari *tripartite construct*, Wood, Linley, Joseph, Maltby, dan Baliouis (2008) mengembangkan definisi yang menjelaskan autentisitas dengan tiga dimensi yakni *authentic living*, *accepting external influence*, dan *self-alienation*.

3.1.2 Komodifikasi

Komodifikasi adalah proses usaha untuk mengubah barang dan jasa menjadi nilai tukar yang berorientasi pada pasar. Percy Bysshe Shelley menyatakan sebuah pendapat yang tidak bisa dilupakan, ia berkata "*All things are sold*". Begitu pula McKenzie Wark yang berkata bahwa "*we have run out of world to commodify*" (Hall, 2023). Menurut Vincent Mosco, komodifikasi dibagi menjadi tiga yakni komodifikasi isi atau konten, komodifikasi audiens, dan komodifikasi pekerja (Mosco, 2009).

3.1.3 Content Creator

Content creator adalah profesi dari seseorang yang menghasilkan konten. Tugas dari seorang *content creator* adalah mengumpulkan ide, data, riset, serta membuat konsep dan mengeksekusi konten yang diinginkan (Putriani, 2023). *Content creator* memiliki peran yang dalam menghasilkan dan menyebarkan informasi dalam bentuk gambar, video, atau tulisan (Zhazaretta, 2023). Konten yang dihasilkan tersebut lalu disebarluaskan melalui media baru salah satunya adalah *TikTok*. Seorang *content creator* memiliki sebuah keahlian khususnya dalam membuat konten mulai dari konten

apa yang ingin dibuat dan apa tujuannya (Putriani, 2023). Dalam memproduksi sebuah konten, seorang *content creator* dapat menggunakan berbagai platform untuk menghasilkan sebuah karya (Salsabila, 2021). Pendekatan yang kreatif dan inovatif membuat *content creator* mampu membagikan pengetahuan kepada audiens yang lebih luas dan beragam (Brown & McCool, 2016).

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang digunakan untuk meneliti kondisi ilmiah dimana peneliti adalah instrumen, teknik pengumpulan data dan dianalisis bersifat kualitatif yang lebih menekankan pada makna (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian deskriptif, data yang dikumpulkan adalah kata-kata dan gambar bukan angka-angka (Moleong, 2009). Apabila peneliti mendeskripsikan ciri-ciri pesan dan teks semakin lengkap dan rinci, maka deskriptif tersebut akan semakin baik (Eriyanto, 2011).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Dalam paradigma konstruktivis, realitas tidak dibentuk secara ilmiah atau karena Tuhan melainkan ia dibentuk dan dikonstruksi (Butsi, 2019). Dengan demikian, sebuah realitas yang sama dapat ditanggapi, dimaknai, dan juga dikonstruksi secara berbeda oleh setiap orang. Setiap orang memiliki pengalaman, preferensi, pendidikan, lingkungan sosial tertentu yang menyebabkan masing-masing orang menafsirkan realitas sosial yang ada di sekeliling dengan konstruksi masing-masing. Selain itu, paradigma konstruktivis juga melihat bahwa realitas adalah bentukan secara simbolik melalui interaksi sosial (Butsi, 2019). Dengan identitas, pemaknaan, pengalaman, dan lain sebagainya seseorang mencoba mengungkapkan diri. Paradigma ini melihat bagaimana bahasa dan simbol diproduksi dan direproduksi dalam berbagai hubungan antara sumber dan narasumber. Paradigma konstruktivis hanya menyentuh level level mikro atau konsep diri sumber dan level meso atau lingkungan sumber berada. Paradigma ini tidak menyentuh level makro yakni sistem politik, budaya, dan lain-lain (Butsi, 2019).

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus untuk memperoleh informasi secara mendalam. Tujuan dari studi kasus adalah fakta unik yang mendorong adanya pertanyaan bagaimana dan mengapa. Metode ini memiliki tujuan untuk mengungkap keunikan pada kasus yang diteliti. Metode studi kasus ini melalui proses penentuan topik, tujuan

penelitian, identifikasi unit analisis, studi literatur, rancangan pedoman wawancara, melakukan pengamatan, pengumpulan data (observasi dan wawancara), membandingkan persamaan serta perbedaan antar unit analisis yang berbeda, menyusun *draft* awal, dan terakhir penyusunan *draft* final laporan penelitian (Creswell, 2007).

3.4 Subjek Dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah *content creator TikTok* tematik. Subyek penelitian dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yakni pemilihan subyek penelitian dengan cara sengaja berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu oleh peneliti (Faisal, 2007). *Purposive sampling* adalah teknik dalam *non-probability sampling* yang berdasarkan kepada ciri-ciri yang dimiliki oleh subjek yang ditentukan karena ciri-ciri tersebut sesuai dengan tujuan penelitian (Adhandayani, 2020). Dalam *purposeful sampling*, peneliti memilih subjek penelitian dengan tujuan untuk mempelajari atau memahami fenomena yang disesuaikan dengan tujuan penelitian (Herdiansyah, 2015). Hal ini didukung oleh Moleong (2006) yang menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif tidak ada sampel acak melainkan sampel bertujuan atau *purposive sampling*. Dalam penelitian kualitatif, teknik *sampling* yang sangat umum digunakan adalah teknik *purposeful sampling*. Dalam hal ini peneliti memfokuskan kepada orang-orang yang memiliki pengetahuan, pengalaman dan informasi terkait komodifikasi autentisitas *content creator TikTok* tematik. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat ditentukan kriteria subyek penelitian sebagai berikut :

- a) *Content creator TikTok* tematik atau yang memiliki konten bertema yang konsisten karena penelitian ini meneliti mengenai komodifikasi autentisitas dimana tema atau ciri khas dari *content creator* itu yang dikomodifikasi.
- b) Merupakan *content creator* yang memiliki minimal 10.000 *followers*. Menurut De Vierman (2017), *macro-influencer* adalah mereka yang memiliki 100.000 hingga 1.000.000 *followers*.
- c) Pernah mengalami kasus tarik menarik dengan *brand* saat melakukan *endorsement* dimana *brief* dari brand tidak sesuai dengan ciri khas mereka.

Dari kriteria tersebut, ditentukan bahwa subjek penelitian ini adalah :

1. @jepe.14 : Dengan jumlah 263.500 *followers*, ia mengunggah konten video seputar *k-pop* yang dikemas dalam berbagai hal seperti *video reaction*, wawancara, dan konten interaktif lainnya. Berdasarkan hasil observasi peneliti

melalui akun *TikTok* @jepe.14, peneliti menemukan video *endorsement* yang tidak sesuai dengan ciri khasnya.

2. @piniela_ : Dengan jumlah 243.100 *followers*, ia memproduksi konten bertema drama dimana ia dikenal sebagai mama muda Surabaya yang menjadi ciri khasnya. Berdasarkan hasil observasi peneliti melalui akun *TikTok* @piniela_, peneliti menemukan video *endorsement* yang tidak sesuai dengan ciri khasnya.
3. @venayahhh : Dengan jumlah 129.200 *followers*, ia membagikan konten mengenai *dance* dan *idol*. Berdasarkan hasil observasi peneliti melalui akun *TikTok* @venayahhh, peneliti menemukan video *endorsement* yang tidak sesuai dengan ciri khasnya.
4. @michaeldendy : Dengan jumlah 1.2M *followers*, ia membagikan konten bertema *couple*. Berdasarkan hasil observasi peneliti melalui akun *TikTok* @michaeldendy, peneliti menemukan video *endorsement* yang tidak sesuai dengan ciri khasnya.
5. @igleon_ : Dengan jumlah 3.7M *followers*, ia membagikan konten bertema *couple*. Berdasarkan hasil observasi peneliti melalui akun *TikTok* @igleon_, peneliti menemukan video *endorsement* yang tidak sesuai dengan ciri khasnya.

3.5 Unit Analisis

Unit analisis adalah segala hal yang diteliti untuk mendapatkan penjelasan mengenai keseluruhan unit yang dianalisis (Morissan, 2017). Unit analisis dapat berupa individu, benda, peristiwa atau sekelompok orang sebagai subjek penelitian. Unit analisis adalah hal yang menunjuk pada subjek penelitian (Arikunto, 2002). Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yang merupakan *content creator TikTok*. Peneliti ingin mengetahui proses komodifikasi autentisitas yang ada dalam proses produksi video komersial.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan 3 teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

3.6.1 Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya. Teknik pengumpulan data observasi tidak hanya mengukur

sikap dari responden namun juga dapat digunakan untuk merekam fenomena yang terjadi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi pada akun *TikTok* subjek penelitian dan mengamati dari video *content creator*.

3.6.2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dengan melakukan tanya jawab antara peneliti dan narasumber. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan 5 *content creator TikTok* tematik yang pernah melakukan *endorsement*.

3.6.3 Studi Dokumentasi

Studi dokumen adalah teknik pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian. Studi dokumen adalah teknik pengumpulan data yang meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk bahan analisis. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati akun *TikTok* subjek penelitian seperti tampilan akun, isi video, dan lain sebagainya.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Bungin (2016), berikut tiga tahapan dalam melakukan teknik analisis data:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Jumlah yang banyak membuat perlunya dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya apabila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan alat seperti komputer, *notebook*, dan lain sebagainya. Dalam mereduksi data, peneliti akan dipandu oleh tujuan yang ingin dicapai (Sirajuddin, 2017).

2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif teks yang bersifat naratif adalah hal yang paling sering digunakan dalam penyajian data. Adanya penyajian data memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Sirajuddin, 2017).

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan awal masih bersifat sementara dan akan mengalami perubahan apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal memiliki bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sirajuddin, 2017).

3.8 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian menggunakan analisis triangulasi. Teknik triangulasi adalah gabungan metode yang digunakan untuk mengkaji fenomena dari berbagai sudut pandang untuk mendapatkan data hasil penelitian yang valid (Bungin, 2016). Triangulasi adalah cara yang paling umum digunakan dalam meningkatkan validitas data pada penelitian kualitatif (Sutopo, 2005). Menurut Bungin, ada empat macam teknik triangulasi, yaitu triangulasi metode, triangulasi antar penelitian, triangulasi sumber data, dan triangulasi teori. Metode triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi teori untuk menguji keabsahan data terkait masalah penelitian.

Teknik triangulasi teori adalah teknik yang digunakan untuk menguji keabsahan data dengan cara mencocokkan data temuan dengan teori terdahulu. Pada teknik ini, keabsahan data diuji menggunakan perspektif lebih dari satu teori sehingga dapat dianalisis dan ditarik kesimpulan yang lebih utuh dan menyeluruh (Sutopo, 2005). Triangulasi teori menggunakan sudut pandang teoritis yang berbeda untuk menentukan hipotesis serta untuk menafsirkan satu set data. Dalam teknik triangulasi teori, digunakan beberapa teori dalam studi yang sama untuk mendukung atau menyangkal temuan serta membantu para peneliti untuk melihat masalah yang dihadapi menggunakan beberapa lensa (Denzin, 1970). Dalam penelitian ini dilakukan triangulasi teori dengan menggunakan tinjauan teori yang tersebut dalam tinjauan pustaka.