

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian yang diteliti adalah selebgram yang berasal dari Garut. Selebgram ini dipilih karena merupakan Selebgram asal Garut yang aktif dalam media sosialnya dan menggunakan media sosialnya sebagai media promosi. Selain itu, Selebgram yang dipilih oleh peneliti sudah memiliki jumlah followers yang banyak sehingga dapat dikatakan kredibel untuk menjadi objek penelitian.

3.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Garut memiliki beberapa Selebriti Instagram atau yang sering kita kenal dengan sebutan Selebgram. Selebgram yang cukup dikenal di masyarakat dan berpengaruh bagi masyarakat juga. Awalnya sebutan Selebgram hanya dijadikan bahan bercanda saja bagi orang-orang terhadap penggiat media sosial yang memiliki cukup banyak followers, tetapi dengan seiring berjalannya waktu dan zaman semakin berkembang Selebgram sangat berpengaruh bagi masyarakat terutama bagi masyarakat yang memiliki bisnis online. Sejak kepopuleran Instagram di Indonesia memicunya akun-akun online shop media sosial tersebut. Seperti tidak kehabisan akal para penjual online shop melakukan strategi marketing mereka.

Seiring dengan berjalannya waktu, semakin ada peluang terlihat untuk mendapatkan followers yang lebih besar. Banyak public figure yang memiliki akun Instagram pribadi dan memiliki banyak followers. Hal ini pun dimanfaatkan untuk mempromosikan akun online shop. Mereka menggunakan sistem “endorse”. Saat itu sistem endorse belum berbayar. Pemilik online shop hanya tinggal mengirimkan barang yang ingin mereka promosikan saja ke public figure. Namun, seiring perkembangan dan kesuksesan dunia bisnis Instagram, ada tarif yang dikhususkan untuk melakukan endorse. Tentu masing-masing influencer berbeda harga tergantung dari jumlah follower, insight dan bentuk konten yang akan dibuat. Banyak orang akhirnya tertarik dengan sistem endorse. Baik dari sisi penjual dan pemasarnya. Mereka yang memiliki banyak followers tentunya tidak akan menyalahkan hal ini. Siapa coba yang tidak ingin dikasih barang gratis sekaligus dibayar untuk mempromosikan barang di Instagram pribadinya, tetapi sejak sistem endorse dilirik perusahaan, tarif para endorser langsung melejit pesat.

Pada saat masa pandemi sekarang para penggiat media sosial atau Selebgram tentunya sangat berpengaruh dan dibutuhkan bagi para bisnis online shop. Karena semenjak ada pandemi ini orang-orang lebih banyak bisnis pada media sosial dan orang-orang pun lebih banyak belanja pada online shop dibandingkan dengan belanja langsung, maka dari itu untuk mempromosikan bisnisnya dibutuhkanlah seorang Selebgram yang cukup dikenal oleh masyarakat agar bisnis yang mereka sedang jalankan dapat dikenal oleh banyak masyarakat.

3.2 Metode Penelitian

Metode Penelitian merupakan ilmu yang mempelajari cara yang digunakan untuk membahas masalah yang memerlukan pemecahan. Metode Penelitian juga diartikan sebagai kajian atau pemahaman tentang metode-metode, didalam pengertian metode itu sudah terkandung pengertian teknik. Namun secara keilmuan metode itu diartikan cara berpikir, sedangkan teknik diartikan sebagai cara melaksanakan hasil berpikir. Jadi dengan demikian metode penelitian itu diartikan sebagai pemahaman metode-metode penelitian dan pemahaman teknik-teknik penelitian. Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono 2013:2).

3.2.1 Paradigma Penelitian

Penelitian pada dasarnya merupakan upaya untuk mendapatkan satu jawaban atas permasalahan yang terjadi, dalam upaya-upaya yang dilakukan untuk meraih satu kebenaran yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu ataupun saat ini memerlukan adanya model-model tertentu yang selaras untuk dapat menjawab setiap permasalahan yang dihadapi. Model tersebut biasanya disebut dengan paradigma. Paradigma menurut Pujileksono, 2015:26) Paradigma adalah satu set konsumsi, konsep, nilai-nilai dan praktek dan cara pandang realitas dalam disiplin ilmu. Paradigma merupakan cara pandang atau pola pikir komunitas ilmu pengeahuan atau peristiwa/

realitas/ ilmu pengetahuan yang dikaji, diteliti, dipelajari, dipersoalkan, dipahami dan untuk dicarikan pemecah persoalannya. Dijelaskan lebih lanjut oleh Pujileksono, paradigma penelitian merupakan perspektif penelitian yang digunakan oleh peneliti tentang bagaimana peneliti melihat realita (world views), bagaimana mempelajari fenomena, cara-cara yang digunakan dalam menginterpretasikan temuan.

Paradigma merupakan pola atau model tentang bagaimana sesuatu di struktur bagian dan hubungannya atau bagaimana bagian-bagian berfungsi perilaku yang didalamnya ada konteks khusus atau dimensi waktu (Moleong, 2012). Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme.

Paradigma konstruktivisme memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap pelaku sosial dalam setting keseharian yang alamiah, agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Nurhadi Z. F., 2012).

Paradigma konstruktivisme ini merupakan paradigma yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, selaras dengan apa yang dikemukakan oleh paradigma ini, bahwa peneliti melakukan pengamatan melalui media sosialnya untuk mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh para Selebgram yang diunggah dalam akun Instagramnya masing-masing. Para Selebgram dinilai dalam berbagai konten yang dibuat atau yang diunggah ke media sosialnya dan cara mereka berinteraksi dengan followersnya seperti unggahan konten yang diuploadnya atau video-video yang dibuat di story Instagramnya, apakah mereka dalam mengunggah konten dan

berinteraksi dengan followers di media sosialnya memberikan motivasi dan memberikan manfaat bagi para followersnya. Hal-hal seperti itu akan terlihat dari bagaimana mereka berinteraksi dengan para followersnya dan mengunggah sebuah konten di media sosialnya.

3.2.2 Pendekatan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Chanwick (1984) dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif Teori dan Paradigma (Nurhadi & Din, 2012) dijelaskan bahwa istilah dari penelitian kualitatif ini merujuk kepada beberapa metode yang memiliki perbedaan guna mendapatkan suatu data kajian seperti wawancara, pengamatan observasi dan penyelidikan lapangan.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang banyak meneliti persoalan keseharian yang menjadi isu sosial masyarakat dengan mengutamakan kualitas penelitian serta proses yang alamiah. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik atau utuh. Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi kedalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan Bogdan dan Taylor, 1975 dalam (Moleong, 2012).

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dapat membantu peneliti dalam melihat berbagai aspek-aspek realitas dalam penggunaan media sosial Instagram yg dilakukan oleh Selebgram Garut dimasa pandemic dan membantu peneliti

menemukan berbagai hal-hal baru yang mampu membuat penelitian ini penting untuk dilakukan.

3.2.3 Penentuan Informan dan Narasumber

Dalam penelitian ini teknik penentuan informan yang dilakukan adalah teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010 : 300). Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi mengenai objek penelitian tersebut. Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber. Dalam penelitian ini menentukan informan dengan menggunakan teknik *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, yang benar-benar menguasai suatu objek yang peneliti teliti.

Penentuan Informan yang peneliti tetapkan untuk dapat menyelesaikan penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yang merupakan salah satu strategi menentukan informan sesuai dengan kriteria terpilih yang paling relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti (Bungin, 2017) .

Penelitian yang terkait dengan judul penggunaan media sosial sebagai media promosi bagi Selebgram Garut dimasa pandemi, peneliti menetapkan sejumlah informan dengan kriteria tertentu, peneliti menetapkan tiga informan yang masing-masing merupakan penggiat media sosial atau Selebgram yang berasal dari Garut ditetapkan sebagai informan karena peneliti menilai bahwa mereka memiliki

ketetapan tertentu untuk dapat menggambarkan bagaimana penggunaan media sosial sebagai media promosi dimasa pandemi ini. Dengan kriteria yang telah peneliti tentukan hal ini akan memudahkan dalam menjawab persoalan yang diteliti. Penentuan informan yang peneliti tetapkan untuk dapat menyelesaikan penelitian ini dengan kriteria informan sebagai berikut:

1. Memiliki media Instagram yang digunakan sebagai media promosi.
2. Aktivitas Selebgram dalam memposting unggahan secara rutin.
3. Aktif atau selalu membuat snapgram/story setiap harinya.
4. Selalu mendapat endorse.
5. Selebgram yang mempunyai followers lebih dari 25k.

Adapun yang menjadi informan yang dipilih untuk mendapatkan informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1
Data Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Profesi
1.	Yovie Agustine	Perempuan	Selebgram
2.	Shofa Putri	Perempuan	Selebgram
3.	Reza Muzaqir	Laki-laki	Selebgram
4.	Meza Alda	Perempuan	Selebgram
5.	Nur Wilma	Perempuan	Selebgram

Selain kriteria informan diatas peneliti juga memiliki kriteria narasumber untuk membantu peneliti dalam penelitiannya. Kriteria narasumber tersebut adalah sebagai berikut:

1. Memahami ilmu komunikasi dan mengamati media.
2. Terbuka dan bisa berkomunikasi dengan baik.
3. Aktif di media Instagram.

Berikut adalah yang menjadi narasumber yang dipilih untuk mendapatkan informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian ini :

Tabel 3.2
Data Narasumber

No	Nama	Jenis Kelamin	Profesi
1.	Bapak Erwin	Laki-laki	Anggota Dewan Redaksi Pikiran Rakyat & Dosen Ilmu Komunikasi Unpas
2.	Ibu Intan	Perempuan	Dosen Fakultas Kewirausahaan Universitas Garut

3.2.4 Operasional Parameter

Tabel 3.3
Operasional Parameter

No	Teori	Dimensi	Indikator	Pertanyaan
1.	Fenomenologi	Motif	Motif untuk	1. Apa tujuan anda melakukan promosi di media sosial Instagram? 2. Apa yang ingin anda dapatkan setelah melakukan promosi di media sosial Instagram? 3. Dengan tujuan apa anda memilih Instagram sebagai media untuk melakukan promosi?
			Motif Karena	1. Apa yang melatar belakangi anda sebagai selebgram untuk melakukan promosi di media sosial Instagram ? 2. Apa yang membedakan promosi yang dilakukan dimasa pandemi covid-19? 3. Apakah ada faktor internal yang membuat anda melakukan promosi pada media sosial Instagram?
2.		Makna	Makna ada dalam diri sendiri	Mengapa anda melakukan promosi pada media sosial Instagram?

			Makna membutuhkan acuan	Apakah dengan melakukan promosi di media sosial Instagram dapat membantu anda pada masa pandemi covid-19?
			Makna perubahan	Perubahan apa saja yang anda rasakan setelah terjadi pandemi covid-19?
			Makna promosi	1. Apakah ada perubahan harga pada saat anda melakukan promosi? 2. Bagaimana cara anda melakukan promosi pada media sosial Instagram di masa pandemi covid-19?
3.		Pengalaman	Pengalaman selebgram saat melakukan promosi	1. Bagaimana pengalaman anda pada saat melakukan promosi di media sosial Instagram? 2. Apakah ada pengalaman menyenangkan pada saat melakukan promosi di media sosial Instagram? 3. Apakah ada pengalaman menyedihkan pada saat melakukan promosi di media sosial Instagram? 4. Hal apa yang paling anda ingat dari keseluruhan promosi yang anda lakukan di media sosial Instagram?
			Pengalaman Inerkasi	Bagaimana cara anda berinteraksi dengan masyarakat atau dengan para followers di media sosial Instagram?

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utamanya dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. (Sugiyono, 2012). Penetapan informan dan narasumber yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pertimbangan dari kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti dimana untuk mengetahui kesesuaian informan dan narasumber dengan kriteria yang telah ditetapkan peneliti melihat melalui media sosial informan dan narasumber tersebut. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

3.2.5.1 Observasi Tidak Langsung

Sugiyono (2018:229) Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Namun, tidak semua observasi bisa disebut sebagai sesuatu metode dalam riset. Rencana observasi yang akan dilakukan oleh peneliti yakni, mengamati kegiatan keseharian Selebgram melalui media sosialnya. Karena metode pengumpulan data melalui observasi memerlukan syarat-syarat tertentu agar bermanfaat bagi kegiatan riset,

suatu kegiatan observasi baru bisa di masukan sebagai pengumpulan data penelitian bila memenuhi syarat sebagai berikut:

- a. Observasi digunakan dalam riset dan telah direncanakan secara sistematis.
Dimana observasi yang dilakukan bertujuan untuk memperoleh hasil pengamatan dan informasi tambahan yang dapat dijadikan sebagai pembandingan antara hasil pengamatan pribadi dengan hasil wawancara yang dilakukan bersama informan dan narasumber.
- b. Observasi harus disusun secara sistematis supaya data dan informasi yang diperoleh tersusun berurutan sehingga akan mempermudah proses penarikan kesimpulan.

Tahapan observasi yang dilakukan oleh peneliti:

1. Pra penelitian :
 - a. Mengamati kegiatan dan konten informan dan narasumber melalui media sosial untuk menilai dan menentukan kelayakan informan dan narasumber dijadikan objek penelitian dan hasil yang diperoleh yaitu informan dan narasumber layak dijadikan objek penelitian karena informan dan narasumber merupakan Selebgram asa dan termasuk kedalam kriteria yang ditentukan oleh peneliti.
 - b. Menghubungi informan dan narasumber yang telah dipilih oleh peneliti untuk menjelaskan maksud dan tujuan penelitian serta meminta konfirmasi terkait kesanggupan menjadi informan dan narasumber. Pada tahap ini juga peneliti menilai respon yang diberikan oleh para calon informan dan narasumber.

2. Observasi saat penelitian :

Dengan adanya masa pandemi *Covid-19* membuat observasi penelitian tidak dapat dilakukan secara langsung, Maka dari itu observasi tidak langsung yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Mengamati kegiatan informan dan narasumber melalui media sosial dimana Selebgram tetap aktif dalam mengunggah kegiatan atau kontennya selama masa pandemi *Covid-19*.
- b. Observasi harus berkaitan dengan tujuan riset yang telah ditetapkan. Observasi yang dilakukan sudah sesuai dengan tujuan dari penelitian yakni untuk mengamati penggunaan media sosial sebagai media promosi bagi Selebgram Garut di masa pandemi *Covid-19* sehingga hal-hal yang diamati pun berkaitan dengan kegiatan informan dan narasumber tentang kegiatannya sebagai Selebgram.
- c. Observasi yang dilakukan harus dicatat secara sistematis dan dihubungkan dengan proposisi umum dan bukan dipaparkan sebagai sesuatu yang hanya menarik perhatian.

3.2.5.2 Wawancara Tidak Langsung

Wawancara dalam penelitian terjadi dimana peneliti sedang berbincang-bincang dengan narasumber dengan tujuan menggali informasi melalui pertanyaan-pertanyaan dan menggunakan teknik tertentu. “Wawancara adalah

percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dua orang, pewawancara sebagai yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan jawaban”, (Maleong, 2007 : 186).

Wawancara semi terstruktur ini, pewawancara biasanya mempunyai daftar pertanyaan tertulis tapi memungkinkan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas yang terkait dengan, permasalahan. Wawancara ini cenderung dilakukan secara bebas tapi tetap terarah pada jalur permasalahan yang ditanyakan dan telah dipersiapkan terlebih dahulu. Pedoman permasalahan yang akan ditanyakan adalah landasan utama dalam melakukan wawancara jenis ini. Peneliti juga dimungkinkan untuk mengembangkan pertanyaan sesuai dengan situasi dan keadaan sehingga data yang didapat pun akan lebih lengkap. Wawancara ini dilakukan tidak langsung karena masa pandemi *Covid-19*, jadi wawancara pun dilakukan melalui *Voice Call* dalam aplikasi *WhatsApp*, dimana pihak yang akan diwawancarai adalah Selebgram asal Garut yang sesuai dengan kriteria pemilihan informan dan narasumber.

3.2.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti ini adalah menggunakan teknik analisis data kualitatif yang dikembangkan oleh Miles & Huberman. Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dan Sugiyono yaitu proses mencari dan Menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami

dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh.

Miles & Huberman (1992 L 16) analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Mengenai alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut :

a).Reduksi Data

Reduksi data merupakan satu tahap pemilahan data dari segala hal yang telah didapatkan, karena akan ada begitu banyak data yang diperoleh dalam bentuk tulisan. Data secara rinci diolah untuk mendapatkan pokok pembahasan atau intisari dari suatu data yang didapat. Reduksi data merupakan sebuah proses berpikir yang sensitive dimana memerlukan keluasan, kecerdasan serta kedalaman wawasan yang tinggi. Mereduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, selanjutnya memfokuskan hal-hal yang dianggap penting, kemudian mencari dan menentukan tema dalam polanya. Reduksi data dilakukan karena pada proses pencarian data lapangan peneliti akan memperoleh data yang cukup banyak maka dari itu perlu dilakukan pencatatan yang lebih yang ditulis dengan teliti. Reduksi data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu hanya fokus mengamati hal-hal yang berkaitan dengan penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi yang dilakukan Selebgram Garut pada masa pandemi, dimana reduksi data yang dilakukan dengan mengamati aktivitas informan dan narasumber pada akun media sosialnya

masing-masing. Demikian reduksi data dilakukan seperti itu agar pada saat proses wawancara pun pertanyaan yang diajukan hanya sebatas tentang penggunaan media sosial sebagai media promosi yang dilakukan Selebgram Garut pada masa pandemi.

Hal tersebut dilakukan agar data yang diperoleh terfokus pada satu titik pembahasan yakni tentang penggunaan media sosial sebagai media promosi yang dilakukan Selebgram Garut pada masa pandemi yang dapat direduksi menjadi data.

b).Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Penelitian kualitatif sering kali menggunakan teks yang sifatnya naratif dalam penyajiannya. Penyajian data pada penelitian ini dilakukan dengan bentuk uraian singkat, hal ini akan semakin mempermudah pembaca dalam memahami konteks permasalahan, penyajian data dalam bentuk bagan dan sejenisnya memberikan suatu gambaran tentang naik dan turunnya aktivitas informan dan narasumber sebelum masa pandemi dan sekarang pada saat masa pandemi.

c).Menarik Kesimpulan

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan adalah penggambaran secara utuh dari objek yang diteliti. Proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam penyajian data. Berdasarkan penelitian yang dilakukan baik proses wawancara ataupun observasi

tidak langsung maka akan diperoleh suatu data yang dapat digabungkan dimana data tersebut akan memberikan gambaran terkait penggunaan media sosial sebagai media promosi Selebgram Garut di masa pandemi yang dapat dijadikan bahan untuk menarik kesimpulan terkait penelitian yang dilakukan.

3.2.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

3.2.7.1 Kriteria Kepastian

Kriteria kepastian berasal dari konsep objektivitas menurut nonkualitatif. Nonkualitatif menetapkan objektivitas dari segi kesepakatan antar subjek. Di sini pemastian bahwa sesuatu itu objektif atau tidak bergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap pandangan, pendapat dan penemuan seseorang. Dapatlah dikatakan bahwa pengalaman seseorang itu subjektif sedangkan jika disepakati oleh beberapa orang atau banyak orang, barulah dapat di katakan objektif. Jadi, objektivitas-subjektivitasnya suatu hal bergantung pada orang seorang.

Berdasarkan objektivitas- subjektivitasnya suatu hal tersebut bergantung pada seseorang. Selain itu terdapat ada unsur kualitas yang dikemukakan oleh Scriven dalam (Maleong, 2014) dimana unsur tersebut bersatu pada konsep objektivitas. Pengertian bahwa sesuatu hal yang dikatakan objektif, berarti suatu hal yang dapat dipercaya, bersifat faktual serta sudah pasti atau dapat dipastikan. Jadi subjektif berarti suatu hal tidak dapat dipercaya atau tidak sesuai. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian akhir inilah yang dijadikan tumpuan pengalihan pengertian objektivitas subjektivitas menjadi kepastian.

Kriteria kepastian pada penelitian ini adalah bisa dilihat dari eksistensinya Selebgram Garut dimana seiring dengan berjalannya waktu Selebgram Garut makin digemari oleh masyarakat sekitar. Terbukti dengan banyaknya followers yang mengikuti akun Instagram para Selebgram tersebut.

3.2.7.2 Kriteria Keterpercayaan

Kriteria keterpercayaan memiliki 2 fungsi diantaranya: pertama, melakukan inkuiri dengan sedemikian rupa yang dapat menghasilkan tingkat kepercayaannya tercapai. Kedua, menampilkan suatu kepercayaan dari hasil-hasil penemuan melalui jalan pembuktian yang dilakukan peneliti pada suatu kenyataan ganda yang sedang diteliti (Maleong, 2014).

Berdasarkan kriteria keterpercayaan pada penelitian ini bisa dilihat dari berapa lamanya Selebgram Garut menggunakan media sosial sebagai media promosi atau bisa dilihat dari berapa banyak mereka menerima endorse produk-produk dan sebagai Brand Ambassador.

3.2.7.3 Kriteria Ketergantungan

Kriteria ketergantungan merupakan substitusi istilah reliabilitas dalam penelitian yang nonkualitatif. Reliabilitas ditampilkan melalui jalan dengan menghadirkan replika studi. Jika dalam beberapa kali dilakukan pengulangan dari suatu studi di suatu kondisi yang tetap atau sama kemudian hasilnya yang secara

esensial sama pula, maka didapat hasil reliabilitas yang tercapai. Persoalan sulitnya tercapai ialah bagaimana mencari suatu kondisi yang memiliki signifikansi sama. Selain itu, terjadi pula suatu ketidakpercayaan pada instrumen dalam penelitian. Hal ini sama dengan alamiah yang memanfaatkan orang sebagai instrumen penelitiannya.

Pada konsep ketergantungan ini lebih luas dibandingkan dengan reliabilitas. Penyebabnya peninjauan dari segi bahwa konsep itu akan memperhitungkan segala sesuatunya, yakni yang ada pada reliabilitas tersebut kemudian di tambah dengan faktor-faktor lainnya yang bersangkutan. Bagaimana hal itu akan dibicarakan dalam konteks pemeriksaan (Moleong, 2014).

Kriteria ketergantungan pada penelitian ini dapat dilihat dari aktivitas Selebgram Garut pada media sosialnya yang selalu update untuk berinteraksi dengan para followersnya walaupun sedang masa pandemi tidak memungkiri Selebgram tersebut untuk tidak melakukan aktivittas seperti biasanya, selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para followersnya melalui endorse-endorse yang Selebgram Garut posting dan dapat dilihat juga dari aktivitas Selebgram Garut yang tidak bisa lepas dari perkembangan media sosialnya agar selalu dapat memberikan konten-konten yang positif.

3.2.8 Tempat dan Jadwal Penelitian

3.2.8.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di tempat yang fleksibel, maksudnya adalah penelitian ini akan dilaksanakan secara kondisional dan memperhatikan pada kondisi subjek penelitian, maka tempat akan di sesuaikan dengan kesepakatan antara peneliti dan informan.

3.2.8.2 Jadwal Penelitian

Waktu penelitian ini diperkirakan mulai dilakukan pada bulan Februari sampai Januari tahun 2022. Namun pada pelaksanaannya disesuaikan hingga seluruh data yang dibutuhkan dalam menjawab pertanyaan peneliti dirasa cukup dan relevan.

Tabel 3.4
Matriks Jadwal Penelitian

No	Deskripsi Penelitian	Tahun 2021-2022									
		Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
1	Tahap persiapan										
2	Tahap pengumpulan data										
3	Bimbingan usulan penelitian										
4	Seminar usulan penelitian										
5	Perbaikan usulan penelitian										
6	Penyusunan laporan penelitian										
7	Bimbingan skripsi										
8	Sidang Skripsi										

9	Revisi Skripsi										
---	----------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--