

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan suatu cara pandang dan juga sebagai kerangka berpikir untuk penulis dalam menghadapi masalah yang diteliti. Hal ini sejalan dengan pernyataan Mulyana (2013, p.9) bahwa paradigma adalah sebuah cara pandang bagaimana dapat memecahkan dan memahami kerumitan yang ada di dunia nyata. Paradigma ini muncul dari proses pembelajaran dengan mengenal lingkungan yang dalam. Dengan begitu paradigma tersebut akan terbentuk dan melalui paradigma ini praktisi sudah mengetahui tindakan yang harus dilakukan tanpa perlu mempertimbangkan secara limu pengetahuan bahkan eksistensinya.

Melalui penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivistik* sebagai landasannya. Dengan menggunakan paradigma ini, penelitian dapat dibuktikan kebenarannya dengan melakukan observasi langsung. Untuk dapat menguji akan kebenaran dari penelitian ini terdapat 4 landasan yang digunakan sebagai pendukung. Melalui landasan ini dapat memperkuat dan menjelaskan secara lebih mendalam.

Menurut Bahrum (2013, p.36), terdapat empat landasan dari paradigma post positivistik adalah:

1. Ontologis adalah penelitian harus menjawab hakikat dari suatu ilmu dan suatu realitas. Sehingga, disimpulkan bahwa sesuatu yang berbasis realitas adalah dimensi yang dipertanyakan
2. Epistemologis menjelaskan bagaimana hubungan antara *inquirer* atau peneliti dengan objek yang diteliti.
3. Aksiologis menjelaskan mengenai nilai-nilai yang berperan dalam suatu kegiatan penelitian terhadap suatu objek yang diteliti.
4. Metodologis yang menjawab bagaimana cara yang digunakan oleh peneliti untuk menemukan kesimpulan dari suatu penelitian

Menurut Phillips dan Burbules (Creswell, 2013, p. 36-37) dalam paradigma post-positivisme terdapat beberapa asumsi, diantaranya;

1. Pengetahuan adalah suatu hal terkaan karena kebenaran yang absolut tidak dapat di temukan. Dengan alasan tersebut tidak perlu berusaha untuk membuktikan hipotesis yang ada, melainkan mengindikasi kesalahan yang mungkin muncul untuk menolak hipotesis.
2. Penelitian merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk menciptakan sebuah klaim dan kemudian untuk memperbaiki agar membuat suatu klaim lebih terjamin atau sebaliknya malah membuat suatu klaim lebih kuat
3. Data, bukti, dan pertimbangan secara rasional adalah aspek-aspek yang dibutuhkan dalam membentuk suatu pengetahuan. Dalam grafiknya, untuk

mendapat suatu informasi yang dibutuhkan maka peneliti harus melakukan observasi atau memperoleh informasi secara langsung dari subjek yang sedang diteliti.

4. Peneliti berupaya untuk mengembangkan pernyataan yang relevan dan benar dan berusaha untuk menjelaskan hubungan sebab dan akibat di dalam pernyataan yang dibuat
5. Sifat objektif adalah hal yang harus diperhatikan karena hal ini merupakan bagian yang penting bagi seorang peneliti.

Peneliti menggunakan post positivistik sebagai paradigma dalam penelitian ini dikarenakan mempunyai keterkaitan mengenai konsep *social media marketing* pada prakti yang dilakukan oleh PT Inko Sukses Jaya. Terlebih juga ingin mengetahui sejauh mana konsep *social media marketing* di media sosial Instagram yang dilakukan oleh PT Inko Sukses Jaya guna dalam meningkatkan *brand awareness* mereka.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dan sifat penelitiannya bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang digunakan dengan cara mengamati, wawancara, serta mempelajari sebuah dokumen untuk dapat mengetahui dan memahami terhadap sebuah peristiwa yang sudah terjadi dan dialami oleh subyek penelitian. Peristiwa tersebut biasanya berasal dari perilaku, persepi, motivasi, dan tindakan yang telah dideskripsikan Moleong (2017, p. 6&9).

Menurut Moleong (2010, p.11) ciri penelitian deksriptif adalah data dimiliki peneliti dapat berupa kata-kata, gambar, foto, rekaman video, dokumen pribadi, catatan lapangan, atau dokumen resmi lainnya. Ciri-ciri lain penelitian deksriptif ini adalah peneliti akan memaksimalkan kemampuan untuk menganalisa hasil laporan yang diperoleh tanpa memandang bahwa sesuatu yang telah terjadi memang sudah demikian keadaannya.

Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan penjelasan di atas bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian digunakan dan bertujuan untuk dapat mendalami suatu peristiwa. Hubungan mengenai suatu kejadian yang dimana data-data diperoleh melalui hasil pengamatan, hasil wawancara, catatan lapangan yang tidak bisa dianalisis dengan angka-angka

Hasil dari analisis data ini nantinya akan berupa narasi yang diperoleh dengan mencari informasi mengenai keadaan yang terjadi di lapangan secara langsung. Pada umumnya pemaparan data menjawab pertanyaan-pertanyaan dan bagaimanapun fenomena tersebut dapat terjadi. Untuk itu dituntut agar memahami bagaimana strategi *social media marketing* Instagram PT Inko Sukses Jaya untuk meningkatkan *brand awareness*.

3.3. Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode studi kasus. Menurut Mulyana (2013, p.145) adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk dapat mengkaji sebuah topik yang terdapat dalam penelitian tersebut. Pendekatan yang

dilakukan dalam metode studi kasus dilakukan dengan observasi. Menurut Mulyana (2013, p. 201) metode studi kasus dilakukan dengan cara mengkaji, ketika melakukan pengkajian terdapat beberapa penjelasan yang harus dijelaskan dalam metode ini oleh peneliti, seperti:

1. Pada metode studi kasus ini mempunyai sifat yang terbuka, sifat terbuka akan digunakan sebagai konteks untuk memberikan pemaknaan dan penilaian terhadap peristiwa tersebut.
2. Melalui studi kasus pada dasarnya peneliti dapat memberikan pandangan terhadap subjek yang sedang diteliti.
3. Dengan penggunaan metode studi kasus dapat dijadikan sebagai sarana yang efektif bagi peneliti untuk mencari dan mendapatkan informasi mengenai subjek yang diteliti.

Hal ini tersebut sejalan dengan pengertian yang diungkapkan oleh Yin metode studi kasus merupakan suatu penelitian dengan menggunakan pertanyaan penelitian “bagaimana” dan “mengapa” guna mencari tahu jawaban atas fenomena atau realitas secara mendalam sehingga dapat menemukan jawaban relevan atas fenomena yang terjadi (Yin, 2018, p. 63-64). Dengan melalui studi kasus, peristiwa yang telah terjadi di kehidupan nyata tidak dapat diubah dan begitu lah adanya. Maka dari itu karakteristik dari keutuhan peristiwa serta pemaknaannya harus tetap terjaga (Yin 2015, p.4).

Penelitian bertujuan untuk mencari tahu bagaimana proses perancangan *social media marketing* yang dilakukan PT Inko Sukses Jaya dalam media sosial Instagram untuk meningkatkan *brand awareness*. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui mengapa mereka menggunakan *tools* tersebut dalam proses pelaksanaan bisnisnya. Menurut Yin (Yin, 2018) studi kasus memiliki kekuatan unik yang mampu menangani berbagai macam bukti yang dapat ditunjukkan dalam bentuk dokumen, wawancara, dan pengamatan secara langsung maupun pengamatan dari partisipan.

3.4 Partisipan dan Key Informant

Yin menyatakan bahwa *key informant* adalah mereka yang memiliki peran penting dalam penelitian studi kasus karena kemampuan wawasan yang dimiliki yang dapat memaparkan jawaban atas permasalahan yang dihadapi peneliti dalam suatu penelitian. *Key informant* memiliki andil besar dalam menjelaskan mengenai sebuah realitas yang terjadi termasuk menunjukkan bukti yang menguatkan sebuah argumen ataupun berkebalikan dari sebuah permasalahan yang diteliti (Yin, 2018, p.162). Sedangkan menurut Robert K. Yin (Yin, 2018 h. 321&322) partisipan merupakan seseorang yang mampu memberikan informasi berupa data studi kasus melalui wawancara.

Dari definisi di atas, melibatkan Dywa Hanif sebagai *key informant* selaku *Marketing Executive* di PT Inko Sukses Jaya dan penanggung jawab media sosial dari Inkoforwarding. Ia bertanggung jawab atas kegiatan *social media marketing* melalui konten-konten dalam media sosial Instagram resmi Inkoforwarding yang dimaksudkan

untuk meningkatkan *brand awareness*, penjualan, serta *branding* dari Inkoforwarding di media sosial.

Sementara *informant 2* dari pihak PT Inko Sukses jaya melibatkan Bob Agave Ramos. Bob Agave Ramos selaku *Head of Marketing* dalam perusahaan ini. Beliau yang sering melakukan kunjungan langsung dengan memberikan penawaran jasa-jasa kepada klien-klien atau calon konsumen dari PT Inko Sukses Jaya. *Informant 2* hanya sebagai tambahan dalam penelitian ini, tetapi *informant 2* juga mengetahui kegiatan-kegiatan yang terjadi di media sosial resmi mereka.

Untuk mendukung penelitian ini terdapat 2 partisipan yang dilibatkan sebagai narasumber ahli dalam mendukung penelitian ini dan sudah ahli di bidang media sosial. Pakar atau ahli pertama tersebut adalah Daniel Sastra Amidjaja. Ia sudah menggeluti dunia *digital marketing* sejak tahun 2012 hingga sekarang. Saat ini ia menjadi *Digital Marketing Consultant* di Daikin Indonesia dan juga *Founder* dari *ikutidm.com*. *Ikutidm.com* adalah sebuah *platform digital marketing* yang menyediakan layanan *coaching clinic* dan *agency*. Lalu narasumber ahli kedua adalah Vironica Arnita Wulandari. Beliau sudah mempunyai pengalaman dua tahun di dunia media sosial. Selama 1 tahun pernah menjabat sebagai *Content Marketer* dan *Communication MyValue* di Kompas Gramedia. Dan saat ini ia menjadi *Senior Content Development* di EcoNusa Foundation. EcoNusa Foundation adalah perusahaan *Non-Governmental Organization* yang berfokus pada upaya peningkatan inisiatif pengelolaan Sumber Daya Alam di wilayah Maluku dan Tanah Papua. Dua partisipan yang menjadi

narasumber ahli dalam penelitian ini, diberikan kesempatan untuk menilai dan menganalisis strategi *social media marketing* yang dilakukan oleh PT Inko Sukses Jaya di media sosial Instagram mereka.

Terdapat empat informan yang akan diwawancarai oleh peneliti untuk memperkuat penelitian yang terkait dengan strategi *social media marketing* di media sosial khususnya pada media sosial Instagram. Dalam melakukan wawancara peneliti tidak bertemu secara langsung dengan dua informan melainkan dengan menggunakan media atau aplikasi *online* dikarenakan situasi sekarang ini terdapat pandemi COVID-19 yang mengharuskan setiap masyarakat dianjurkan untuk melakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Demi keamanan dan kelancaran bersama wawancara dilakukan secara *online*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013, p. 224) pengumpulan data adalah suatu teknik yang digunakan untuk mendapatkan data serta informasi secara lengkap. Sedangkan menurut Suharsaputra (2014, p. 208) bahwa pada saat data yang dikumpulkan tersebut dilakukan dengan cara pendekatan kualitatif. Maka bentuk pengumpulan data nya berupa kata yang nantinya akan dideskripsikan dan tidak berupa angka. Mendeskripsikannya pun secara terperinci atau lengkap tetapi sebelum melakukan deksripsi terlebih dahulu dilakukan analisis. Untuk mengumpulkan data ini secara lengkap, maka pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu:

3.5.1 Data primer

Pengumpulan data yang pertama dilakukan oleh peneliti, dengan cara mengumpulkan data primer. Menurut Yin (2014 h.101) data primer ini bisa dikumpulkan dan diperoleh melalui beberapa sumber, yaitu dengan pengumpulan dokumen, wawancara, rekaman arsip, melakukan pengamatan secara langsung, observasi partisipan, dan beberapa perangkat fisik lainnya. Sehubungan dengan begitu, menggunakan hasil wawancara sebagai data primer untuk penelitian ini. Menurut Kvale dan Brinkman dalam Lindlof dan Taylor (2011, p.170) wawancara merupakan teknik yang digunakan untuk dapat memahami konstruksi publik. Teknik ini dapat menggali informasi lebih dalam dan terperinci mengenai sebuah topik. Sifat yang dinamis dapat memudahkan penelitian untuk dapat digali lebih lanjut setelah partisipan memberikan respon. Agar pengumpulan data primer ini dapat diperoleh secara lengkap, peneliti melakukan wawancara secara mendalam (*in depth interview*). Menurut Kriyantono dalam Ardianto (2011, p.178) menjelaskan ketika sebuah wawancara yang dilakukan dengan cara tatap muka langsung dengan informan, maka memudahkan untuk memperoleh informasi berupa data secara detail dan lengkap. Pada wawancara ini, peneliti menggunakan *Key informant* dan Informan yang mempunyai keterkaitan langsung dan sesuai dengan bidangnya, sehingga peneliti dapat mengumpulkan data-data yang lengkap mengenai penelitian ini. Dalam wawancara tipe ini, pertanyaan yang diajukan kepada responden sesuai dengan apa yang menjadi konsentrasi peneliti dalam penelitian ini.

3.5.2 Data Sekunder

Megumpulkan data dengan cara data sekunder, melalui data sekunder yang diperoleh dapat menjadi data pendukung dari data primer. Untuk memperoleh data sekunder biasanya secara tidak langsung diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber. Dari hasil wawancara ini akan dilakukan lagi observasi dari peneliti. Nantinya hasil observasi ini yang akan menjadi data sekunder dalam penelitian tersebut. Ada juga cara lain untuk mendapatkan data sekunder selain dari hasil observasi yaitu informasi dari situs resmi yang bersangkutan dengan subjek penelitian serta media sosial dan data-data lain yang memiliki keterkaitan dengan subjek penelitian dapat menjadi pendukung juga (Sugiarto 2015, p.87)

3.6. Teknik Keabsahaan Data

Penelitian dalam studi kasus Yin menggunakan triangulasi dari bukti yang telah didapatkan, sehingga dapat terbukti validitas dari data tersebut dan hasil penelitian yang dibangun (Yazan, 2015). Dalam penggunaan triangulasi data mencakup tiga aspek yang dilakukan, yaitu:

a. Construct Validity

Construct Validity berfungsi untuk menguji kontruksi yang dihasilkan dari data penelitian dengan memeriksa hasil sesuai dengan teori dan teknik yang digunakan (Yazan, 2015). Dalam aspek ini, penyusunan metode dan penggunaan teori harus disesuaikan dengan objek peneltiaan. Strategi *social*

media marketing menjadi landasan awal dalam penelitian ini. Konsep ini digunakan untuk melihat strategi yang dilakukan oleh PT Inko Sukses Jaya dalam kegiatan *social media marketing* mereka.

b. *Internal Validity*

Internal Validity difungsikan untuk menguji kredibilitas data penelitian yang didapatkan dari sumber yang sesuai. Untuk tahap ini, sumber ini yang ditunjukkan dan dimaksud adalah pihak internal dari PT Inko Sukses Jaya.

c. *External Validity*

External Validity digunakan untuk mencari informasi pendukung lainnya dan memperoleh data yang sesuai dengan penelitian ini dapat diperoleh dari sumber eksternal. Untuk memperoleh sumber eksternal ini, peneliti mendapatkan data tersebut melalui pakar ahli dalam bidang yang terkait. Tujuannya adalah untuk dapat membantu peneliti dalam menganalisa hasil dari strategi *social media marketing* PT Inko Sukses Jaya pada media sosial Instagram.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data pada penelitian ini menggunakan *pattern matching* sebagai teknik untuk analisis datanya. Menurut Yin (2009, p.141) *pattern matching* adalah sebuah teknik yang digunakan untuk membandingkan data dengan pola yang didasarkan secara *empiric* dengan pola yang diprediksikan.

Dengan menggunakan teknik *pattern matching*, penelitian ini akan membandingkan pola yang ada, pola tersebut berasal dari teori atau konsep yang digunakan dengan hasil penelitian yang telah ditemukan di lapangan. Jika ada persamaan *pattern* yang ditemukan dari kedua hal ini, maka akan menguatkan validitas internal studi kasus pada penelitian ini.

Penguraian data dalam penelitian ini dilakukan pada saat rumuan masalah muncul dan menjelaskan masalah yang terjadi di lapangan. Sebelum melakukan observasi dan terjun ke lapangan, penelitian ini mengacu pada konsep *social media marketing*. Setelah itu dilanjutkan dengan melakukan wawancara, hasil dari wawancara akan dianalisis dan dibandingkan dengan teori atau konsep yang digunakan. Selanjutnya, data dipilah, disederhanakan, difokuskan, dan disusun sehingga mendapatkan kesimpulan akhir. Setelah semua data yang ditemukan sudah terkumpul, maka dapat menarik kesimpulan dan mengungkapkan makna data yang telah terkumpul. Penyajian data ini membantu dalam pengolahan untuk mengurai sebuah data. Olahan data yang telah diurai akan dihubungkan dengan konsep atau teori yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam teknik pengumpulan data, sebelumnya harus terdapat bukti kebenaran dari data tersebut, direvisi, dan dikembangkan untuk mendapatkan hasil yang konkrit.