

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan cara pandang mengenai suatu hal dengan dasar tertentu (Manzilati, 2017, p. 1). Penggunaan paradigma yang berbeda akan menghasilkan pemaknaan yang berbeda. Hal ini terjadi karena pada setiap paradigma memiliki dasar pemaknaan yang berbeda untuk menjawab pertanyaan penelitian. Guba dan Denzin (2018, p. 217) membagi paradigma penelitian menjadi lima, yaitu *Positivisme*, *Post-Positivisme*, Kritis, Konstruktivisme, dan Partisipatoris.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma penelitian *post-positivistik*. Paradigma *post-positivistik* menurut Creswell (2018, p. 76) memiliki pandangan yang mengakui adanya probabilitas dari sebuah sebab dan akibat yang mungkin dan tidak mungkin terjadi. Elemen dari paradigma ini adalah seperti reduksionistik, logis, empiris, berorientasi pada sebab-akibat, dan deterministik. Dimensi paradigma menurut Creswell (2018, p. 65) terbagi dalam 4 dimensi yaitu *ontologis*, *epistemologis*, *axiology*, dan *metodologis*.

##### 3.3.1. Dimensi Ontologi

Dimensi ontologi mengkaji bagaimana asumsi tentang sebuah realitas. Selain itu, paradigma *Post-positivistik* menurut Creswell (2018, p. 98) melihat realitas itu bersifat tunggal dan berada 'di luar' dari individu. Namun, individu terkadang tidak dapat melihat hal tersebut karena kurangnya 'kemutlakan'. Hal ini juga berarti bahwa paradigma *post-positivistik* melihat sebuah realitas itu bersifat karena bergantung dengan hukum alam. Namun, hal tersebut tidak sepenuhnya dapat dilihat dengan benar oleh peneliti karena realitas terinternalisasi dalam individu.

##### 3.3.2. Dimensi Epistemologi

Dimensi epistemologi menurut Creswell (2018, p. 546) dilihat sebagai dimensi tentang bagaimana hubungan antara individu dan objek yang diteliti. Pada paradigma *post-positivistik*, realitas awalnya hanya dapat diperkirakan (Creswell

& Poth, 2018, p. 98). Realitas dapat ditemukan melalui riset dan juga statistik. Hubungan atau interaksi dengan subjek penelitian juga diharapkan minim untuk mendapatkan objektivitas.

### **3.3.3. Dimensi Aksiologi**

Dimensi aksiologi ini juga turut digagas oleh Creswell (2018, p. 545), yang mempertanyakan mengenai bagaimana peran dari *value* yang dimiliki peneliti. Pada paradigma ini, Creswell (2018, p. 98) menjelaskan bahwa keberadaan bias dari peneliti harus dapat dikontrol dan tidak dituangkan dalam penelitian.

### **3.3.4. Dimensi Metodologis**

Dimensi metodologis menurut Creswell (2018, p. 72) dikategorisasikan sebagai dimensi dari pengalaman peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Objek dari sebuah penelitian post-positivistik menjadi sebuah hal yang sangat penting, dan metodenya juga penting (Creswell & Poth, 2018, p. 98). Pengujian teori, menentukan variabel penelitian yang spesifik, dan melakukan perbandingan antara subjek yang satu dan yang lain juga merupakan hal yang penting untuk diperhatikan pada paradigma ini.

## **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah jenis kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif dilakukan untuk mengkaji dan mencari tahu bagaimana proses yang dialami oleh pihak terkait, kenapa mereka melakukan hal tersebut, dalam kenapa mereka melakukan hal tersebut. Penelitian kualitatif juga memiliki berbagai jenis penelitian lagi didalamnya, salah satunya penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif menurut Denzin & Lincoln (2018, p. 607) merupakan jenis penelitian yang mengkaji suatu fenomena secara lengkap dan mendetail.

Pada beberapa fenomena, penelitian kualitatif deskriptif ini digunakan untuk menyuarakan pihak yang termajinkan dan terkucil. Penelitian kualitatif deskriptif biasanya menggunakan metode seperti mengkaji dokumen, observasi partisipan, dan *in-depth interview* untuk memahami pengalaman, perspektif, dan pandangan.

Peneliti memiliki jenis penelitian kualitatif deskriptif karena peneliti ingin mengkaji secara mendalam mengenai pemanfaatan kekayaan media aplikasi Campaign #ForChange dalam pelaksanaan kampanye sosial Campaign.com. Peneliti akan melakukan penelitian melalui metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang dilakukan pada lingkup asal dari individu dan kelompok yang diteliti, dan akan dilengkapi dengan observasi untuk memvalidasi hasil wawancara dengan kondisi sebenarnya pada aplikasi Campaign #ForChange

### **3.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Studi Kasus, khususnya yang dikembangkan oleh Robert K Yin. Penelitian studi kasus dalam Robert K Yin (2018, pp. 45-46) menjelaskan bahwa studi kasus merupakan metode penelitian yang mengkaji kasus secara mendalam dalam konteks dunia nyata. Studi kasus digunakan untuk memahami kasus dunia nyata dan menganggap bahwa pemahaman tertentu kemungkinan melibatkan sebuah kondisi atau situasi yang berkaitan dengan kasus yang dikaji.

Sebuah studi kasus menurut Merriam & Tisdell (2016, p. 73) dianggap sebagai penelitian terkait fenomena kontemporer dalam dunia nyata, sehingga terkadang batasan antara fenomena dan objek yang dikaji tidak terlalu jelas. Penelitian studi kasus biasanya cocok untuk mengkaji penelitian yang ingin menjawab pertanyaan “bagaimana” dan “kenapa” (Yin, 2018, p. 61). Penelitian yang dilakukan ini menggunakan metode penelitian Studi Kasus. Peneliti mengkaji fenomena ini menggunakan Studi Kasus karena peneliti ingin mengkaji bagaimana pemanfaatan kekayaan aplikasi Campaign #ForChange dalam pelaksanaan kampanye Campaign.com.

### **3.4 Key Informan dan Informan**

Penelitian ini memiliki sumber data dari hasil wawancara mendalam dengan beberapa informan terkait. Beberapa informan yang dipilih turut merepresentasi pihak yang terlibat dalam organisasi Campaign.com yang di mana berhubungan dengan bagaimana aplikasi Campaign #ForChange ini dibentuk. Metode yang

digunakan dalam pemilihan informan ini adalah *snowball sampling*. Berdasarkan Sugiyono (2013, p. 85), *snowball sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar.

**Tabel 3. 1 Tabel Key Informan dan Informan**

<b>Narasumber</b>	<b>Deskripsi</b>
Ahmad Fatul Aziz ( <i>Engagement Lead – Engagement and Communication Officer</i> )	Beliau menjadi <i>key informan</i> penelitian ini dan akan diwawancarai untuk memenuhi kebutuhan penelitian dikarenakan beliau juga terlibat langsung dalam proses penyusunan strategi komunikasi kampanye terutama di aplikasi Campaign #ForChange.
Febriyanto Mulyawan ( <i>Senior Product Manager</i> )	Beliau akan menjadi informan penelitian ini dan akan diwawancarai untuk memenuhi kebutuhan bagaimana relevansi aplikasi Campaign #ForChange sebagai <i>CMC</i> , fitur dari aplikasi untuk menjadi media yang ‘kaya’, dan fitur aplikasi yang memenuhi syarat sebagai media baru.
Adham Aziz ( <i>Legal Team / Corporate Affairs Team</i> )	Beliau akan menjadi informan penelitian ini dan akan diwawancarai untuk memenuhi kebutuhan informasi tentang bagaimana penggunaan media baru untuk berkomunikasi dalam penyampaian <i>value</i> dari perusahaan dan bagaimana standar komunikasi media baru yang juga dituangkan di

	dalam komunikasi eksternal perusahaan.
--	--

### 3.4.1 Key Informan

*Key Informan* menurut Robert K. Yin (2018, p. 162) dijelaskan sebagai pihak yang dapat memberikan informasi yang penting dalam sebuah penelitian, dan juga dapat memberikan akses untuk melakukan wawancara dengan informan lainnya yang mungkin memiliki bukti untuk menguatkan ataupun berlawanan. *Key informan* dalam penelitian ini adalah Ahmad Fatul Aziz selaku *Engagement Lead* dari tim *Engagement and Communication Team Campaign.com*. Beliau menjadi pemimpin dalam tim *Engagement and Communication Team*, atau yang terdiri dari divisi *Engagement* dan juga tim *Communication*. Ahmad diwawancarai untuk memenuhi kebutuhan penelitian yang berkaitan dengan informasi mengenai kegiatan komunikasi eksternal, kampanye, pemanfaatan kekayaan media aplikasi Campaign #ForChange dan bagaimana aplikasi tersebut sebagai media baru dapat menunjang komunikasi kampanye. Hal tersebut dikarenakan beliau juga terlibat langsung dalam proses penyusunan strategi komunikasi kampanye terutama di aplikasi Campaign #ForChange ini.

### 3.4.2 Informan

Informan dalam penelitian ini ada dua, yaitu Febrianto Mulyawan yang merupakan *Senior Product Lead* dari *Developer Team Campaign.com* dan juga Adham Aziz yang merupakan *Legal Officer* dari *Corporate Affairs Team Campaign.com*. Febrianto akan diwawancarai untuk melengkapi informasi penelitian mengenai relevansi aplikasi Campaign #ForChange sebagai *CMC*, fitur dari aplikasi untuk menjadi media yang 'kaya', dan fitur aplikasi yang memenuhi syarat sebagai media baru. Adham Aziz akan diwawancarai untuk melengkapi informasi penelitian mengenai bagaimana penggunaan media baru untuk berkomunikasi dalam penyampaian *value* dari perusahaan dan bagaimana standar komunikasi media baru yang juga dituangkan di dalam komunikasi eksternal perusahaan.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif deskriptif menurut Denzin & Lincoln (2018, p. 607) biasanya menggunakan metode seperti mengkaji dokumen, observasi, dan in-depth interview untuk memahami pengalaman, perspektif, dan pandangan. Teknik pengumpulan data berdasarkan studi kasus dari Yin (2018, pp. 156-157) memiliki enam jenis. Teknik tersebut adalah dokumentasi, *archival records*, wawancara, *direct observation*, *participant observation*, dan *physical artifacts*.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi untuk memenuhi data primer, dan melakukan studi pustaka untuk memenuhi data sekunder.

#### 3.5.1. Wawancara Mendalam

Bertujuan untuk memenuhi data penelitian, akan dilakukannya wawancara mendalam untuk menggali informasi dari *key informan* maupun informan. Wawancara menurut Robert K. Yin (2018, p. 161) dilakukan untuk membantu penelitian mendapatkan penjelasan terlebih mengenai “bagaimana” dan “kenapa” dari sebuah kasus, dan mendapatkan informasi yang merefleksikan perspektif partisipan yang terlibat.

Wawancara mendalam dilakukan secara *semi* terstruktur untuk mendapatkan jawaban mendalam dari informan mengenai bagaimana pemanfaatan kekayaan media baru yaitu aplikasi Campaign #ForChange. Wawancara *semi* terstruktur menurut Harahap (2020, p. 78) merupakan jenis interview yang dilakukan dalam penelitian di mana kegiatan wawancara sudah diarahkan dengan daftar pertanyaan namun tidak tertutup adanya pertanyaan baru yang muncul spontan ketika pembicaraan dilakukan.

#### 3.5.2. Observasi

Pada penelitian ini data penelitian juga akan didapatkan melalui *direct observation*. *Direct observation* menurut Yin (2018, p. 165) merupakan salah satu dari teknik observasi yang memiliki objek penelitian yang masih baru. Objek yang masih baru

dalam kata lain adalah objek penelitian yang konteks sosial ataupun lingkungannya masih tersedia untuk diobservasi langsung.

Penelitian ini akan memaparkan bentuk-bentuk kekayaan media baru yang digunakan dalam komunikasi eksternal dari organisasi yang berada dalam sebuah aplikasi. Observasi akan dilakukan tanpa adanya *bias*, karena akan dikonfirmasi kembali melalui adanya wawancara mendalam

### **3.5.3. Studi Pustaka**

Selain itu, untuk melengkapi data primer yang didapatkan melalui observasi dan wawancara, data penelitian ini juga akan dilengkapi dengan studi pustaka terkait hasil pengumpulan data. Data penelitian akan dilengkapi dengan teori maupun konsep yang berhubungan dengan topik yang dikaji. Studi pustaka akan dilakukan dengan memanfaatkan sumber buku, jurnal, maupun sumber artikel.

### **3.6 Keabsahan Data**

Penelitian studi kasus memiliki teknik keabsahan data atau yang bisa disebut dengan desain penelitian. Desain penelitian digunakan untuk mengkaji data yang telah dikumpulkan untuk menarik kesimpulan penelitian. Yin (2018, p. 78) menjelaskan bahwa data temuan perlu diuji untuk memastikan kualitas dari penelitian. Terdapat 4 jenis tes mengenai teknik keabsahan data.

#### **3.6.1. Construct Validity**

Tes ini merupakan jenis teknik keabsahan data yang mengidentifikasi langkah-langkah operasional yang benar untuk konsep yang digunakan. Taktik yang dapat digunakan adalah melalui sumber data dan informan yang beragam untuk mengkaji laporan studi kasus.

#### **3.6.2. Internal Validity**

*Internal validity* dijelaskan sebagai teknik keabsahan data untuk penelitian *explanatory* atau kualitatif eksplanatif dimana untuk mengkaji hubungan sebab akibat, dimana situasi tertentu dipercaya dapat mempengaruhi terjadinya situasi lainnya. Teknik dari keabsahan data ini adalah seperti *pattern matching*,

*explanation building*, penjelasan dan model logis.

### **3.6.3. External Validity**

Pada teknik keabsahan data ini dapat digunakan untuk menunjukkan apakah hasil temuan dari studi kasus dapat digeneralisasi. Mengingat bahwa penelitian studi kasus akan dimulai dengan menjawab pertanyaan “bagaimana” atau “kenapa”. Penelitian dilakukan dengan mengamati bentuk pertanyaan yang diajukan. Hal tersebut karena terkadang ada pertanyaan yang mendukung ataupun menghambat data temuan untuk digeneralisasi. Selain itu, pengidentifikasian teori yang tepat, juga menjadi dasar untuk pemberlakuan teknik analisis ini.

### **3.6.4. Reliability**

Teknik analisis ini dilakukan apabila penelitian memiliki tujuan akan dikaji kembali oleh peneliti selanjutnya. Penelitian selanjutnya akan dilakukan dengan menggunakan prosedur yang sama, dan temuan hingga kesimpulan juga sama. Tujuan dari *reliability* ini adalah untuk meminimalisir eror dan *bias* dalam sebuah penelitian.

Pada penelitian ini, teknik keabsahan data yang digunakan adalah teknik *construct validity*. Teknik *construct validity* digunakan karena peneliti akan melakukan pengumpulan data dari berbagai sumber seperti wawancara, observasi, dan juga studi pustaka yang kemudian akan digabungkan dan dibandingkan untuk memperkaya penemuan penelitian.

## **3.7 Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan metode Studi kasus, teknik keabsahan data menurut Robert K Yin. Maka, untuk teknik analisis data dari penelitian ini juga akan menggunakan teknik analisis yang dikembangkan oleh Robert K Yin. Terdapat lima jenis teknik analisis data menurut Yin (2018, p. 224), yaitu:

### **3.7.1. Pattern Matching**

Penggunaan teknik analisis *pattern matching* ini dapat diaplikasikan pada penelitian eksplanatif dan deskriptif. Namun, teknik ini akan relevan untuk penelitian

deskriptif apabila pola deskriptif yang diprediksi didefinisikan sebelum data koleksi. Kata lain, analisis *pattern matching* ini dilakukan dengan membandingkan adanya asumsi awal dengan data yang ditemukan dalam penelitian.

### **3.7.2. Explanation Building**

Teknik analisis *explanation building*, dijelaskan juga oleh Yin (2018, p. 228) dimana teknik ini merupakan tipe lain dari *pattern matching* dengan prosedur yang lebih rumit dan membutuhkan perhatian lebih. Tujuan dari teknik analisis ini adalah untuk menganalisis data studi kasus dengan membangun penjelasan mengenai sebuah kasus. Prosedur teknik analisis ini relevan untuk jenis penelitian studi kasus eksplanatif.

### **3.7.3. Time-Series Analysis**

Teknik analisis data ini dilakukan untuk memaparkan analisis secara bertahap yang dibagi dalam beberapa kurun waktu. Penggunaan teknik analisis ini menurut Yin (2018, p. 231) biasanya untuk memaparkan sebuah pola yang juga didukung oleh analisis menurut kurun waktu tertentu sebagai pondasi kuat untuk menarik kesimpulan dalam studi kasus. Penelitian dengan tekni keabsahan ini akan menjawab pertanyaan yang relevan dengan “bagaimana” dan “kenapa” antara sebuah kejadian yang terjadi dalam kurun tertentu, sehingga membutuhkan kronologi waktu.

### **3.7.4. Logic Models**

Teknik analisis data selanjutnya yaitu *logic models*. Yin (2018, p. 236) memaparkan penggunaan model ini untuk mengoperasionalisasi rangkaian kegiatan yang kompleks dalam jangka waktu tertentu. Teknik ini digunakan untuk menunjukkan bagaimana proses terjadinya sebuah kegiatan yang kompleks. Kegiatan terjadi dalam proses pengulangan pola dari *cause-effect-cause-effect*.

Hal tersebut terjadi di mana hasil suatu kegiatan dapat menjadi stimulus yang memicu terjadinya kegiatan lainnya, dan begitu pula stimulus selanjutnya yang akan mempengaruhi munculnya kegiatan berikutnya. Teknik analisis ini sering dianggap sama dengan *pattern matching*, tapi karena adanya proses yang

lebih kompleks, maka *logic models* dianggap teknik analisis yang berbeda dengan *pattern matching*.

### **3.7.5. Cross-Case Synthesis**

Teknik analisis ini lebih mengkaji mengenai jenis studi kasus *multiple-case*. Sedangkan, keempat teknik sebelumnya dapat digunakan untuk mengkaji penelitian studi kasus untuk *single* maupun *multiple-case*. Sehingga, dalam penggunaannya, teknik analisis ini memiliki syarat utama dimana jenis studi kasus yang dikaji harus memiliki *multiple-case*.

Berdasarkan beberapa teknik analisis data dari Robert K. Yin, penelitian ini akan dilengkapi dengan teknik analisis data *pattern matching*. Dimana, hasil temuan penelitian akan dianalisis dengan cara dicocokkan, yaitu antara temuan data wawancara maupun observasi dengan teori atau sumber pustaka lainnya seperti adanya teori *Media Richness Theory* dari Richard L Daft & Robert H Lengel.

