



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 JENIS DAN SIFAT PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif. Menurut Lawrence Neuman (2006, h.157) penelitian kualitatif adalah:

“Qualitative researchers use a language of case and contexts, employ bricolage, examine social processes and case in their social contexts, and look at interpretations or the creation of meaning in specific settings. They look at social life from multiple points of view and explain how people construct identities. Only rarely do they use variable or test hypotheses, or convert social life into numbers. “

Dalam penelitian kualitatif, data kadang-kadang berbentuk angka; lebih sering data merupakan kata-kata tertulis atau lisan, tindakan, bunyi, symbol, benda fisik, atau gambar visual (misalnya peta, foto dan video). Penelitian kualitatif tidak mengkonversi semua pengamatan menjadi media tunggal umum seperti angka, tetapi meninggalkan data dalam berbagai bentuk, ukuran, dan wujud yang tidak standar. (Neuman, 2013, h.225)

Penelitian kualitatif dapat dipadukan dengan berbagai tipe atau sifat riset, yaitu eksploratif, deskriptif, eksplanatif dan evaluatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan

secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.

Penelitian deskriptif menyajikan gambaran yang spesifik mengenai situasi, penataan sosial atau hubungan. (Neuman, 2013, h.44). Penelitian deskriptif memiliki tujuan utama memberikan gambaran dengan menggunakan kata dan angka serta untuk menyajikan profil, klasifikasi jenis atau garis besar tahapan guna menjawab pertanyaan seperti siapa, kapan, dimana dan bagaimana (Neuman, 2013, h.44).

3.2 PARADIGMA PENELITIAN

Paradigma merupakan kerangka penyusunan umum untuk teori dan penelitian yang mencakup asumsi dasar, persoalan inti, model dari penelitian kualitas, dan metode untuk menjawab pertanyaan. (Neuman, 2013, h.108)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigam *post-positivisme*. *Post-positivisme* merupakan modifikasi dari paradigma *positivisme*. Paradigma ini merupakan metode yang terorganisir yang menggabungkan logika deduktif dengan pengamatan empiris yang tepat dari perilaku individu agar bisa menemukan dan menegaskan seperangkat hukum sebab-akibat yang dapat digunakan untuk memprediksi pola umum dari aktivitas manusia (Neuman, 2013, h.109)

3.3 METODE PENELITIAN

Di dalam penelitian dengan judul “Strategi Penggunaan *Social Media* Dalam Upaya Membangun *Customer Engagement* (Studi Kasus: Facebook

Fanpage XLRame dan Akun Twitter @XLCare) ini peneliti menggunakan metode studi kasus. Peneliti menggunakan metode studi kasus untuk menjabarkan implementasi strategi *social media*, yaitu *Social Media Strategy Wheel* yang dikemukakan oleh Deirdre Breakenridge

Penelitian studi kasus menelaah berbagai karakteristik dari sedikit kasus. Kasus-kasus tersebut dapat berupa individu, kelompok, organisasi, pergerakan, peristiwa atau unit geografis. (Neuman, 2013, h.47). Metode ini merupakan penyelidikan mendalam dari berbagai macam informasi mengenai beberapa unit atau kasus untuk satu periode atau antar beberapa periode waktu majemuk (Neuman, 2013, h.47).

Penelitian studi kasus secara intensif menyelidiki satu atau sehubungan kecil kasus, berfokus pada berbagai detail di dalam setiap kasus dan konteksnya. Ringkasnya, studi kasus menelaah detail karakteristik internal setiap kasus dan juga situasi di sekitarnya. (Neuman, 2013, h.48)

Dalam penelitian studi kasus terdapat tiga jenis kajian, yaitu:

1. Studi kasus intrinsik
2. Studi kasus instrumental
3. Studi kasus kolektif (Denzin dan Lincoln, 2009, h.302)

Peneliti memilih metode studi kasus intrinsik karena dirasa paling sesuai dan tepat dengan fokus penelitian ini, studi kasus intrinsik dipilih oleh peneliti untuk lebih memahami tentang sebuah kasus, tujuan dari studi kasus

intrinsik bukan untuk merumuskan suatu teori, tetapi lebih kepada pemahaman tentang suatu kasus.

Penelitian studi kasus tunggal holistik adalah penelitian yang menempatkan sebuah kasus sebagai fokus dari penelitian. Peneliti memilih desain ini karena sesuai dengan judul peneliti yang berfokus pada strategi *social media* yaitu *Social Media Strategy Wheel* yang dikemukakan oleh Deirdre Breakenridge.

3.4 KEY INFORMAN/ INFORMAN

Key informan adalah narasumber atau seseorang yang dianggap kredibel dengan pokok penelitian karena pemahamannya akan informasi atau data mengenai masalah yang sedang diteliti oleh peneliti. Disini peneliti mencari narasumber yang sesuai dengan topik penelitian yang berjudul “Strategi Penggunaan *Social Media* Dalam Upaya Membangun *Customer Engagement* (Studi Kasus: Facebook Fanpage XLRame dan Akun Twitter @XLCare).

Adapun narasumber yang menjadi *key informan* dan *informan* di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1

TABEL KEY INFORMAN & INFORMAN

Nama	Key Informan / Informan	Perusahaan / Jabatan	Peran Key Informan/ Informan

Ariesa Pramudito	Key Informan	PT XL Axiata, Tbk / Manager – Digital Care&Community Customer Experience Management	Karena beliau mengetahui dan memantau jalannya seluruh kegiatan di social media XL yang terkait dengan Social Media Strategy Wheel.
Danda Iskandar	Informan	PT XL Axiata, Tbk / Supervisor – CS Social Media (Rangers)	Karena beliau merupakan orang yang mengetahui dan menjalankan kegiatan komunikasi di social media (implementasi)
Bangwin	Informan Ahli	Bangwin Consulting	Karena beliau merupakan ahli di bidang social media. Beliau juga memiliki

			perusahaan konsultan social media.
Donalfi	Informan	PT XL Axiata, Tbk / GM Contact Management Operation	Karena beliau merupakan GM / Atasan yang handle customer service, sebelum dibagi menjadi 2 bagian (konvensional – digital)

(Sumber: Olahan Penulis)

3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data atau informasi. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang telah ditetapkan.

Data kualitatif berasal dari berbagai macam bentuk, yaitu foto, peta, wawancara terbuka, observasi, dokumen dan lain-lain. Kita dapat

menyederhanakan data seperti itu menjadi dua kategori utama: penelitian lapangan dan penelitian historis-komparatif (Neuman, 2013,h. 57).

Penelitian lapangan dimulai dengan pertanyaan yang dirumuskan secara longgar, kemudian memiliki kelompok atau lokasi untuk penelitian, memperoleh akses dan kemudian menerapkan peranan sosial dalam penataan dan mulai melakukan observasi. Penelitian ini biasanya dilakukan dengan wawancara. (Neuman, 2013:57)

Penelitian historis-komparatif dilakukan untuk menyelidiki data mengenai peristiwa dan kondisi atau dalam masyarakat yang berbeda-beda. (Neuman, 2013,h. 58). Untuk penelitian ini, peneliti mendapatkan data dengan menggunakan metode studi pustaka, data perusahaan dan data tambahan yang berasal dari internet.

3.6 TEKNIK ANALISIS DATA

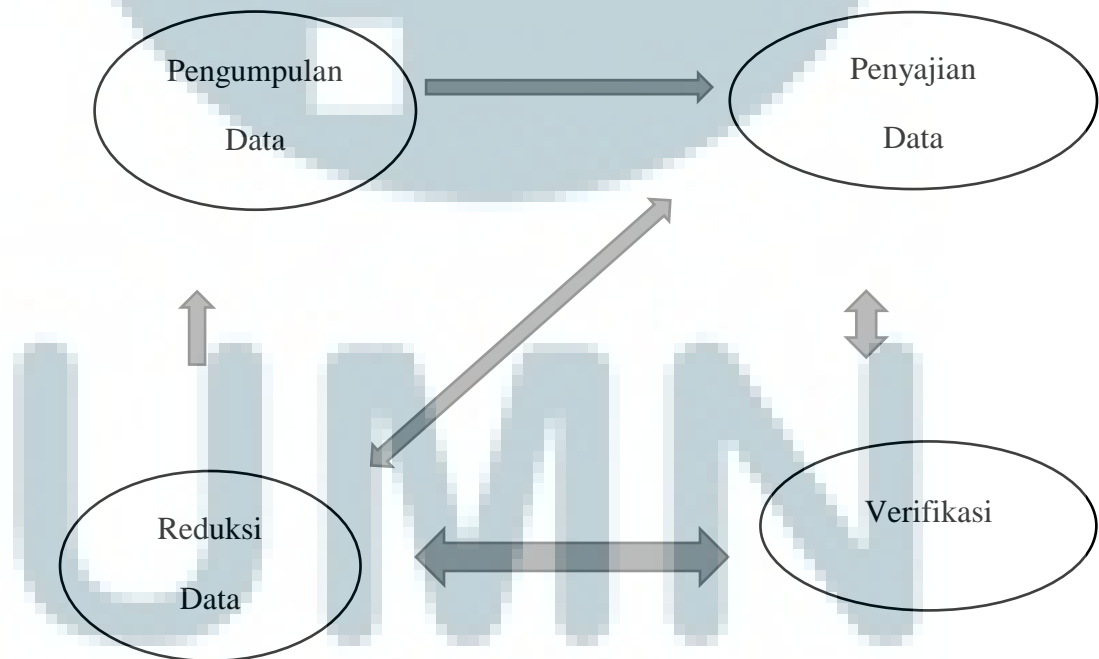
Dalam penelitian lapangan, penelitian historis-komparatif dan beberapa bidang penelitian lainnya, kita mengumpulkan banyak data kualitatif untuk menggambarkan rincian tentang manusia, tindakan dan peristiwa dalam kehidupan sosial. Data tersebut berbentuk teks dari dokumen, catatan observasi, naskah wawancara terbuka, artefak fisik, kaset video, audio dan gambar atau foto. Tidaklah cukup untuk mengumpulkan data; kita juga harus menganalisisnya. (Neuman, 2013,h. 559)

Teknik analisis data menyangkut 3 kegiatan yang bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Reduksi data

merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Di dalam proses ini peneliti mencari data yang benar-benar *valid*. Kemudian, penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan dengan tujuan memudahkan pembaca untuk menarik kesimpulan. Lalu penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah proses menarik kesimpulan yang mana kesimpulan-kesimpulannya juga di verifikasi selama penelitian berlangsung. (Huberman, 2009. h.592)

Gambar 3.1

Analisis Model Interaktif Miles dan Huberman



(Sumber: Denzin & Lincoln, 2009:592)

3.7 TRIANGULASI PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data. Triangulasi merupakan proses penyetigaan, dalam penelitian sosial kita membangun berdasarkan prinsip bahwa kita bisa lebih banyak belajar dengan mengamati dari berbagai perspektif dibanding hanya melihat satu perspektif tunggal. (Neuman, 2013, h.186).

Triangulasi dibedakan menjadi 4(empat) jenis, yaitu:

1. Triangulasi Ukuran
2. Triangulasi Pengamat
3. Triangulasi Teori
4. Triangulasi Metode (Neuman,2013, h. 186-187)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi pengamat dan triangulasi teori. Triangulasi pengamat dilakukan dalam berbagai penelitian, misalnya melakukan wawancara, masing-masing pengamat mungkin melihat dan merekam data yang berbeda. Menggabungkan yang dilihat dan dialami oleh pengamat tersebut dapat menghasilkan gambaran yang lebih lengkap. Peneliti menggunakan beberapa informan untuk memeriksa kebenaran informasi yang diperoleh. Sehingga, peneliti dapat memperoleh hasil yang mendekati kebenaran melalui berbagai pandangan dan pendapat yang berbeda. Sedangkan untuk triangulasi teori, peneliti mencocokkan kenyataan yang terjadi pada XL dengan teori yang digunakan sebagai media untuk membedah strategi yang

digunakan, yaitu *Social Media Strategy Wheel* yang dikemukakan oleh Deirdre Breakenridge.

3.8 FOKUS PENELITIAN

Fokus penelitian di dalam penelitian ini adalah melihat implementasi strategi *social media*, strategi yang digunakan di dalam penelitian ini menggunakan model yang dikemukakan oleh Deirdre Breakenridge yaitu *Social Media Strategy Wheel*.

3.9 WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN

Waktu penelitian ini dilaksanakan dari 19 Februari 2016 sampai dengan 29 Mei 2016 terhitung dari proses pemilihan topik dan jenis penelitian, perancangan judul penelitian, pencarian *contact person* dari perusahaan (XL Axiata) yang bersangkutan dan komunikasi dengan *key informan/ informan* yang bersangkutan untuk keperluan wawancara terkait dengan topik penelitian yang diambil, pembuatan bab 1,2,3,4 dan 5 beserta revisi yang disarankan oleh dosen pembimbing.

Sedangkan untuk tempat penelitian, peneliti mengambil tempat di PT XL Axiata, Tbk. Menara Prima Lt. 5, Mega Kuningan. Jakarta. Berikut tabel 3.2 dibawah yang berisi *timeline* penelitian:

Tabel 3.2

TABEL TIMELINE PENELITIAN

	Febuari				Maret				April				Mei			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pemilihan Topik Skripsi	█	█														
Penentuan Judul Skripsi		█														
Perancangan Bab I		█														
Bimbingan Dengan Dosen Pembimbing					█		█		█	█	█			█		█
Perancangan Bab II					█											
Perancangan Bab III							█									
Proses Wawancara Narasumber									█	█	█					
Perancangan Bab IV									█	█	█					
Perancangan Bab V													█			
Finishing															█	█

