



### **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

##### 3.1.1 Pendekatan Penelitian

Creswell (2014, h. 4) menyebutkan tiga tipe pendekatan pada perencanaan penelitian, yaitu kualitatif, kuantitatif, dan *mix-methods*. Diferensiasi umum antara penelitian kualitatif dan kuantitatif terletak pada bentuk data. Dimana penelitian kualitatif menggunakan pertanyaan terbuka atau *open-ended questions* untuk menggali data berupa kata-kata yang dielaborasi, sedangkan penelitian kuantitatif menggunakan pertanyaan tertutup atau *close-ended questions* untuk mendapatkan data berupa angka. Kemudian penelitian *mixed-methods* merupakan gabungan elemen dari penelitian kualitatif dan kuantitatif.

Berdasarkan gambaran umum tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hal ini berdasarkan adanya kesamaan karakteristik dari penelitian dengan karakteristik umum penelitian kualitatif yang dikemukakan oleh Creswell (2014, h. 185-186), sebagai berikut:

- 1) Situasi penelitian alamiah

Penelitian kualitatif berupaya untuk memahami situasi alami dari isu atau masalah yang dijadikan sebagai kajian penelitian. Oleh karena itu, proses pengumpulan data dilakukan pada lokasi dimana

narasumber terlibat atau berperan dalam masalah penelitian tanpa adanya distraksi dari peneliti. Kemudian, peneliti akan mengumpulkan informasi melalui mengamati dan interaksi tatap muka secara langsung dengan narasumber.

2) Peneliti sebagai instrumen utama

Peneliti pada penelitian kualitatif merupakan instrumen utama untuk proses pengumpulan data, dimana peneliti akan terlibat langsung melalui observasi perilaku, telaah dokumen, dan wawancara narasumber.

3) Lebih dari satu sumber data

Peneliti pada pendekatan penelitian kualitatif umumnya mengumpulkan berbagai sumber data, seperti hasil wawancara, observasi, dan dokumen. Seperti pada penelitian ini yang menggunakan data primer berupa hasil wawancara, serta data sekunder yang berasal dari studi pustaka, jurnal, dokumen, dan literatur lainnya.

4) Analisis data induktif dan deduktif

Peneliti pada penelitian kualitatif membangun pola, kategori, dan tema dengan terlebih dahulu mengorganisasikan data hingga membentuk sebuah unit informasi yang semakin konseptual. Proses induktif mengilustrasikan proses kerja berulang antara tema dan data yang dihimpun hingga peneliti dapat membangun sebuah set tema yang komprehensif. Kemudian pada proses deduktif, peneliti

kembali melihat data yang ada untuk menentukan apakah peneliti membutuhkan pengumpulan data tambahan.

5) Pandangan narasumber

Dalam seluruh proses penelitian kualitatif, peneliti perlu tetap berfokus untuk memahami perspektif masing-masing narasumber terhadap masalah yang dikaji.

6) Rancangan penelitian yang fleksibel

Walaupun peneliti telah memiliki perencanaan yang disusun sedari awal, namun proses penelitian kualitatif bersifat fleksibel sehingga dapat diubah secara spontan. Hal ini dilakukan agar peneliti mampu mengungkap fakta-fakta dari masalah penelitian secara lebih mendalam. Contoh, daftar pertanyaan atau bentuk data yang disesuaikan dengan kondisi lapangan.

7) Bersifat reflektif

Pada penelitian kualitatif, peneliti merefleksikan peran dan latar belakang personal budaya, dan pengalaman pribadi peneliti sehingga dapat berpengaruh dalam membentuk interpretasi peneliti terhadap hasil penelitian atau bersifat subjektif. Maka dari itu, penelitian kualitatif dapat menghasilkan berbagai sudut pandang yang berbeda dari satu isu yang sama

8) Pengamatan secara menyeluruh

Peneliti perlu mengembangkan gambaran kompleks secara menyeluruh dari masalah penelitian, yang meliputi berbagai faktor

dan perspektif yang terlibat di dalam masalah penelitian. Oleh karena itu, peneliti pada riset kualitatif tidak memisahkan antar faktor, namun lebih berorientasi pada mengidentifikasi interaksi antar faktor dalam berbagai konteks.

### **3.1.2 Sifat Penelitian**

Sedangkan apabila dilihat berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat deskriptif. Gulo (2002, h. 19) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif mengacu pada pertanyaan “bagaimana”. Temuan dari penelitian deskriptif menguraikan secara luas dan terperinci seluruh faktor yang terlibat di dalam masalah penelitian.

Sepaham dengan penjelasan tersebut, penelitian ini ingin menjawab rumusan masalah, bagaimana strategi membangun *brand engagement* yang dilakukan oleh AirAsia Indonesia melalui Facebook, Instagram, dan Twitter. Jawaban atas rumusan masalah tersebut akan dideskripsikan secara terperinci, melalui pandangan masing-masing narasumber yang kemudian diinterpretasikan oleh peneliti.

### **3.1.3 Paradigma Penelitian**

Creswell (2014, h. 6) memandang paradigma sebagai pedoman umum penelitian yang dipegang oleh peneliti mengenai dasar penelitian yang akan dilaksanakan. Terdapat empat macam paradigma dikemukakan oleh Creswell, yaitu post-positivis, konstruktivis, transformatif, dan pragmatis.

Menurut Creswell (2014, h. 8), paradigma konstruktivis sosial umumnya dipandang sebagai sebuah pendekatan untuk penelitian kualitatif. Paradigma ini berpegang pada asumsi bahwa individu berusaha memahami lingkungan sekitar dimana mereka hidup dan bekerja. Individu mengkonstruksi makna atau pandangan subjektif dari pengalaman yang mereka rasakan terhadap suatu hal. Pandangan tersebut dapat beragam sehingga menuntut peneliti untuk melihat kompleksitas dari berbagai pandangan yang ada. Maka dari itu, orientasi dari penelitian dengan paradigma ini adalah mengandalkan sebanyak mungkin pandangan subjektif narasumber terhadap situasi yang menjadi kajian penelitian.

Pertanyaan yang diajukan kepada narasumber bersifat umum dan dapat disesuaikan dengan isi diskusi wawancara yang tengah berlangsung, sehingga menuntun narasumber untuk semakin mengelaborasi pandangannya terhadap hal yang diteliti secara mendalam. Tujuan peneliti adalah menginterpretasikan pandangan narasumber terhadap masalah yang dikaji. Namun perlu diperhatikan bahwa faktor latar belakang peneliti dapat memengaruhi interpretasi dan posisi mereka terhadap penelitian. Pada akhirnya, paradigma ini membutuhkan proses kerja induktif sehingga mengembangkan suatu pola dari kumpulan persepsi.

Adapun penelitian ini berdasarkan pada paradigma konstruktivis sosial. Sesuai dengan pemahaman dari Creswell, penelitian ini berusaha untuk mengumpulkan pandangan dari empat narasumber terkait strategi membangun *brand engagement* melalui media sosial, khususnya pada AirAsia Indonesia. Melalui sesi wawancara, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan berbentuk *open-ended* yang kemudian akan dijawab dengan pandangan pribadi narasumber.

Dengan pandangan yang diberikan oleh narasumber, data kemudian akan diolah untuk menemukan pola dari seluruh pandangan yang ada, sehingga kemudian membangun sebuah konstruksi mengenai strategi AirAsia Indonesia dalam membangun *brand engagement* melalui media sosial.

### **3.2 Metode Penelitian**

Creswell (2014, h. 13-14) menyebutkan setidaknya ada lima strategi penelitian atau metode pada riset kualitatif, yakni etnografi, teori *grounded*, studi kasus, riset fenomenologi, dan riset naratif. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, yakni sebuah strategi penelitian dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam mengenai suatu program, acara, aktivitas, proses, atau individu tertentu.

Pada penelitian ini studi kasus dilakukan terhadap akun Facebook *fanpage*, Twitter, dan Instagram dari AirAsia Indonesia. Penelitian akan mendalami strategi dari AirAsia Indonesia dalam membangun *brand engagement* melalui aktivitas ketiga akun media sosial tersebut. Penelitian ini menggunakan multisumber, yaitu hasil wawancara dengan narasumber serta studi literatur dan dokumen terkait.

### **3.3 Informan**

Dalam penelitian Strategi Membangun *Brand Engagement* Melalui Media Sosial: Studi Kasus Akun Media Sosial Airasia Indonesia, wawancara akan dilakukan terhadap informan kunci, informan ahli, dan informan tambahan.

1) Informan kunci

Ibnu Ambara, *Social Media and Digital Marketing* AirAsia Indonesia

Ibnu Ambara merupakan alumnus dari Universitas Multimedia, Malaysia. Ia memulai karirnya di Dentsu Digital Agency Jakarta sebagai seorang *multimedia designer*. Pada tahun 2014, Ibnu memutuskan untuk menjadi *web designer* di AirAsia Indonesia. Selama lebih dari dua tahun, ia bertanggung jawab atas *website* utama, *digital campaign*, dan *Search Engine Optimization (SEO)* bagi AirAsia Indonesia. Kemudian pada Juni 2016, Ibnu beralih peran menjadi *Social Media dan Digital Marketing* dengan tanggung jawab yang berpusat pada penanganan strategi media sosial dan hubungan kemitraan untuk *digital marketing* AirAsia Indonesia. Dalam menjalani perannya yang ia emban hingga saat ini, Ibnu turut berkoordinasi dengan tim kreatif, *public relations*, *business development*, dan lainnya. Koordinasi tersebut berkaitan dengan strategi konten, *blogger relations*, *event*, *customer relations*, *crisis management*, dan hal lainnya yang berkaitan langsung dengan aktivasi Facebook *fanpage*, Instagram, dan Twitter AirAsia Indonesia.

LinkedIn: Ibnu Ambara

*e-mail*: [ibnuambara@airasia.com](mailto:ibnuambara@airasia.com)

2) Informan Ahli

a) Kania Kismadi, *Head of Social and Content* RED Comm *digital agency*.

Kania Kismadi merupakan *Head of Social and Content* pada RED Comm, Jakarta. Selama lebih dari tiga tahun berkecimpung di ranah *social media marketing*, Kania telah berpengalaman dalam menangani aktivasi media sosial bagi sejumlah *brand* ternama, seperti MILO, Blue Bird Group, Tiger Mandala Airlines, Bebelac, dan lainnya. Kini ia bertanggung jawab untuk memimpin dan mengelola tiga sub-divisi di bawah *social and content team*, yang terdiri atas *trend & research team*, *content creation team*, and *KOL & community management team*. Sebagai seorang *digital marketing* expert, Kania memiliki keahlian pada bidang *social media marketing*, *social media management*, *social media analytics*, *content management*, *content writing*, *digital customer service*, *crisis management*, dan *influencers' engagement*. Selain itu, alumnus STIKOM London School of Public Relations Jakarta ini juga memiliki minat pada dunia *travelling*. Kegemaran berwisatanya ini kemudian ia salurkan melalui *blog* pribadinya, yaitu [www.theescapistwanderluster.com](http://www.theescapistwanderluster.com).

LinkedIn: Kania Kismadi

*e-mail*: [kania.kismadi@gmail.com](mailto:kania.kismadi@gmail.com)

b) Elki Hendria, *Strategic Planning Director* Phibious Indonesia

Elki Hendria merupakan *Strategic Planning Director* pada Phibious Indonesia, sebuah *integrated agency* yang memiliki basis di empat negara Asia Tenggara, yaitu Kamboja, Indonesia, Myanmar, dan Vietnam. Pada tahun 2015 dan 2016, Phibious berhasil merebut penghargaan sebagai *Southeast Asia Independent Integrated Agency of the Year* dari *Campaign Asia Award*. Selama lebih dari satu tahun terakhir, Elki berperan sebagai konsultan yang memberikan strategi komunikasi terintegrasi bagi sejumlah klien. Beberapa perusahaan yang kini tengah ditangani langsung oleh Elki, antara lain Gudang Garam International, Samsung Indonesia, Shell Helix, Glico Wings, The Body Shop Indonesia, Erafone, dan lainnya. Sebelum bergabung dengan Phibious Indonesia, alumnus Universitas Indonesia juga memiliki sederet pengalaman pada berbagai agensi ternama. Mulai dari Leo Burnett, Irish, Semiotica Indonesia, dan lainnya. Semasa bergabung dengan Semiotica Indonesia, Elki menjabat sebagai *Creative Planning Director* yang menangani perencanaan komunikasi terintegrasi bagi sejumlah perusahaan, termasuk salah satunya adalah AirAsia Indonesia. Dimana ia berperan sebagai penggagas *event AirAsia travel fair* yang akhirnya membawa kemenangan AirAsia Indonesia pada ajang *Marketing Award 2014* untuk kategori *Best Social Marketing in Activation*.

LinkedIn: Elki Hendria

e-mail: elki.hendria@phibious.com

3) Informan Tambahan

Nurul Aslamiati, *travel blogger* dan anggota AirAsia Bloggers Community (AABC) Indonesia.

Nurul Aslamiati atau yang akrab dengan sapaan NurulNoe merupakan seorang *travel blogger* yang cukup dikenal dekat oleh kalangan *backpacker* atau para *traveler* dengan kemampuan biaya terbatas. Sebagai *blogger* aktif, Nurul kerap membagikan kisah perjalanan wisata, tips atau panduan berwisata, dan berbagai ulasan terkait perjalanan wisata pada *blog*, serta Facebook *fanpage*, Instagram, dan Twitter pribadinya. Selain itu, Nurul juga berbagi pengalaman wisatanya dengan menulis buku “Backpacking Makassar & Sekitarnya”, serta terlibat dalam penulisan buku “Finding Islam” dan “Blogger Walking”. Saat ini, Nurul juga tergabung sebagai salah satu member aktif pada *AirAsia Bloggers Community* (AABC) Indonesia. Tidak jarang Nurul mengunggah tulisan berupa tips ataupun ulasan terkait AirAsia Indonesia, seperti “Tiket Promo AirAsia Bisa Di-*refund*?”, “Keuntungan Menjadi Member AirAsia BIG”, dan lainnya. Melalui berbagai tulisannya tersebut, kini banyak pelanggan AirAsia Indonesia yang menjadikan Nurul sebagai sumber informasi yang terpercaya untuk berbagai pertanyaan seputar AirAsia Indonesia. Berbagai prestasi

yang pernah diraih Nurul sebagai seorang *travel blogger*, antara lain Juara ke-2 dalam AirAsia Blog Competition 2014, Juara lomba blog MisterAladin.com 2015, Juara ke-3 Lomba Blog VoucherHotel.com tahun 2013, dan lainnya.

*Blog:* [www.nurulnoe.com](http://www.nurulnoe.com)

Facebook *fanpage:* @noetraveler

Instagram: @noetraveler

Twitter: @noetraveler

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Creswell (2014, h. 190), terdapat empat cara yang dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif, antara lain observasi, wawancara, telaah dokumen, dan pengambilan materi audio visual. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis sumber data dengan menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data yang berbeda, yaitu:

#### **3.4.1 Data Primer**

Sumber data primer atau utama dalam penelitian ini didapatkan melalui teknik wawancara kualitatif. Creswell (2014, h. 190), menyebutkan sejumlah cara bagi peneliti untuk melakukan wawancara, yaitu melalui pertemuan tatap muka, wawancara melalui sambungan telepon, *e-mail*, ataupun terlibat dalam sebuah *focus group discussion*. Wawancara pada penelitian kualitatif berisikan

sejumlah pertanyaan terbuka (*open-ended questions*) yang tidak berstruktur, dan bertujuan untuk menggali pandangan serta opini dari narasumber.

Sebagai sumber informasi utama, maka seorang narasumber harus menguasai persoalan yang hendak diteliti, mempunyai keahlian dan berwawasan cukup (Suyatna, 2005, h.72). Maka dari itu, pada penelitian ini proses wawancara akan dilakukan terhadap empat narasumber dengan peran, keahlian, dan sudut pandang yang berbeda.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Guna melengkapi data primer, maka peneliti turut menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui telaah dokumen, seperti artikel pemberitaan media, jurnal, buku, serta materi visual dan audio visual dari akun Facebook *fanpage*, Instagram, dan Twitter AirAsia Indonesia.

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Miles, Huberman, dan Saldana (2014, h. 12-14) melihat proses analisis data sebagai proses yang dilakukan secara interaktif dan dapat terjadi secara bersamaan. Aktivitas tersebut adalah kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan *conclusion drawing/verifications*.

#### 1) *Data Condensation*

Kondensasi data merupakan proses pemilahan, penekanan, dan penyederhanaan data, kemudian menuliskannya menjadi sebuah transkrip wawancara, dokumen, atau materi empiris lainnya. Pada

tahap ini, peneliti memutuskan mana data yang akan disadur, dan mana yang tidak. Pada dasarnya, kondensasi data merupakan tahapan analisis untuk mempertajam, memadatkan, dan mengorganisasikan data, sehingga dapat mempermudah peneliti dalam menarik kesimpulan. Proses kondensasi data terjadi secara berkelanjutan hingga penelitian telah berakhir.

2) *Data Display*

Selain menggunakan uraian teks yang menjelaskan isi data, penyajian data juga dapat dilakukan dengan bentuk-bentuk lainnya, seperti diagram, matriks, gambar, dan sebagainya. Hal ini bertujuan untuk memperkuat penelitian, serta mempermudah pemahaman dan penarikan kesimpulan.

3) *Drawing and Verifying Conclusions*

Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk memahami makna dari keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Proses penarikan kesimpulan tidak dapat dilakukan hanya sekali, melainkan memerlukan verifikasi berulang yang sangat teliti selama waktu penelitian, misalkan dengan proses intersubjektivitas. Jika hasil verifikasi telah valid, maka barulah dapat ditarik sebuah kesimpulan pasti.

### 3.6 Teknik Keabsahan Data

Uji keabsahan data memegang peranan penting dalam suatu penelitian. Penarikan kesimpulan penelitian tidak akan dilakukan hingga data melalui uji keabsahan data berulang kali, dan dinyatakan telah terverifikasi. Terutama pada penelitian kualitatif yang dibangun berdasarkan subjektivitas, maka uji keabsahan data bertujuan untuk memahami berbagai pandangan yang ada. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik keabsahan data.

Triangulasi merupakan kombinasi penggunaan berbagai metode dan perspektif teoretis yang berbeda dalam menghadapi suatu fenomena tertentu. Menurut Denzin (1970 dikutip dalam Flick, 2014, h. 183), triangulasi merupakan strategi konstruksi teori yang paling tepat. Denzin kemudian membedakan triangulasi ke dalam empat tipe, yaitu:

#### 1) Triangulasi data

Dilakukan dengan mengumpulkan berbagai sumber data yang berbeda. Denzin menambahkan bahwa triangulasi data kemudian dapat dibedakan antara waktu, tempat, dan narasumber. Ia menyarankan peneliti untuk mempelajari suatu situasi sosial pada waktu dan tempat yang berbeda, serta dari narasumber yang berbeda pula.

#### 2) Triangulasi investigator

Menggunakan pengamat atau pewawancara yang berbeda untuk mendeteksi atau meminimalisir bias yang mungkin dihasilkan oleh subjektivitas peneliti.

### 3) Triangulasi teori

Penggunaan lebih dari satu pandangan teori untuk interpretasi data.

### 4. Triangulasi metodologi

Penggunaan lebih dari satu metode untuk pengumpulan data.

Dalam penelitian ini, teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi data. Peneliti akan melakukan pengecekan data dari beberapa sumber, yakni sumber data primer berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci, informan ahli, dan informan tambahan, serta sumber data sekunder yakni studi literatur dan media sosial terkait yang dijadikan objek penelitian.

