



### **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 Paradigma Penelitian**

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivistik. Post-positivistik merupakan perbaikan dari positivistik yang dianggap memiliki kelemahan karena hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Alasannya karena tidak mungkin menyamaratakan ilmu-ilmu tentang manusia dengan ilmu alam, karena tindakan manusia tidak bisa diprediksi dengan satu penjelasan yang mutlak pasti, sebab manusia dan tradisi keilmuan terus berkembang serta dinamis.

Yin membuat konsep penelitian studi kasus sebagai bentuk dari ilmu sosial. Post-positivisme adalah bukti bagaimana ia mendefinisikan “studi kasus sebagai bentuk penyelidikan empiris” (2014, h.16). Yin sendiri menjelaskan pendekatannya terhadap studi kasus dengan menggunakan “perspektif realis” dan berfokus pada menjaga objektivitas dalam proses metodologis dalam desain penelitian. Tujuan dari peneliti post-positivist adalah menggunakan ilmu pengetahuan sebagai cara untuk memahami sifat realitas sambil memahami bahwa semua pengukuran tidak sempurna. Oleh karena itu, pendekatan ini menekankan pada penggunaan beberapa metode dengan triangulasi untuk menghindari kesalahan dan memahami apa yang terjadi dalam realita sedekat mungkin dengan “kebenaran” (Lincoln et al., 2011).

Paradigma ini dipilih oleh peneliti karena sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk menggali dan mencari tahu lebih dalam terkait proses penggunaan *visual storytelling* sebagai fenomena yang baru dan sudah banyak digunakan oleh perusahaan di seluruh dunia. Hasil penelitian ini akan menjabarkan secara mendetail mengenai tahapan-tahapan apa saja yang harus dilalui perusahaan dalam membentuk cerita *visual storytelling* dengan tujuan *corporate branding*, khususnya dengan membandingkannya dengan tahapan berdasarkan *The Laboratory Model* oleh Klaus Fog.

### **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang hasil penelitiannya tidak dapat dicapai dengan penelitian dengan pendekatan kuantitatif atau metode statistik lainnya. Menurut Creswell (2010, h.4), penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Yin (2017, h.49) mengatakan bahwa pendekatan ini didasarkan pada ide-ide untuk memanfaatkan wawancara yang tidak terstruktur. Ini berarti bahwa pewawancara dan subjek dapat berinteraksi, misalnya pewawancara berbicara dengan subjek tentang masalah dan subjek menjawab pertanyaan itu. Jawabannya mengungkap situasi yang perlu ditangani dengan menanyakan pertanyaan lain. Namun ada juga situasi di mana pewawancara harus membuat sebuah *manuscript* sebagai panduan saat sedang melakukan wawancara. Jenis wawancara itu dikenal sebagai wawancara semi-terstruktur.

Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk mengetahui makna tersembunyi, memahami interaksi sosial, mengembangkan teori, memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan. Proses penelitian kualitatif melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, dan menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema khusus ke tema-tema umum, serta menafsirkan makna data (Noor, 2009, h.34).

Penelitian kualitatif dipilih karena dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui secara mendalam dan menyeluruh mengenai bagaimana strategi *visual storytelling* digunakan oleh Bukalapak untuk membangun *corporate branding* melalui wawancara semi-terstruktur sesuai dengan deskripsi dari Yin.

Penelitian ini bersifat deskriptif, yakni peneliti diharuskan untuk mengumpulkan data yang berdasar pada faktor-faktor yang mendukung objek penelitian, dan kemudian melakukan analisa faktor-faktor itu dan mencari peranannya. Menurut Yin (2017, h.49) penelitian dengan sifat deskriptif dapat menawarkan dan mengungkapkan wawasan yang kaya ke dalam dunia sosial dari suatu kasus tertentu. Wawasan ini kemudian dapat memunculkan kepentingan yang lebih besar jika kasus yang diteliti, seperti halnya dengan banyak studi kasus terkenal, mencakup salah satu hal berikut, yaitu studi kasus merupakan contoh-contoh usaha yang sangat sukses (*exemplary case designs*) (Yin, 2012, h.114).


Hal inilah yang mendasari alasan peneliti untuk menggunakan sifat penelitian deskriptif. Bukalapak dipilih menjadi subjek penelitian karena telah menjadi teladan dalam penerapan strategi *visual storytelling* (melalui video “Bu Linda”).

Hal ini dibuktikan oleh banyaknya *feedback* positif dari publik, dan juga fakta bahwa saat ini sudah banyak perusahaan yang mengikuti jejak Bukalapak dalam mempraktekkan strategi *visual storytelling* sebagai salah satu bentuk dalam membangun *corporate branding*. Oleh karena itulah, peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan tahapan yang dilalui Bukalapak dalam membentuk *visual storytelling* dengan tujuan *branding*, sehingga studi kasus ini dapat mencerminkan contoh-contoh yang kuat dan positif dari minat terhadap fenomena *visual storytelling*.

### 3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penelitian ini adalah metode studi kasus, di mana studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial (Mulyana, 2013, h.201). Studi kasus berfokus pada spesifikasi kasus dalam suatu kejadian baik itu yang mencakup individu, kelompok budaya, ataupun suatu potret kehidupan.

Yin (2017, h.19) mengatakan studi kasus adalah sebuah penyelidikan empiris yang menginvestigasi fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, khususnya ketika batas antara fenomena dan konteks tidak begitu jelas. Tujuan penggunaan penelitian studi kasus adalah untuk menjelaskan bagaimana keberadaan dan mengapa kasus tersebut terjadi. Penelitian studi kasus bukan sekedar menjawab pertanyaan penelitian tentang 'apa' (what) obyek yang diteliti,



tetapi lebih menyeluruh dan komprehensif lagi adalah tentang ‘bagaimana’ (*how*) dan ‘mengapa’ (*why*) (Yin, 2017, h.21).

Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti, dengan berbagai metode seperti: wawancara, pengamatan, penelaahan dokumen, hasil survei, dan data apapun untuk menguraikan suatu kasus secara terinci. Dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok, atau suatu kejadian, peneliti bertujuan memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti. Yin (2017, h.47) membagi konsep studi kasus menjadi beberapa tipe menurut jumlah kasus (tunggal/jamak) dan unit analisisnya, yaitu:

1. *Single-case (holistic) designs*: Penelitian yang menempatkan sebuah kasus sebagai fokus dari penelitian. Yin menjelaskan bahwa terdapat 5 alasan untuk menggunakan hanya satu kasus dalam penelitian studi kasus yaitu kasus yang dipilih mampu menjadi bukti dari teori yang telah dibangun dengan baik, memiliki proposisi yang jelas. Sehingga kasus tunggal yang dipilih dapat dipergunakan untuk membuktikan kebenarannya. Yang kedua, kasus yang dipilih merupakan kasus yang unik dan jarang terjadi. Yang ketiga, kasus yang dipilih merupakan kasus tipikal atau perwakilan dari kasus lain yang sama, yang dipandang mampu menjadi representatif dari kasus lainnya. Keempat bahwa kasus yang dipilih menjadi kesempatan khusus bagi peneliti. Yang terakhir adalah kasus yang dipilih bersifat longitudinal, yaitu terjadi dalam dua atau lebih pada waktu yang

berlainan. Kasus yang demikian sangat tepat untuk membuktikan terjadinya perubahan pada suatu kasus akibat berjalannya waktu.

2. *Single-case (embedded) designs*: Penelitian studi kasus memiliki unit analisis lebih dari satu. Hal ini dapat terjadi karena didasari oleh hasil kajian teori yang menuntut adanya lebih dari satu unit analisis. Tuntutan ini disebabkan oleh tujuan penelitian yang ingin menjelaskan hubungan secara komprehensif dan detail setiap bagian kasus secara lebih mendalam.
3. *Multiple-case (holistic) designs*: Penelitian studi kasus yang menggunakan lebih dari satu kasus. Dilakukan untuk mendapatkan data yang lebih detail, sehingga deskripsi hasil penelitian menjadi semakin jelas dan terperinci. Selain itu tipe ini juga didorong oleh keinginan untuk menggeneralisasi konsep atau teori yang dihasilkan.
4. *Multiple-case (embedded) designs*: Membandingkan atau meneliti lebih dari satu kasus dalam waktu yang bersamaan, dengan unit analisis lebih dari satu pada masing-masing studi kasus yang digunakan. Tipe ini digunakan untuk mendapatkan data yang lebih terperinci.

Peneliti akan menggunakan metode *single-case (holistic) designs* dari Yin karena metode ini dinilai tepat digunakan untuk mencapai tujuan dari penelitian ini yaitu memahami secara mendetail tentang alasan penggunaan dan bagaimana tahapan pembentukan *visual storytelling* yang sedang populer dan mendunia untuk membangun *corporate branding*, khususnya dengan mengangkat satu studi kasus video Bukalapak berjudul “Bu Linda”. Kasus video Bukalapak merupakan kasus tipikal yang menggambarkan fenomena penggunaan *visual storytelling* yang

sedang marak digunakan oleh berbagai perusahaan dan dianggap dapat menjadi perwakilan atau representatif dari kasus sejenis.

### 3.4 Partisipan Penelitian

Menurut Robert K. Yin (2018, h.287), partisipan adalah seseorang yang dari siapa data studi kasus dikumpulkan, biasanya melalui wawancara. Satu atau lebih partisipan dapat diminta untuk meninjau kembali laporan rancangan studi kasus. Berbeda dengan informan, partisipan tidak menyediakan informasi yang kritis atau interpretasi terhadap kasus yang diangkat. Informan dapat memberikan saran tentang sumber bukti lain yang mendukung untuk keberhasilan studi kasus.

Kriteria partisipan penelitian adalah pihak perusahaan yang bertanggung jawab dalam pembuatan *visual storytelling* “Bu Linda” mulai dari perencanaan cerita sampai kepada pemilihan media promosi *visual storytelling* tersebut. Partisipan penelitian harus merupakan seseorang yang memang sudah paham betul akan strategi *branding* khususnya melalui *visual storytelling* Bukalapak dan dapat memberikan pemahaman akan apa saja aspek pembentuk dan tahapan yang dijalankan untuk mencapai tujuan dari *corporate branding* tersebut.

Dengan kriteria tersebut, maka wawancara mendalam terhadap partisipan penelitian akan dilakukan kepada:

1. Senior Brand & Communications Manager Bukalapak: Ambrosia Tyas (Mbak Oci) yang telah menjabat sebagai *Brand Manager* Bukalapak sejak April 2015 sampai Januari 2017, kemudian berganti jabatan menjadi *Senior Brand and Communications Manager* sampai saat ini. Mbak Oci



secara khusus bertanggung jawab dalam mengelola kegiatan *branding* Bukalapak. Maka itu, Mbak Oci dipilih menjadi partisipan penelitian pertama karena pengetahuannya akan strategi apa saja yang dilakukan untuk tujuan *branding* Bukalapak, khususnya penerapan strategi *visual storytelling* video “Bu Linda” terhadap *corporate branding* Bukalapak.

2. Content Marketing Manager Bukalapak: Veni Inovanty yang telah menjabat sebagai *Content Marketing Manager* sejak Juli 2016 sampai saat ini. Mbak Veni bertanggung jawab atas konten-konten video dalam akun YouTube Bukalapak, serta terlibat langsung dalam pembentukan cerita dan menentukan elemen-elemen dalam cerita, khususnya dalam cerita di video “Bu Linda”.

Hal-hal yang akan ditanyakan kepada partisipan penelitian adalah mengenai aspek apa saja yang diperhatikan dalam pembentukan *visual storytelling*, cerita, latar, kasus yang diangkat, semua informasi dan detail terkait *visual storytelling* yang dihasilkan, menurut tahapan *The Laboratory Model* oleh Klaus Fog. Selain itu juga tahapan mendetail yang harus dilalui dan dijalankan oleh tim untuk membentuk *visual storytelling* Bukalapak sedemikian rupa, pemilihan karakter, pesan yang akan disampaikan, sehingga media apa saja yang digunakan untuk mempromosikannya.

Setelah itu hasil wawancara dengan kedua partisipan penelitian akan dikaitkan dalam tahapan proses *branding* melalui *storytelling* menurut Klaus Fog, beserta dengan data yang didapatkan dari studi dokumen lainnya.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada dasarnya pengumpulan data adalah proses di dalam penelitian untuk mendapatkan informasi atau data bertujuan untuk menjelaskan permasalahan penelitian. Menurut Yin (2017, h.111), terdapat enam sumber pengumpulan data yaitu dokumen, rekaman arsip, wawancara, pengamatan langsung, observasi partisipan, dan perangkat-perangkat fisik:

1. Dokumen: Dokumen dapat berupa surat, memorandum, pengumuman resmi, proposal, artikel-artikel, agenda, dll. Manfaat dari penggunaan bukti dokumen ini adalah untuk mendukung atau menambah bukti dari sumber-sumber lain. Dokumen membantu memverifikasi ejaan dan judul atau nama yang benar dari organisasi yang disinggung dalam wawancara. Dokumen juga membantu memberikan rincian informasi jika bukti dokumenter bertentangan dengan informasi dari sumber yang didapat, maka peneliti mempunyai alasan untuk meneliti lebih jauh tentang topik yang bersangkutan. Kesimpulan juga dapat dibuat dari dokumen-dokumen terkait.
2. Rekaman Arsip: Berupa rekaman keorganisasian atau bagan organisasi, daftar nama dan komoditi yang relevan, peta dan bagan karakteristik geografis suatu tempat, rekaman daftar nomor telepon, buku harian, dll.
3. Wawancara: Wawancara merupakan salah satu sumber informasi yang sangat penting dalam studi kasus. Wawancara dalam studi kasus terdiri dari beberapa tipe yakni tipe *open-ended*, yaitu peneliti dapat bertanya kepada informan kunci tentang fakta-fakta suatu peristiwa, selain itu

peneliti juga memberikan kesempatan kepada informan untuk memberikan opini tentang peristiwa tersebut. Tipe wawancara terfokus artinya wawancara akan terfokus pada pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh pewawancara dan informan tidak diberikan kesempatan untuk memberikan pendapat diluar dari pertanyaan yang diajukan. Dan tipe wawancara terstruktur artinya peneliti menyusun pertanyaan-pertanyaan tertentu sehingga memunculkan jawaban yang berkorespondensi dengan kategori yang telah ditentukan sebelumnya.

4. Pengamatan langsung: Peneliti membuat kunjungan langsung ke lapangan dengan asumsi bahwa fenomena yang terjadi, pelaku atau kondisi lingkungan sosial relevan akan tersedia untuk observasi. Bukti observasi cenderung bermanfaat sebagai informasi tambahan tentang topik yang akan diteliti.
5. Observasi Partisipan: Dalam hal ini peneliti tidak hanya bertindak sebagai pengamat yang pasif tetapi peneliti juga bertindak aktif dalam mengambil peran dalam situasi tertentu dan berpartisipasi dalam peristiwa-peristiwa yang diteliti.
6. Perangkat-perangkat fisik: Sumber bukti ini dapat berupa perangkat fisik, peralatan teknologi, alat, pekerjaan seni atau beberapa bukti kultural lainnya. Contoh: sebuah perangkat hasil cetakan komputer dapat dipakai sebagai sumber informasi tentang kualitas komputer tersebut.

Di antara keenam sumber pengumpulan data di atas, peneliti memilih untuk melakukan pengambilan data secara langsung di lapangan, yang disebut sebagai

data asli atau baru, yang diperoleh dengan cara wawancara mendalam dan studi dokumen.

Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah kegiatan untuk mendapatkan informasi dari para informan dengan cara tatap muka atau bertemu langsung. Pedoman wawancara disusun terlebih dahulu dan dapat dikembangkan sesuai dengan keadaan di lapangan. Wawancara merupakan sumber penting dari data studi kasus karena banyak studi kasus adalah tentang tindakan manusia. Partisipan yang berpengetahuan baik dapat memberikan wawasan penting bagi penelitian. Partisipan juga dapat memberikan gambaran sejarah situasi yang menjadi studi kasus untuk membantu penelitian dalam mengidentifikasi sumber bukti lain yang relevan (Yin, 2017, h.121).

Peneliti menggunakan wawancara mendalam dikarenakan teknik ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi mengenai pengetahuan narasumber terhadap strategi *visual storytelling* yang dijalankan oleh Bukalapak untuk membangun *corporate branding*.

Dalam penelitian ini, selain wawancara, data primer lainnya yang digunakan oleh peneliti adalah studi dokumen, yaitu peneliti menggunakan referensi dari buku, artikel, jurnal, website, dan penelitian lain untuk mendukung data yang dibutuhkan terkait penelitian ini. Penelitian yang didukung dengan foto-foto, karya tulis akademik, atau bahkan seni akan membuat penelitian tersebut semakin kredibel (Sugiyono, 2005, h.83). Wawancara mendalam dapat dilengkapi dengan analisis dokumen seperti otobiografi, memoar, catatan harian, surat-surat pribadi, berita koran, artikel majalah, brosur dan foto-foto. Dokumen-dokumen ini dapat

mengungkapkan bagaimana subjek mendefinisikan dirinya sendiri, lingkungan dan situasi yang dihadapinya suatu saat, dan bagaimana kaitan antara definisi diri tersebut dalam hubungan orang-orang di sekelilingnya dengan tindakan-tindakannya.

Menurut Yin (2017, h.113), berbagai bentuk dokumen yang dapat digunakan adalah e-mail, surat, kalender, catatan, agenda, pengumuman, laporan acara, proposal, laporan kerja, studi formal atau evaluasi terkait kasus yang diangkat, artikel, kliping berita di media massa atau koran lokal. Studi dokumen dirasa diperlukan oleh peneliti sebagai acuan dalam proses pemaknaan objek penelitian, sehingga peneliti bisa memaknai dan melihat objek penelitian sesuai dengan kaidah akademis yang relevan.

### 3.6 Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus menguji data yang diperoleh. Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah, perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilakukan menurut Yin (2017, h.42) adalah:

1. *Construct validity*: Menetapkan ukuran operasional yang benar untuk konsep-konsep yang akan diteliti
2. *Internal validity*: Menetapkan hubungan kausal, di mana kondisi-kondisi tertentu ditunjukkan guna mengarahkan kepada kondisi-kondisi lain, sebagaimana dibedakan dengan hubungan semu.

3. *External validity*: Menetapkan ranah di mana temuan suatu penelitian dapat divisualisasikan/digeneralisasikan

4. *Reliability*: Menunjukkan bahwa pelaksanaan sebuah penelitian seperti prosedur pengumpulan data dapat dilakukan dengan berulang kali dan diinterpretasikan dengan hasil yang sama

Tabel 3.1 *Case Study Tactics for Four Design Tests*

Tests	Case Study Tactic	Phase of Case Study Research in Which Tactic is Addressed
Construct validity	• use multiple sources of evidence	Data collection (see chap. 4)
	• have key informants review draft case study report	Composition (chap. 6)
Internal validity	• do pattern matching	Data analysis (chap. 5)
	• do explanation building	Data analysis (chap. 5)
	• address rival explanations	Data analysis (chap. 5)
	• use logic models	Data analysis (chap. 5)
External validity	• use theory in single-case studies	Research design (chap. 2)
	• use replication logic in multiple-case studies	Research design (chap. 2)
Reliability	• use case study protocol	Data collection (chap. 3)
	• develop case study database	Data collection (chap. 4)
	• maintain a chain of evidence	Data collection (chap. 4)

Sumber: Yin, 2017, h.43

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji keabsahan data melalui *construct validity*, yaitu dengan menggunakan berbagai sumber sebagai bukti validitas data seperti hasil wawancara dari dua partisipan penelitian serta hasil studi dokumen, *internal validity* yaitu peneliti melakukan *pattern matching* atau penjodohan pola dengan *The Laboratory Model* Fog terhadap data-data yang terkumpul, serta *external validity* yaitu menggunakan teori dalam *single-case*

*studies*. Teori dalam pengertian Yin yang digunakan dalam penelitian ini adalah bidang kontak yang relevan dengan pemahaman mengenai apa yang sedang dipelajari/diteliti (Yin, 2017, h.27). Dalam hal ini peneliti menggunakan *The Laboratory Model* sebagai pedoman dalam memahami apa yang sedang diteliti.

Selain itu, peneliti juga akan melakukan uji reliabilitas terhadap data-data yang terkumpul, yaitu dengan cara membandingkan beberapa prosedur pengumpulan data yang berbeda dapat dilakukan berulang kali namun tetap menunjukkan hasil interpretasi yang sama. Uji reliabilitas juga akan dibuktikan melalui adanya protokol studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Menurut Yin (2017, h. 168), menganalisis bukti studi kasus adalah suatu hal yang sulit karena strategi dan tekniknya belum teridentifikasi secara memadai di masa lalu. Namun, setiap penelitian hendaknya memulai dengan strategi analisis umum yang mengandung tentang apa yang akan dianalisis dan mengapa. Dalam strategi ini, ada lima teknik analisis dari Robert K. Yin dalam bukunya yang berjudul *Case Study Research and Applications: Design and Methods* edisi keenam (2017, h.175) yaitu *pattern matching*, *explanation building*, *time-series analysis*, *logic models* dan *cross-case synthesis*:

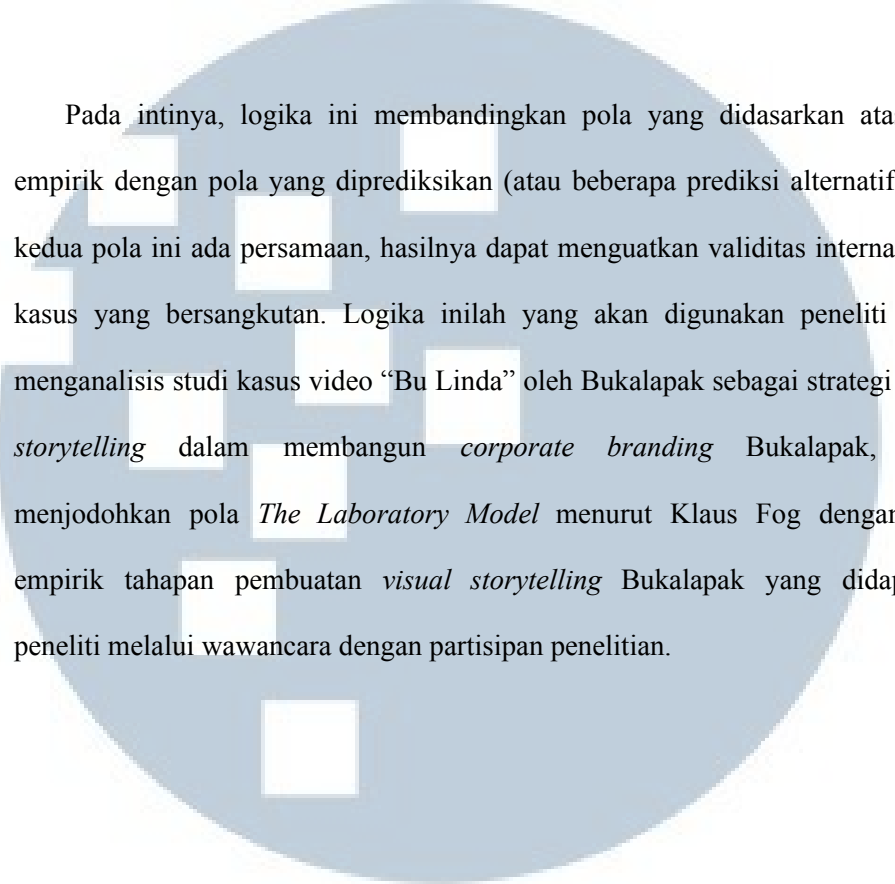
1. *Pattern Matching*: Berkaitan dengan mengidentifikasi pola dalam bukti (data) yang telah dikumpulkan oleh peneliti melalui studi tentang fenomena, organisasi, atau lainnya. Yin mendefinisikan bahwa pola sederhana juga dapat diungkap dan diterapkan.



2. *Explanation Building*: Bentuk analisis ini berkaitan dengan menciptakan hubungan sebab-akibat di antara berbagai bentuk bukti (data) dan dengan menjelaskan ‘apa’ yang terjadi dan ‘mengapa’
3. *Time-Series Analysis*: Menurut Yin ada dua pendekatan berbeda untuk analisis deret waktu, yaitu analisis deret waktu sederhana dan analisis deret waktu kompleks. Analisis deret waktu sederhana didasarkan pada bagaimana kasus berkembang dari waktu ke waktu. Biasanya, analisis deret waktu sederhana mirip seperti menerapkan penjadohan pola.
4. *Logic Model*: Membangun model logis yang menjelaskan bagaimana bukti-bukti menjadi terkait (*the chain of evidence*). Model logis harus menjelaskan bukti dan membuat hubungan ‘sebab-akibat’.
5. *Cross-case Synthesis*: Bentuk analisis data ini cocok untuk studi yang berisi lebih dari satu organisasi kasus.

Untuk teknik analisis studi kasus penelitian ini, peneliti menggunakan logika *pattern matching* atau penjadohan pola, dengan fokus pada pertanyaan utama yaitu ‘mengapa’ dan ‘bagaimana’. Teknik ini dimulai dengan menetapkan beberapa pola temuan yang diharapkan pada awal studi kasus, kemudian membandingkan pola berdasarkan data empiris studi kasus dengan yang diprediksikan. Analisis ini kemudian akan memeriksa data di setiap sektor, membandingkan tren yang ada di komunitas lain atau tren yang ada di seluruh negara bagian. Hasil pencocokan pola disertai dengan penjelasan rinci tentang bagaimana dan mengapa ada berbagai aspek yang mempengaruhi tren ini.





Pada intinya, logika ini membandingkan pola yang didasarkan atas data empirik dengan pola yang diprediksikan (atau beberapa prediksi alternatif). Jika kedua pola ini ada persamaan, hasilnya dapat menguatkan validitas internal studi kasus yang bersangkutan. Logika inilah yang akan digunakan peneliti untuk menganalisis studi kasus video “Bu Linda” oleh Bukalapak sebagai strategi *visual storytelling* dalam membangun *corporate branding* Bukalapak, yaitu menjodohkan pola *The Laboratory Model* menurut Klaus Fog dengan data empirik tahapan pembuatan *visual storytelling* Bukalapak yang didapatkan peneliti melalui wawancara dengan partisipan penelitian.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA