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 akan digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivistik. Cresswell & Cresswell menjelaskan bahwa pengertian dari paradigma ini adalah sebuah pandangan yang digunakan dalam sebuah penelitian yang menjelaskan bahwa sebuah penyebab akan menentukan sebuah efek atau hasil (2018, p. 48). Sebuah pengetahuan yang dibangun dengan paradigma post-positivistik didasari dengan observasi yang cermat dan pengukuran pada obyek asli yang ada di luar sana, hal ini dikarenakan paradigma ini memiliki 4 pilar penting di dalamnya, yaitu: penentuan (*determination*), reduksi (*reductionism*), observasi dan pengukuran secara empiris (*empirical observation and measurement*), dan verifikasi teori (*theory verification*) (Cresswell & Cresswell, 2018, p. 48).

Dengan penjelasan mengenai paradigma post-positivistik tersebut, maka penelitian ini memang paling sesuai untuk menggunakan paradigma tersebut. Dalam praktiknya, proses pendekatan yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah pertama-tama dengan penentuan teori-teori yang akan digunakan, kemudian pengumpulan data yang bisa mendukung teori-teori tersebut, dan terakhir membuat revisi seperlunya serta mengadakan

Strategi integrated marketing..., Yosano Ishaq, FIK UMN, 2019

beberapa percobaan tambahan (Cresswell & Cresswell, 2018, p. 48).

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini adalah penelitian berjenis kualitatif yang bersifat deskriptif. Cresswell & Cresswell menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah sebuah metode pendekatan yang mengeksplorasi serta mencari pengertian mengenai arti dari sebuah individual atau sekelompok grup yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh manusia (2018, p. 44). Sementara itu sifat penelitiannya adalah deskriptif yang bertujuan untuk membuat penjelasan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan objek tertentu (Kriyantono, 2012, p. 69).

Hal ini sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian untuk mengetahui strategi IMC perusahaan Vexanium Foundation dalam melakukan ICO karena metode ini bisa lebih mengeksplorasi lebih dalam, dibandingkan hanya dengan menggunakan metode kuantitatif.

Menurut Yin, ada 5 fitur utama yang membedakan penelitian kualitatif dengan penelitian lainnya (2015, p. 8):

1. Mempelajari mengenai arti dari kehidupan manusia, dalam perannya di kehidupan yang ada dunia ini.
2. Merepresentasikan pandangan dan perspektif dari manusia (dalam penelitian diberi nama sebagai partisipan) dalam penelitian ini.
3. Secara eksplisit, menghadiri dan mengikuti kondisi kontekstual dunia nyata.

Strategi integrated marketing..., Yosano Ishaq, FIK UMN, 2019

4. Mengkontribusikan wawasan dari konsep baru atau yang sudah ada yang bisa membantu menjelaskan perilaku dan pemikiran sosial.
5. Mengakui relevansi potensial dari berbagai sumber bukti dibandingkan hanya berpegang pada satu sumber saja.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode studi kasus karena penelitian ini perlu untuk menjelaskan pertanyaan-pertanyaan yang mempertanyakan "kenapa" dan bagaimana". Seperti yang dijelaskan oleh Yin bahwa metode penelitian studi kasus merupakan sebuah metode yang relevan digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya luas dan cukup dalam (2014, p. 34). Dalam memanfaatkan metode studi kasus maka sebuah penelitian harus bisa mengembangkan pertanyaan yang berkaitan dengan "kenapa" dan "bagaimana" untuk dapat mendapatkan data rasional yang sesuai dan dibutuhkan dalam penelitian tersebut (Yin, 2014, p. 43).

Penelitian ini memiliki sifat penelitian yang deskriptif, karena itulah penelitian ini sesuai untuk menggunakan metode studi kasus untuk menjelaskan secara lebih dalam mengenai strategi IMC yang digunakan perusahaan Vexanium Foundation dalam melakukan ICO.

3.4 *Key informant* dan Informan

Pemilihan informan atau narasumber untuk menjadi sumber data harus dilakukan melalui prinsip-prinsip penting yang akan berpengaruh

Strategi integrated marketing..., Yosano Ishaq, FIK UMN, 2019

terhadap penelitian dan informan itu sendiri. Berikut adalah 4 prinsip umum yang harus diperhatikan dalam melakukan penelitian dengan menggunakan informan (National Research Council, 2003, p. 24):

1. Penjelasan dan persetujuan.

   Informan harus mendapatkan informasi yang jelas mengenai penelitian yang sedang dilakukan dan sudah melakukan persetujuan terlebih dahulu untuk menjadi sumber data dalam penelitian yang bersangkutan.

2. Penilaian kerusakan, risiko, dan manfaat.

   Menjaga semua informan yang berpartisipasi dari segala bentuk kerusakan yang bisa ditimbulkan oleh penelitian yang bersangkutan serta menghindari segala bentuk penipuan yang mungkin terjadi.

3. Seleksi yang adil untuk partisipan penelitian.

   Pemilihan informan harus dilakukan secara adil hingga tidak ada individu atau bagian kelompok penting yang terlewat sebagai perwakilan yang berkaitan dengan *valid*itas penelitian.

4. Perlindungan kerahasiaan.

   Menjaga privasi dan kerahasiaan informan jika ada informasi yang informan tidak ingin buka atau tampakan dalam penelitian, atau dengan kata lain *off the record*.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Strategi integrated marketing..., Yosano Ishaq, FIK UMN, 2019

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan prinsip umum yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penelitian ini akan menggunakan beberapa informan yang berkaitan dan bisa membantu untuk memberikan data-data yang diperlukan untuk penelitian ini. Berikut adalah informan-informan yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Key informant

1. Danny Baskara - CEO Vexanium

   Danny Baskara merupakan pendiri dan CEO dari perusahaan Vexanium yang berperan dalam penentuan tujuan perusahaaan dan penetapan pesan IMC yang telah dieksekusi oleh perusahaan Vexanium ketika ICO. Data yang diambil dari informan ini adalah berupa informasi-informasi mengenai perusahaan Vexanium dan penetapan pesan IMC

2. Edward Guustaaf - *Marketing Communication* Vexanium

   Edward Guustaaf merupakan kepala bagian divisi komunikasi pemasaran di perusahaan Vexanium yang berperan dalam eksekusi strategi IMC Vexanium ketika sedang ICO. Penelitian ini membutuhkan data dari pihak yang terjun langsung dalam eksekusi strategi IMC tersebut untuk dapat menganalisis kesesuaian praktik dengan teori yang telah dipaparkan sebelumnya.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Strategi integrated marketing..., Yosano Ishaq, FIK UMN, 2019

Informan Ahli

Nanda Ivens - *Marketing Communication Expert*

Nanda Ivens merupakan konsultan komunikasi pemasaran, CEO dari Qandeo Asia Consulting, dan investor ICO. Informan ini akan berperan untuk memberikan data mengenai bagaimana penggunaan startegi IMC dalam melakukan ICO.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data:

1. Wawancara

Teknik pengumpulan data pertama yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Jenis wawancara yang akan digunakan adalah jenis wawancara semistruktur, yang dilakukan dengan cara pewawancara menggunakan daftar wawancara untuk melakukan wawancara tersebut namun tidak menutup kemungkinan untuk menyanyakan pertanyaan-pertanyaan yang bebas dan tetap terkait dengan permasalahan (Kriyantono, 2012, p. 101)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Strategi integrated marketing..., Yosano Ishaq, FIK UMN, 2019

2. Studi Dokumen

Teknik Pengumpulan data kedua adalah studi dokumen. Studi dokumen berarti pengumpulan data yang berasal dari catatatn peristiwa yang sudah berlalu, seperti dalam bentuk tulisan, gambar, dan karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2015, p. 329). Dalam penelitian ini studi dokumen yang dilakukan adalah melalui buku-buku, jurnal, skripsi, artikel dan lain sebagainya untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan.

3.6 Keabsahan Data

Penelitian ini akan menggunakan metode triangulasi untuk pengujian kredibilitas dan keabsahan datanya. Sugiyono menyampaikan bahwa triangulasi merupakan metode pengujian kredibilitas yang digunakan untuk pemeriksaan data yang berasal dari berbagai sumber, cara, dan waktu (2015, p. 372). Triangulasi yang akan digunakan dalam penelitian ini berasal dari sumber. Triangulasi sumber digunakan dengan cara memeriksa data melalui beberapa sumber berbeda yang memiliki latar belakang berbeda, untuk mendapatkan pandangan yang sama, berbeda, dan spesifik dari tiga sumber tersebut (Sugiyono, 2015, p. 373).

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Strategi integrated marketing..., Yosano Ishaq, FIK UMN, 2019

3.7 Teknik Analisis Data

Peneliti akan menggunakan teknik komparatif konstan. Menurut Kriyantono, beginilah tahapan-tahapan analisis menggunakan teknik komparatif konstan (2012, p. 198):

1. Menempatkan kejadian-kejadian (data) ke dalam beberapa kategori. Kategori-kategori tersebut harus dibandingkan satu dengan yang lainnya nantinya.
2. Memperluas kategori, sehingga didapat kategori dengan data yang sama dan tidak tumpang tindih satu dengan yang lainnya.
3. Mencari hubungan antarkategori
4. Menyederhanakan dan mengintegrasikan data ke dalam struktur teoritis yang koheren, dengan kata lain masuk akal dan saling berkaitan satu sama lain.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Strategi integrated marketing..., Yosano Ishaq, FIK UMN, 2019