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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Moleong (2016, p. 28) mendefinisikan paradigma sebagai sebuah cara pandang yang menjadi fondasi pemikiran, sudut pandang dan penilaian satu individu terhadap sebuah realitas. Penelitian ini menggunakan paradigma *post* positivisme. Philip dan Burbules dalam Creswell (2016, p. 8) mendefinisikan paradigma *post* positivisme dengan menentang gagasan tradisional mengenai validitas suatu ilmu pengetahuan dalam mengkaji sikap dan tindakan manusia. Peneliti terlebih dahulu akan melakukan pengujian terhadap sebuah teori, kemudian membuat perbaikan lanjutan sebelum melakukan pengujian kembali.

Berikut ini adalah beberapa asumsi yang terdapat pada paradigma *post* positivisme menurut Philips dan Burbules (dikutip dari Creswell, 2014, p. 7):

1. Pengetahuan adalah sebuah dugaan, kebenaran yang absolut tidak akan pernah ditemukan. Oleh karena itu, bukti-bukti yang didapatkan pada penelitian bersifat tidak sempurna dan berpotensi keliru.
2. Penelitian pada paradigma post positivistik dipandang sebagai sebuah proses pembuatan klaim dan kemudian menghilangkan beberapa di antaranya untuk membentuk sebuah klaim yang lebih kuat.

Strategi konten media..., Yahya Glory Theo Ambarita, FIK UMN, 2019

3. Data, bukti, dan beberapa pertimbangan logis berperan dalam pembentukan pengetahuan. Dalam praktiknya, peneliti mengumpulkan informasi melalui observasi.
4. Relasi kausalitas dalam sebuah persoalan perlu dikembangkan dan dipaparkan secara deskriptif.

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme dikarenakan melakukan pengujian terhadap teori tertentu, kemudian mengumpulkan data yang mendukung maupun data yang membantah teori yang ada. Oleh karena itu, data yang didapatkan melalui wawancara mendalam diperlukan sebagai bukti untuk menguatkan hasil penelitian.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif. Moleong (2016, p.6) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang dikerjakan dengan tujuan memahami peristiwa yang dialami subjek penelitian, hal tersebut meliputi sikap, sudut pandang, motivasi, tindakan, dan sebagainya. Creswell (2016, p. 245) menyatakan penelitian kualitatif mempunyai tahapan-tahapan unik dalam menganalisa data dan berasal dari strategi penelitian yang beragam melalui pendekatan dengan tujuan mendokumentasikan validitas data yang diperoleh.

Hatch, Marshal dan Rossman (dikutip dalam Creswell 2014, p. 185) membagikan beberapa karakteristik utama yang mendeskripsikan penelitian kualitatif, antara lain adalah sebagai berikut:

Strategi konten media..., Yahya Glory Theo Ambarita, FIK UMN, 2019

1. Peneliti menghimpun data pada lokasi narasumber menghadapi permasalahan yang akan diteliti.
2. Peneliti mengumpulkan data dengan cara dokumentasi, wawancara, ataupun observasi perilaku
3. Pada umumnya peneliti akan menghimpun data melalui berbagai sumber seperti dokumentasi, observasi wawancara ataupun informasi berupa audio dan visual daripada terfokus pada satu sumber saja.
4. Pada penelitian terdapat analisis data induktif dan deduktif. Analisis data induktif adalah di mana peneliti menciptakan pola, kategori,beserta tema dari bawah ke atas. Sedangkan analisis data deduktif adalah di mana menelaah ulang data yang dimiliki dari setiap tema dengan untuk memastikan apakah dengan bukti yang lebih banyak akan mendukung seluruh tema dan apakah memerlukan informasi tambahan.
5. Definisi terkait partisipan, peneliti secara konsisten berfokus dalam memahami definisi yang disampaikan pada narasumber terkait permasalahan penelitian.
6. Perencanaan berkembang dan dinamis dikarenakan rancangan awal penelitian tidak dapat dipenuhi seutuhnya. Setiap tahapan dapat berubah seiring dengan peneliti terjun ke lapangan dan mulai menghimpun data.
7. Refleksivitas, yaitu peneliti merefleksikan fungsi mereka di dalam penelitian terkait latar belakang pribadi, budaya, serta pengalaman yang dapat menciptakan pemahaman seperti setiap tema yang dikembangkan.

Strategi konten media..., Yahya Glory Theo Ambarita, FIK UMN, 2019

8. Pandangan yang menyeluruh, yaitu terdapat deskripsi yang kompleks dari permasalahan yang diteliti.

Penelitian ini bersifat deskriptif, menurut Moleong (2016, p. 11) sifat deskriptif merupakan berbagai data yang diperoleh dalam bentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Data-data yang diperoleh dapat berupa naskah wawancara, dokumen pribadi ataupun resmi, foto, video, catatan lapangan, dan sebagainya.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus, yang didefinisikan Yin (2012, p. 18) sebagai sebuah prosedur observasi empiris yang dikerjakan saat batasan antara peristiwa dan konteks kehidupan nyata tidak teridentifikasi dengan jelas serta multi sumber bukti bisa digunakan. Alasan dalam memilih studi kasus sebagai metode penelitian dikarenakan penelitian akan terfokus pada pengamatan fenomena tertentu yang terjadi pada waktu kini. Melalui hal ini maka dapat diketahui strategi konten media sosial yang diterapkan perusahaan teknologi M dalam membangun *customer engagement*.

Yin (2015, p. 1) juga menyatakan bahwa secara umum, penelitian studi kasus adalah sebuah strategi yang sesuai apabila pertanyaan penelitian bersinggungan dengan *how* atau *why*, ketika peristiwa yang akan diteliti tidak dapat dikendalikan oleh peneliti, dan apabila penelitian difokuskan terhadap fenomena yang sedang terjadi dalam konteks kehidupan nyata.

Strategi konten media..., Yahya Glory Theo Ambarita, FIK UMN, 2019

3.4 Partisipan Penelitian

Penelitian ini membutuhkan partisipan yang akan menjadi sumber informasi terkait permasalaahan yang diteliti. Seluruh partsisipan ditentukan berdasarkan latar belakang yang beririsan dalam fokus peristiwa, dengan tujuan narasumber memahami permasalahan dengan baik. Yin (2015, p.172) menjelaskan bahwa terdapat beberapa jenis informan, yaitu kolega di lapangan yang sama, para pembuat kebijakan, praktisi, pemimpin masyarakat dan professional lain yang tidak berspesialisasi dalam metodologi studi kasus, kelompok khusus seperti panitia atau tesis mahasiswa, dan para penyandang dana penelitian.

Berikut ini adalah kriteria partisipan yang dipilih dan sesuai dengan penelitian:

1. Ramadion Syam menduduki jabatan sebagai *digital content specialist* di perusahaan teknologi M. Ramadion Syam memiliki tanggung jawab atas seluruh aktivitas dan konten pada seluruh aset *digital* perusahaan teknologi M.
2. Sony Taqwa menduduki jabatan sebagai *community manager & engagement* di perusahaan teknologi M. Sony Taqwa bertanggung jawab atas kegiatan dan perancangan strategi pemasaran perusahaan teknologi M.
3. Firsty Ayu Kristiani sebagai salah narasumber ahli dalam penelitian ini. Firsty Ayu Kristiani merupakan seorang akademisi di London School Public Relation Jakarta. Firsty Ayu juga dulunya berprofesi sebagai *director of marketing & communication* di hotel JW Marriott.

Strategi konten media..., Yahya Glory Theo Ambarita, FIK UMN, 2019

Tabel 3.1. Partisipan Penelitian

No.	*Key Informan* dan *Informan*	Alasan
1.	Ramadion Syam	Memiliki kapasitas dalam memberikan informasi terkait strategi pembentukan konten pada media sosial perusahaan teknologi M dalam membentuk *customer engagement*.
2.	Radityo Soenarto	Memiliki kapasitas dalam memberikan informasi terkait pembentukan serta perancangan strategi pemasaran perusahaan teknologi M untuk mendukung terbentuknya *customer engagement.*
3.	Firsty Ayu Kristiani	Memiliki kapasitas dalam memberikan informasi terkait penggunaan konten media sosial sebagai sebuah strategi dalam membentuk *customer engagement*, khususnya pada perusahaan teknologi M.

Sumber: Data Olahan Peneliti

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Yin (2015, p. 103) menjelaskan bahwa terdapatenam sumber bukti yang dijadikan sebagai fokus dalam pengumpulan data studi kasus. Anatar lain adalah dokumen, rekaman arsip, wawancara, observasi langsung, observasi pemeran serta, dan perangkat fisik. Dalam penelitian ini wawancara menjadi hal yang penting untuk memperoleh data dari narasumber terkait permasalahan yang diteliti.

Yin (2015, p. 108) menyatakan terdapat tiga jenis wawancara dalam studi kasus, yaitu wawancara *open-ended*, wawancara terfokus, dan wawancara

Strategi konten media..., Yahya Glory Theo Ambarita, FIK UMN, 2019

terstruktur sejalan dengan survey. Pada penelitian ini menggunakan tipe wawancara *open-ended*, yaitu memberikan pertanyaan kepada responden kunci terkait fakta-fakta suatu peristiwa di samping opini mereka terkait peristiwa yang sedang terjadi. Selain itu dalam penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi langsung pada akun media sosial perusahaan teknologi M. Penelitian ini juga didukung dengan studi kepustakaan untuk mendapatkan teori dan konsep yang kemudian akan dikaitkan dengan data yang didapatkan melalui wawancara.

3.6 Keabsahan Data

Pengukuran data dalam penelitian diperlukan untuk mempertanggungjawabkan data serta temuan-temuan yang akan digunakan di dalam penelitian. Yin (2015 p. 38-45) menjelaskan terdapat empat jenis uji keabsahan data, yaitu validitas konstruk, validitas internal, validitas eksternal, dan validitas realibitas.

Pada penelitian ini menggunakan uji keabsahan data validitas internal. Yin (2015, p. 41) menjelaskan bahwa validitas internal hanya berhubungan dengan penelitian kasual atau eksplanatoris yang saling berkaitan, dalam artian peneliti menentukan peristiwa X menyebabkan peristiwa Y. Penelitian ini menggunakan validitas internal dikarenakan penelitian didasarkan pada eksperimen dan kesimpulan yang diperoleh melalui wawancara terhadap partisipan.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Strategi konten media..., Yahya Glory Theo Ambarita, FIK UMN, 2019

3.7 Teknik Analisis Data

Bogdan dan Biklen dalam Moleong (2016, p. 248) berpendapat bahwa analisis data adalah tahapan pengorganisasian, penyaringan dan pengolahan data untuk mendapatkan pola penelitian yang ingin dipahami. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data penjodohan pola (*matching pattern)*. Menurut Yin (2014, p. 140) penjodohan pola *(matching pattern)* adalah tahapan pembandingan pola empiris dengan pola yang diperkirakan. Jika terdapat kesamaan antara pola tersebut, maka studi kasus akan memiliki validitas internal yang kuat. Dengan demikian, penelitian ini berfokus dalam menganalisis data yang didapatkan melalui pembandingan asumsi atau pola yang sudah diperkirakan terhadap pola yang berlaku di lapangan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Strategi konten media..., Yahya Glory Theo Ambarita, FIK UMN, 2019