



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

Menurut Salim paradigma dianggap sebagai sebuah persepektif untuk mengamati dunia luar yang menggariskan suatu hal yang harus dipahami, pertanyaan-pertanyaan yang seharusnya dikemukakan serta kaidah-kaidah yang seharusnya ditaati guna menafsirkan jawaban yang akan diperoleh. Sementara menurut Bhaskar, Roy dalam Salim, paradigma diartikan sebagai *a set of assumptions*, dan *believe concerning*, yaitu sebuah asumsi yang ‘dianggap’ benar secara *given*. Asumsi yang dianggap benar harus dapat dibuktikan dengan melakukan perlakuan secara empirik melalui pengamatan yang tidak dapat terbantahkan atau istilah yang dikenal *accepted assume to be true*. (Salim, 2016, pp. 63-64).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma post-positivisme. Menurut Salim, (2016, p. 70) post-positivisme melambangkan semangat untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan positivisme yang merupakan paradigma yang hadir terlebih dahulu dalam dunia ilmu pengetahuan. Secara ontologis, post-positivisme memiliki cara pandang yang bersifat *critical realism* dimana dalam melihat kenyataan berdasarkan kaum realis, realitas dianggap sebagai hal yang memang ada dalam kenyataan yang sesuai dengan hukum alam, namun, untuk mendukung realitas tersebut pendekatan eksperimental melalui observasi dianggap tidak mencukupi maka dari itu, pendekatan eksperimental yang dilakukan harus

dilengkapi dengan menggunakan beragam metode, sumber data, periset, dan teori. Post-positivisme juga menegaskan bahwa hubungan interaktif yang dibangun oleh periset dan objek yang diteliti, periset bisa bersifat netral sehingga tingkat subjektivitas yang dimiliki oleh periset dapat dikurangi. (Salim, 2016, p. 70).

Dalam paradigma post-positivisme terdapat beberapa asumsi kunci yang telah diidentifikasi oleh Phillips dan Burbules (Creswell, 2013, pp. 36-37) diantaranya:

1. Pengetahuan merupakan suatu hal yang bersifat terkaan karena kebenaran yang absolut tidak dapat ditemukan. Dengan alasan tersebut peneliti tidak berusaha untuk membuktikan hipotesis yang ada, melainkan mengindikasikan kesalahan yang mungkin muncul untuk menolak hipotesis.
2. Penelitian adalah proses yang dilakukan guna menciptakan suatu klaim dan kemudian untuk memperbaiki agar membuat suatu klaim lebih terjamin atau membuat suatu klaim lebih kuat.
3. Data, bukti, dan pertimbangan secara rasional adalah aspek yang dibutuhkan dalam membentuk pengetahuan. Dalam praktiknya, untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan maka peneliti harus melakukan observasi atau memperoleh informasi secara langsung dari subjek yang diteliti.
4. Peneliti berupaya untuk mengembangkan pernyataan yang relevan dan benar dan berusaha untuk menjelaskan hubungan sebab dan akibat di dalam pernyataan yang telah dibuat.

5. Sifat objekif adalah hal yang harus diperhatikan karena hal ini merupakan bagian yang penting bagi seorang peneliti.

Paradigma post-positivisme yang digunakan oleh peneliti karena peneliti melihat terdapat kecocokan atau hubungan mengenai pemahaman konsep *digital marketing* pada praktik yang dilakukan oleh Rollover Reaction dan peneliti juga ingin mengetahui alasan yang terdapat di dalamnya termasuk pemahaman mengenai sejauh mana konsep *digital marketing* dihayati sehingga mampu mempengaruhi pemahaman yang dimiliki, sebab kemampuan pemahaman yang dimiliki oleh tim Rollover Reaction dalam penerapan *digital marketing* di era saat ini akan berdampak pada pola praktik yang berbeda pula.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Menurut Denzin dan Lincoln dalam Moleong mendefinisikan penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan latar belakang ilmiah untuk menafsirkan fenomena yang sedang terjadi dan menggunakan berbagai metode yang ada. Penelitian kualitatif menggunakan wawancara terbuka untuk mengetahui dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku, individu ataupun sekelompok orang (Moleong, 2010, p. 5).

Penelitian kualitatif tidak mengutamakan jumlah besarnya populasi atau *sampling*. Jika data yang dimiliki sudah mendalam dan mampu menjelaskan fenomena yang sedang diteliti, maka penulis tidak memerlukan *sampling* karena yang lebih diutamakan pada penelitian kualitatif adalah kualitas data bukan kuantitas yang diperoleh (Kriyantono, 2006, pp. 56-57)

Berdasarkan penjelasan yang sudah dijabarkan diatas, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dalam meneliti pemahaman dan penerapan *digital marketing* dalam meningkatkan penjualan pada *Brand Rollover Reaction* sebagai produk *beauty* lokal di Indonesia. Penelitian ini menggunakan sifat deskriptif. Salim menjelaskan bahwa sifat deksriptif bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang diteliti dengan sedikit banyak memberikan gambaran bahwa pada suatu tingkatan tertentu studi kasus dapat memberikan kejelasan atas pokok masalah yang diteliti (Salim, 2016, p. 121).

Sementara menurut Moleong ciri penelitian deskriptif adalah data yang dimiliki peneliti dapat berupa kata-kata, gambar, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan lapangan, atau dokumen resmi lainnya. Ciri-ciri lain penelitian deskriptif ini adalah peneliti memiliki pandangan yang luas terhadap fenomena yang ada sehingga peneliti akan memkasimalkan kemampuan untuk menganalisa hasil laporan yang diperoleh tanpa memandang bahwa sesuatu yang telah terjadi memang sudah demikian keadannya (Moleong, 2010, p. 11).

Sesuai dengan penjabaran yang telah disebutkan diatas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif guna memahami dan mengetahui penerapan konsep *digital marketing* pada Rollover Reaction. Hal ini dikarenakan dalam memperoleh data, peneliti melakukan wawancara secara langsung dan mendalam terkait pemahamn dan juga praktik yang mereka terapkan dalam melakukan *digital marketing*. Penelitian ini pun berlandaskan pada suatu relaitas atau kondisi nyata yang ada di lapangan, bukan dirancang sedemikian rupa dalam bentuk eksperimen.

3.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode studi kasus. Menurut Salim, studi kasus diartikan sebagai pendekatan yang digunakan untuk melakukan strategi penelitian guna mempelajari, menerangkan, atau menginterpretasikan suatu kasus dalam konteks yang alamiah tanpa intervensi dari pihak luar (2016, p. 118). Kecenderungan yang terlihat adalah bahwa upaya untuk memahami lebih dalam keputusan yang telah terjadi dengan menerapkan pertanyaan mengapa dan bagaimana. Hal tersebut sejalan dengan pengertian yang diungkapkan oleh Yin metode studi kasus merupakan suatu penelitian dengan menggunakan pertanyaan penelitian “bagaimana” dan “mengapa” guna mencari tahu jawaban atas fenomena atau realitas secara mendalam sehingga dapat menemukan jawaban relevan atas fenomena yang terjadi (Yin, 2018, p. 63-64). Melalui studi kasus memungkinkan penulis untuk mempertahankan karakteristik holistik dan bermakna dari peristiwa-peristiwa kehidupan nyata (Yin, 2015, p. 4).

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana proses *digital marketing* Rollover Reaction yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan sebagai produk *beauty* lokal. Selain itu, peneliti juga hendak mengetahui mengapa mereka menggunakan langkah-langkah atau *tools* tersebut dalam melakukan proses *digital branding*. Menurut Yin (2018, p. 43) studi kasus memiliki kekuatan unik yang mampu menangani berbagai macam bukti yang dapat ditunjukkan dalam bentuk dokumen, wawancara, dan pengamatan secara langsung maupun pengamatan dari partisipan.

Yin (2018, p. 83) sendiri merumuskan studi kasus yang dibagi ke dalam empat tipe, diantaranya adalah :

1. Desain tunggal holistik
2. Desain tunggal terjalin (*embedde*)
3. Desain multi holistik
4. Desain multi terjalin (*embedde*)

Dalam bukunya, Yin (2018, p. 84-87) memaparkan penjelasan mengenai penggunaan tipe desain tunggal di dalam penelitian studi kasus, diantaranya:

1. Kasus yang dipilih dalam melakukan penelitian akan menjadi hal yang penting untuk membuktikan teori. Teori yang dibangun dengan jelas dan diyakini benar yang sesuai dengan kasus tunggal yang dipilih dalam melakukan penelitian mampu menunjukkan apakah proposisi teori tersebut benar atau memungkinkan menunjukkan beberapa penjelasan alternatif yang mungkin lebih relevan.
2. Kasus yang dipilih oleh peneliti merupakan bentuk kasus ekstrim atau fenomena yang tidak biasa terjadi dalam kehidupan sehari-hari sehingga dianggap mampu menawarkan peluang yang berbeda untuk didokumentasikan dan dianalisis dan layak untuk dilakukan studi kasus guna memberikan wawasan baru.
3. Kasus yang dipilih adalah bentuk kasus umum yang tujuannya untuk mengamati suatu kondisi dari situasi yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

4. Kasus yang dipilih oleh peneliti dianggap sebagai kesempatan khusus untuk menganalisa dan mengobservasi suatu fenomena yang sebelumnya tidak dapat diakses untuk diteliti. Sehingga kesempatan tersebut dianggap sebagai jalan untuk mencari tahu atas suatu fenomena yang terjadi.
5. Kasus yang dipilih merupakan kasus longitudinal yaitu peneliti mempelajari atau mengobservasi fenomena atau kasus yang sama pada dua atau lebih waktu yang berbeda. Untuk membuktikan kemungkinan terdapat perubahan pada suatu kasus akibat waktu yang telah berlalu.

3.4 Partisipan dan Informan

Yin menyatakan bahwa *key informant* adalah mereka yang memiliki peran penting dalam penelitian studi kasus karena kemampuan wawasan yang dimiliki yang dapat memaparkan jawaban atas permasalahan yang dihadapi peneliti dalam suatu penelitian. *Key informant* memiliki andil besar dalam menjelaskan mengenai sebuah realitas yang terjadi termasuk menunjukkan bukti yang menguatkan sebuah argumen ataupun berkebalikan dari sebuah permasalahan yang diteliti (Yin, 2018, p. 162).

Dari definisi di atas, penulis melibatkan Dinar Amanda sebagai *key informant* yang menjabat sebagai *Director Marketing and Creative & Co Founder* Rollover Reaction. Ia bertanggung jawab atas keberlangsungan kegiatan *digital marketing*, membentuk meningkatkan penjualan, bentuk promosi, dan termasuk menentukan tema konten di media sosial maupun pada rancangan tema *website* Rollover Reaction ataupun *store offline* yang terletak di Plaza Indonesia. Sekaligus

merancang sekaligus mengembangkan *beauty product* yang akan diproduksi oleh Rollover Reaction.

Sementara untuk memilih partisipan penulis melibatkan Anjani yang menjadi bagian dalam tim kreatif Rollover Reaction yang bertanggung jawab untuk mengelola konten kreatif pada *platform digital* milik Rollover Reaction. Selain itu, penulis juga melibatkan Billy Yuriko sebagai partisipan yang saat ini memiliki jabatan sebagai *Digital Marketer* di Ceritea Storytelling Agency.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian yang dilakukan, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Yin (2012, p. 85) memaparkan ciri khas studi kasus adalah memunculkan isu penting, yaitu perlunya prosedur lapangan. Dalam penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang diperoleh, penulis menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Sujarweni (2014, p. 73) data dibagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden yang bersangkutan melalui wawancara, kuesioner, kelompok fokus diskusi dan panel. Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara mendalam. Sementara Berger dalam Kriyantono menjelaskan bahwa wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh periset dengan harapan mendapatkan informasi dari informan seseorang yang dianggap memiliki peran penting untuk memberikan segala bentuk informasi penting mengenai suatu objek yang diteliti oleh periset (Kriyantono, 2006, p. 100).

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara mendalam. Menurut Kriyantono wawancara mendalam biasa disebut juga sebagai wawancara intensif (*intensive-interviews*). Jenis wawancara mendalam dilakukan dengan frekuensi tinggi secara berulang-berulang atau secara intensif. Dalam penerapan wawancara mendalam periset relatif tidak memiliki kontrol atas respon yang disampaikan oleh informan artinya informan secara bebas memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh periset. Oleh karena itu, tugas periset adalah membangun suasana wawancara secara informal seperti sedang mengobrol guna memperoleh jawaban yang lengkap dan secara mendalam (2006, p. 102).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti. Data sekunder dapat diperoleh melalui studi pustaka seperti dari teori, pendapat, atau pokok pikiran yang terdapat pada media cetak, khususnya yang dapat relevan sesuai dengan masalah yang dibahas dalam penelitian (Sarwono, 2010, p. 35-45).

Selain menggunakan teknik wawancara sebagai data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder guna mendukung hasil penelitian yang diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui dokumen yang diperoleh terutama pada media *online* dan yang tersedia di internet mengenai informasi perusahaan Rollover Reaction.

3.6 Keabsahan Data

Yin menjelaskan dalam penelitian studi kasus yang bersifat deskriptif, penggunaan logika penjadohan pola menjadi relevan yang didasarkan atas empiri dengan dengan pola variabel-variabel spesifik yang diprediksi dan ditentukan sebelum pengumpulan datanya. Yin (2018, p. 78) dalam bukunya, terdapat empat model uji validitas yang dapat digunakan untuk menetapkan kualitas dalam penelitian sosial, yakni validitas pembangunan, validitas internal, validitas eksternal, dan uji reliabilitas.

Dalam penelitian ini peneliti memastikan keabsahan data dengan cara melakukan validitas internal yang mana menggunakan kesesuaian antara fenomena yang terjadi. Validitas internal adalah upaya yang dilakukan untuk penjelasan studi kasus yang bersifat kasual bukan deksriptif atau eksplorasi yang berusaha untuk membangun hubungan kasual, kondisi siapa yang diyakini menyebabkan kondisi lain yang dibedakan dari hubungan yang semu.

3.7 Teknik Analisa Data

Yin menjelaskan analisis bukti (data) terdiri atas pengujian, pengkategorian, pentabulasian, ataupun pengombinasian bukti-bukti data yang diperoleh untuk menuju proposisi awal suatu penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dalam bukunya Yin memaparkan bentuk teknik analisis yang dapat digunakan dalam penelitian studi kasus, yaitu, penjadohan pola, pembuatan penjelasan, analisis deret waktu (2015, p. 139).

1. Penjodohan Pola

Adalah teknik yang digunakan dengan tujuan melakukan perbandingan pola yang didasarkan secara empiris dengan pola yang telah diprediksikan atau pada beberapa prediksi alternatif lain. Apabila terdapat persamaan antara kedua pola tersebut maka, hasil yang akan diperoleh akan membantu memperkuat keabsahan data pada validitas internal studi kasus yang bersangkutan. Yin menambahkan, jika studi kasus bersifat deskriptif maka teknik penjodohan pola menjadi relevan dengan pola variabel-variabel spesifik yang diprediksi dan ditentukan sebelum pengumpulan data (Yin, 2015, p. 140).

2. Pembuatan Eksplanasi

Adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis data studi kasus dengan cara membuat suatu eksplanasi atau penjelasan pada suatu kasus.

Karakteristik yang perlu diperhatikan dalam teknik pembuatan eksplanasi adalah membandingkan temuan-temuan kasus awal dengan pernyataan atau proposisi yang dimiliki, memperbaiki sebuah pernyataan atau proposisi, membandingkan rincian kasus lain dalam rangka perbaikan tersebut, kemudian memperbaiki lagi pernyataan atau proposisi, membandingkan kembali perbaikan yang telah dilakukan dengan berbagai fakta dari kasus

kedua, ketiga, atau lebih, dan mengulangi proses tersebut sesuai dengan kebutuhan peneliti guna memperoleh hasil data yang dapat memenuhi kebutuhan peneliti. Teknik pembuatan eksplanasi ini sama halnya dengan melakukan perbaikan pada serangkaian gagasan yang mana hal utama

adalah mempertimbangkan eksplanasi-eksplanasi yang telah diakui (Yin, 2015, p. 146-148).

3. Analisis Deret Waktu

Adalah teknik yang dilakukan sesuai dengan urutan waktu yang diselenggarakan dalam eksperimen. Semakin rumit dan tepat pola tersebut maka akan menjadikan landasan kokoh bagi penarikan konklusi studi kasus (Yin, 2015, p. 150).

Berdasarkan penjabaran diatas, dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik penjadohan pola dengan tujuan untuk menemukan kesamaan atau perbandingan pada konsep *digital marketing* dan meningkatkan penjualan dengan yang ditemukan di lapangan. Selain itu, dengan menggunakan teknik penjadohan pola, peneliti bertujuan untuk melihat apakah praktek penerapan konsep *digital marketing* yang dilakukan oleh Rollover Reaction selaras dengan yang konsep yang dikembangkan. Berdasarkan teknik penjadohan pola yang digunakan, peneliti dapat menyertakan faktor pendukung yang sekiranya terdapat kesesuaian dari konsep pola yang tersedia.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A