



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

Dalam buku yang dituliskan oleh Deddy Mulyana, paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang (Mulyana, 2003). Ia menjelaskan bahwa paradigma adalah bagaimana cara seseorang melihat dan memahami kerumitan yang sebenarnya ada di dunia nyata. Melalui paradigma tersebut, seseorang dapat melihat apa yang penting, apa yang dirasa masuk akal dan sebuah sesuatu yang absah sesuai dengan paradigma yang tertanam dalam diri mereka.

Paradigma penelitian dibagi beberapa macam, Guba dan Lincoln menempatkan empat paradigma penelitian yakni: *positivism*, *post-positivism*, *critical theory*, dan *constructivism* (Norman K. Denzin, 1994, hal. 109). Dikutip juga dari buku Paradigma dan perkembangan penelitian komunikasi vol III (Hidayat, 1999) Guba mengungkapkan bahwa setiap paradigma membawa implikasi metodologi masing-masing.

Peneliti menggunakan paradigma post-positivisme, dalam paradigma ini para peneliti yang menggunakan paradigma post-positivisme umumnya melihat sesuatu kebenaran melalui pendekatan yang logis tidak hanya dilakukan melalui pendekatan eksperimental atau observasi. Paradigma post-positivisme mengarahkan peneliti bahwa untuk melihat sebuah kebenaran haruslah juga melihat dari banyak aspek seperti menggunakan beragam metode, memiliki beragam sumber data, periset dan teori yang dapat mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Lebih jelasnya Creswell (2013, hal.24) menjelaskan paradigma post-positivisme adalah pendekatan yang terdiri dari unsur-unsur yang reduksionistik, logis, menekankan pada pengumpulan data empiris, kritis, melihat suatu realita dengan orientasi efek dan menentukan hasil berdasarkan teori.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Peneliti akan lebih banyak melihat makna dan menafsirkan data yang diperoleh. Seperti apa yang di kemukakan oleh Mulyana, bahwasannya secara konvensional metode kualitatif cenderung diasosiasikan dengan keinginan peneliti untuk menelaah makna, konteks, dan suatu pendekatan holistik terhadap suatu fenomena (Mulyana, 2013, hal. 5).

Definisi dari metodologi penelitian kualitatif juga ikut dijelaskan oleh Moleong (2014, hal. 4) bahwa metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis

atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Melalui penjelasan tersebut, serta permasalahan yang dikaji merupakan masalah yang bersifat dinamis, peneliti memilih menggunakan metode penelitian kualitatif dalam menentukan pencarian, pengumpulan, dan pengolahan data dengan menganalisis hasil data yang didapatkan.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Dalam hal ini peneliti ingin melihat secara detail dan mendalam objek yang diteliti. Menurut Ardianto (2011, hal. 64) menjelaskan bahwa studi kasus merupakan metode penelitian yang menelaah suatu kasus secara intensif, mendalam, detail dan komprehensif terhadap individu maupun kelompok yang dalam hal ini peneliti ingin menjadikan sebuah kelompok atau sebuah perusahaan yang menjadi subjek dari penelitian ini.

Pendekatan studi kasus juga memiliki beberapa tipe, Robert K. Yin menjelaskan dalam bukunya bahwa strategi studi kasus memiliki empat tipe yang berbeda yaitu desain kasus tunggal holistik, desain kasus tunggal terjaln, desain dua kasus holistik, dan desain multikasus terjaln (Robert K. Yin, 2015, hal.46). Melalui penjelasan tersebut, peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus dengan jenis multikasus. Hal ini dikarenakan pada penelitian yang dilakukan saat ini peneliti mengambil banyak narasumber yang berasal dari beberapa latar belakang yang berbeda. Hal ini juga dijelaskan bahwa teknik studi kasus dengan jenis multikasus dapat menuntut atau mengambil banyak

sumber dan waktu lebih untuk melakukan penelitian atau di dalam buku disebutkan dengan istilah ekstra penyelidik (Robert K. Yin, 2015, hal.55).

3.4 Sumber Data

Pada penelitian ini peneliti memiliki beberapa informan sebagai sumber data yang berasal dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Para informan dan *key* informan yang menjadi narasumber pada penelitian kali ini adalah mereka yang terlibat secara langsung pada objek serta menggunakan secara langsung objek penelitian. Selain itu peneliti juga mewawancarai satu ahli IT yang dapat menjelaskan mengenai teknologi yang ada dan tertera dalam layanan virtual asisten berbasis kecerdasan buatan.

Informan yang pertama adalah Cahaya Fitri Tantriani yang menjabat sebagai Kepala Departemen *CSD & Marketing Communication* di kantor pusat Auto2000. Dipilihnya beliau sebagai salah satu informan karena dirasa dapat membantu dalam menjawab dan memberikan informasi mengenai objek yang sedang diteliti karena berkaitan dan berada dibawah departemen yang beliau pimpin di perusahaan tersebut.

Informan selanjutnya adalah Aflizar Yudafiannur sebagai *key* informan yang menjabat sebagai *supervisor* divisi *customer care* di departemen *business process and customer experience*. Sebagai PIC dari proyek *chatbot* yang menjadi objek penelitian ini, dipilihnya beliau sebagai *key* informan karena dirasa dapat membantu dan memberikan informasi yang menyeluruh mengenai objek yang ada dalam penelitian ini.

Informan berasal dari luar perusahaan yaitu Murningsih, selaku *customer* yang sudah menggunakan layanan *chatbot* yang berupa objek dari penelitian ini. Tidak hanya menggunakan *chatbot* yang digunakan perusahaan, beliau juga memesan layanan-layanan milik perusahaan melalui *chatbot* tersebut.

Informan yang terakhir juga berasal dari eksternal perusahaan yaitu Handri Santoso, selaku ahli IT yang saat ini juga masih aktif mengajar sebagai dosen di Pradita Institute. Beliau dipilih karena dapat menjelaskan bagaimana sistem kerja dari sebuah sistem kecerdasan buatan serta *chatbot* yang mana sistem tersebut digunakan oleh Auto2000 dalam inovasi layanan virtual asisten terbarunya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah bagaimana peneliti dalam hal ini mengumpulkan data-data sebagai sumber informasi dari penelitian yang sedang dilakukan. Seperti apa yang dijelaskan oleh Pohan yang dikutip oleh Prastowo (2011, hal. 208) bahwa teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data-data lapangan. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik data berdasarkan sumber data primer dan sumber data sekunder.

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

3.5.1 Data primer

- Wawancara

Wawancara adalah salah satu kegiatan tanya jawab yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan informasi. Wawancara juga dapat dilakukan dengan bertatap muka secara langsung, melalui saluran telepon atau melalui berbagai media lain yang saat ini sudah didukung oleh teknologi canggih, seperti melakukan *facetime*, atau panggilan video. Menurut Deddy Mulyana (2013, hal. 180) wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Menurut (Sugiyono, 2014) wawancara merupakan teknik untuk mengumpulkan data yang cukup efektif untuk mendapatkan informasi.

Menurut Patton yang dikutip oleh Moleong (2014, hal. 187-188) menyebutkan bahwa terdapat tiga jenis pembagian dalam wawancara, yaitu:

1. Wawancara Pembicaraan Informal

Wawancara berlangsung seperti biasa, wajar dan seperti pembicaraan sehari-hari. Pertanyaan yang diajukan menggunakan bahasa sehari-hari dan tidak menggunakan bahasa yang formal atau baku

2. Pendekatan Menggunakan Petunjuk Umum Wawancara

Dalam wawancara ini, diwajibkan untuk membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang dirumuskan, tidak perlu ditanyakan secara berurutan

3. Wawancara Baku Terbuka

Jenis wawancara ini merupakan wawancara yang menggunakan pertanyaan baku dan formal. Dimana urutan pertanyaan, susunan kata dan cara penyajiannya ke setiap informan sama. Maksud dari wawancara ini untuk menghilangkan terjadinya kekeliruan

3.5.2 Data sekunder

Pada penelitian kali ini peneliti akan menggunakan data sekunder yang berupa data atau dokumentasi berita dihasilkan dari beberapa hasil berita yang berasal dari berbagai media online, yang memberitakan mengenai objek yang sedang diteliti. Peneliti juga meminta beberapa data dari internal perusahaan sebagai data pendukung dalam penelitian ini. Hal ini seperti apa yang dijelaskan oleh Sandjaja & Heriyanto (2006, hal. 146) bahwa dalam teknik pengumpulan data dokumentasi, maka penulis menelusuri berbagai macam dokumen antara lain buku, majalah, koran, notulen rapat, peraturan dan sumber informasi lainnya.

3.6 Keabsahan Data

Penulis memahami bahwa keabsahan data sangatlah penting dalam suatu penelitian. Dalam hal ini, Moleong (2010: h. 320-321) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan keabsahan data adalah bahwa setiap data harus memenuhi:

1. Mendemonstrasikan nilai yang benar

2. Menyediakan dasar agar hal itu dapat diterapkan
3. Memperbolehkan keputusan luar yang dapat dibuat tentang konsistensi dari prosedurnya dan kenetralan dari temuan dan keputusan-keputusannya.

Untuk menguji keabsahan dari data yang telah didapatkan, peneliti memilih untuk memakai metode Triangulasi. Ada beberapa metode Triangulasi, yang dituliskan oleh Sugiyono, yakni:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dari beberapa sumber tidak bisa dirata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi harus di deskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, mana pandangan yang berbeda dan mana data spesifik yang diberikan oleh sumber.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi Teknik dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada narasumber yang sama dengan Teknik yang berbeda.

3. Triangulasi waktu

Data dapat mempengaruhi kredibilitas data. Data yang diperoleh pada pagi hari dimana narasumber belum merasakan Lelah seperti pada siang hari, narasumber akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.

Berdasarkan pembagian di atas, penulis juga menentukan jenis triangulasi sumber yang akan dilakukan. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2014). Hal tersebut dapat dicapai dengan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi dengan situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Patton, 1987)

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif biasanya dilakukan apabila data yang diperoleh berupa kata-kata atau berupa percakapan yang dilakukan oleh peneliti. Data yang biasanya didapatkan juga bisa berupa rekaman dari hasil wawancara yang dilakukan. Melalui rekaman dari wawancara tersebut tentu saja data atau informasi yang didapatkan masih harus disaring kembali untuk kemudian di analisa kembali.

Kegiatan analisis ini tentu memiliki banyak alur. Menurut Miles dan Huberman (1984), yang menyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono, 2014). Untuk melakukan analisis ini terdapat tiga aktivitas yang dapat dilakukan yakni, reduksi data atau *data reduction*, penyajian data atau *data display* dan penarikan kesimpulan atau *verification*.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah sebuah analisis yang mana didalamnya peneliti harus menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasikan data agar dapat ditarik kesimpulan pada tersebut.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Dengan melakukan *display data*, akan membantu peneliti dalam memahami data yang dimilikinya. Data yang disajikan dapat memudahkan peneliti untuk melihat dan menarik kesimpulan dari informasi yang terkandung dalam data yang didapatkan.

3. Penarikan kesimpulan (*verification*)

Dalam penarikan kesimpulan tentu harus menghubungkan segala data yang didapat agar kesimpulan yang dihasilkan sesuai. Penarikan kesimpulan akan sulit apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Dari ketiga aktivitas tersebut, penulis akan menggunakan teknik reduksi data untuk kemudian menganalisis data yang telah penulis dapatkan. Hasil dari wawancara yang sudah didapatkan akan ditinjau kembali dan mengambil bagian-bagian penting yang berasal dari wawancara tersebut.

3.8 Fokus Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti kali ini berfokus pada bagaimana Auto2000 menerapkan kemajuan teknologi dalam menjalankan kegiatan CRM di perusahaan tersebut melalui metode *value chain* yang digambarkan oleh Buttle. Penelitian kali ini juga menganalisis bagaimana perusahaan Auto2000 mengimplementasikan e-CRM dalam kegiatan berkomunikasi dengan para *customer*.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA