



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 adalah post-positivisme. Menurut Creswell (2014, p. 31), penggunaan paradigma post positivisme melihat suatu penelitian sebagai sekumpulan rangkaian yang saling terhubung berdasarkan pada orientasi sebab dan akibat, percaya terhadap berbagai persepsi dari para individu yang berpartisipasi dibandingkan dengan satu realitas tunggal saja.

Penulis menggunakan paradigma post-positivisme karena ingin memahami serta mendeskripsikan bagaimana perusahaan menerapkan strategi penggunaan *Web Series* sebagai fenomena yang baru dan sudah banyak digunakan oleh perusahaan. Selain itu, objek penelitian ini bersifat alamiah karena berdasarkan dari subjek yang diteliti secara langsung. Hasil penelitian ini akan menjabarkan mengenai tahapan-tahapan apa saja yang harus dilalui perusahaan dalam membentuk cerita *Web Series* dengan tujuan menciptakan *Brand Engagement*, khususnya dengan membandingkannya dengan tahapan berdasarkan *The Laboratory Model* oleh Klaus Fog.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis termasuk penelitian kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Menurut Yin (2017, p.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, p.114). Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah *case study* atau studi kasus. 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, p.21).

Lebih lanjut Yin (2012, p. 12) mengemukakan bahwa pendekatan studi kasus dapat di gunakan untuk penelitian yang berupa perencanaan baik perencanaan wilayah, administrasi umum, kebijakan umum, ilmu-ilmu manajemen, dan pendidikan. Studi Kasus memungkinkan peneliti untuk mempertahankan karakteristik holistik dan bermakna dari peristiwa-peristiwa kehidupan nyata dan kekuatan yang unik dari studi kasus adalah kemampuannya untuk berhubungan sepenuhnya dengan berbagai jenis bukti baik dokumen, peralatan, wawancara, dan observasi. Jenis penelitian kualitatif dilakukan dengan melakukan wawancara, mengumpulkan data, kemudian data diolah dan dianalisis berdasarkan hasil penelitian yang sudah didapatkan melalui interaksi dan komunikasi mendalam antara penulis dengan pihak yang terkait dengan penelitian.

Penelitian kualitatif menurut Creswell (2014, p. 41) adalah pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok menganggap masalah sosial atau manusia. Proses penelitian kualitatif melibatkan

pertanyaan yang muncul serta prosedur. Data biasanya dikumpulkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap informan, dan peneliti membuat interpretasi tentang makna data. Jadi, penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk memahami sebuah kasus/fenomena yang sedang terjadi dan dengan cara melakukan komunikasi mendalam antara penulis dengan narasumber yang dipilih untuk melengkapi sebuah penelitian.

Metode penelitian studi kasus dilakukan pada suatu kesatuan sistem yang bisa berupa suatu program, kegiatan, peristiwa, atau sekelompok individu yang ada pada keadaan atau kondisi tertentu. Karena khusus meneliti suatu hal atau sistem tertentu, penelitian studi kasus bukanlah dilakukan untuk menarik kesimpulan terhadap fenomena dari suatu populasi atau kumpulan tertentu melainkan khusus untuk kejadian atau fenomena yang diteliti. Meski mencakup satu kesatuan sistem, penelitian studi kasus tidak harus meneliti satu orang atau individu, namun bisa dengan beberapa orang atau objek yang memiliki satu kesatuan fokus fenomena yang akan diteliti. Untuk mendapatkan data yang mendalam, penelitian studi kasus menggunakan teknik wawancara, observasi, sekaligus studi dokumenter yang kemudian akan dianalisis menjadi suatu teori. Studi kasus akan memahami, menelaah, dan kemudian menafsirkan makna yang didapat dari fenomena yang diteliti tersebut (Guru Pendidikan, 2019, para. 50).

Sifat penelitian ini adalah deskriptif. Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data tanpa bermaksud

membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2015, p.29).

Melalui penelitian kualitatif bersifat deskriptif ini, penulis ingin melakukan analisis mendalam mengenai strategi penggunaan *Web Series* dalam menciptakan *Brand Engagement* dengan konsumen Grab Indonesia yang hasilnya didapatkan melalui interaksi dan komunikasi mendalam (wawancara), serta *Forum Group Discussion* dengan pihak Grab Indonesia serta partisipan yang terkait dengan fokus penelitian ini.

Hal tersebut menjadi dasar atau alasan peneliti untuk menggunakan sifat penelitian deskriptif. Pemilihan Grab Indonesia sebagai subjek penelitian karena Grab telah menggunakan *Web Series* sebagai strategi pemasarannya. Pada berbagai *Web Series* yang telah dibuat Grab, terdapat cukup banyak *feedback* positif dari publik pada masing-masing videonya, dan juga fakta bahwa saat ini sudah banyak perusahaan yang mengikuti jejak Grab dalam mempraktekkan strategi *Web Series* dalam menciptakan *Brand Engagement*. Oleh karena itulah, peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan tahapan yang dilakukan oleh Grab dalam membentuk *Web Series* dengan tujuan menciptakan *Brand Engagement*.

3.3 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sebagai berikut :

3.2.1 Wawancara Mendalam

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dan terwawancara. Pewawancara adalah pihak yang mengajukan pertanyaan seputar penelitian dengan maksud menggali data yang dibutuhkan dalam penelitian. Sedangkan terwawancara adalah pihak yang memberikan jawaban kepada pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan oleh pewawancara.

Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah kegiatan untuk mendapatkan informasi dari para partisipan 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 dapat memberikan wawasan penting bagi penelitian, juga dapat memberikan gambaran sejarah situasi yang menjadi studi kasus untuk membantu penelitian dalam mengidentifikasi sumber bukti lain yang relevan (Yin, 2017, p.121).

3.2.2 Forum Group Discussion

Focus group discussion atau singkatannya adalah FGD merupakan salah satu metode riset kualitatif yang paling terkenal selain teknik wawancara. FGD adalah diskusi terfokus dari suatu *group* untuk

membahas suatu masalah tertentu, dalam suasana informal dan santai. *Focus Group Discussion* (FGD) adalah bentuk diskusi yang di desain untuk memunculkan informasi mengenai keinginan, kebutuhan, sudut pandang, kepercayaan dan pengalaman yang dikehendaki peserta. Dari definisi di atas, penulis mengambil kesimpulan *Focus Group Discussion* sebagai bagian dari kegiatan wawancara yang bisa dilakukan untuk mengambil berbagai sudut pandang dan opini dari para partisipan secara langsung yang membuat penulis mendapatkan hasil kolaborasi opini dari beberapa partisipan.

3.2.3 Dokumentasi

Selanjutnya, peneliti menggunakan teknik dokumentasi. Teknik ini merupakan teknik mengumpulkan data dari dokumen-dokumen yang sudah ada. Data yang diambil dapat berasal dari berbagai sumber yaitu buku, internet, majalah, jurnal, dan dokumen-dokumen lainnya yang terkait. Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi digunakan saat mencari data-data pada internet mengenai iklan *Web Series* Grab Indonesia, jurnal penelitian terdahulu, hingga teori-teori yang digunakan dalam buku-buku sebagai sumber yang informatif.

3.2.4 Observasi

Yang terakhir, peneliti menggunakan teknik Observasi. Teknik observasi digunakan untuk memahami pola, norma, dan makna perilaku dari informan yang diteliti. Dalam hal ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan mengamati secara langsung kegiatan yang terjadi di lokasi

penelitian, namun tidak terlibat dalam kegiatan yang ada disana. Dengan topik yang diangkat oleh peneliti, peneliti harus memahami pola dan perilaku konsumen dalam penelitian ini supaya analisis yang dilakukan dapat sesuai dengan topik yang diangkat. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi dengan mempelajari perilaku penonton serial yang dibuat oleh Grab Indonesia agar dapat mengetahui dampak yang dihasilkan dari pembuatan *Web Series*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan ketiga metode di atas agar dapat memperoleh informasi yang valid untuk penelitian ini yaitu wawancara mendalam, *Forum Group Discussion*, studi dokumen (menggunakan referensi dari buku, artikel, jurnal, website, dan penelitian lain) untuk mendukung data yang dibutuhkan terkait penelitian ini, kemudian menggunakan observasi untuk mempelajari perilaku penonton serial yang dibuat oleh Grab Indonesia agar dapat mengetahui dampak yang dihasilkan dari pembuatan *Web Series*.

3.4 Partisipan

Menurut Robert K. Yin (2018, p.287), partisipan adalah seseorang yang menjadi sumber data dalam studi kasus yang akan dikumpulkan, biasanya dilakukan 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.

Partisipan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pihak dari perusahaan yang bertanggung jawab dalam pembuatan *Web Series* mulai dari tahap perencanaan cerita inti sampai pemilihan media yang akan digunakan untuk mempublikasikan *Web Series*. Partisipan penelitian harus merupakan seseorang yang memang sudah paham betul akan strategi *Web Series* khususnya dalam menciptakan *Brand Engagement* dan dapat memberikan pemahaman terkait tahapan yang dijalankan untuk menciptakan *Brand Engagement* tersebut.

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

1. *Brand Strategy Marketing Manager Grab ID*

Sebagai *Brand Strategy Marketing*, ia memiliki tanggung jawab untuk menciptakan *Brand Engagement*. Ia juga pastinya menjalankan strategi *marketing* salah satunya pembuatan *Web Series* sebagai sarana untuk menciptakan *Brand Engagement*. Maka dari itu diharapkan bahwa informan ini dapat memberi informasi seputar strategi penggunaan *Web Series* yang akan maupun sedang dijalankan oleh Grab Indonesia.

2. *Social Media Lead Grab ID*

Sebagai pemimpin divisi *Social Media*, merencanakan strategi pemasaran pada *social media* merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan. Pembuatan *Web Series* sebagai konten Youtube merupakan salah satu keputusan yang dibuat oleh divisi *social media*, maka dari itu diharapkan narasumber dapat memberikan informasi seputar pembuatan ide hingga eksekusi konten *Web Series*.

3. *Social Media Executive Grab ID*

Sebagai *Social Media Executive* yang menjalankan strategi yang telah direncanakan bersama, narasumber pasti mengetahui segala proses pembuatan *Web Series* karena narasumber yang memimpin proses pembuatan *project* tersebut.

4. *Account Executive Hash Entertainment*

Partisipan ini diharapkan dapat memberikan informasi seputar strategi untuk menciptakan *Brand Engagement*, juga diharapkan narasumber dapat memberikan pendapat mengenai *Web Series* sebagai strategi untuk menciptakan *Brand Engagement* dari sisi *agency*.

Pertanyaan yang akan ditanyakan kepada partisipan dalam penelitian ini adalah terkait dengan tahapan apa saja yang diperhatikan dalam pembentukan *Web Series*, cerita inti, konflik, karakter, *plot*, hingga semua informasi dan detail terkait *Web Series*, menurut tahapan *The Laboratory Model* oleh Klaus Fog. Setelah itu hasil wawancara dengan partisipan penelitian akan dikaitkan dengan tahapan menciptakan *Brand Engagement* melalui *Web Series* menurut *The Laboratory Model* oleh Klaus Fog.

3.5 Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif peneliti harus mampu mengungkap kebenaran yang objektif, karena itu keabsahan data dalam penelitian kualitatif sangat penting. Hal tersebut bertujuan untuk mengukur tingkat kepercayaan (kredibilitas) penelitian kualitatif sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. 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, p.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 • have key informants review draft case study report	data collection (see Chap. 4) composition (see Chap. 6)
Internal validity	• do pattern matching • do explanation building • address rival explanations • use logic models	data analysis (see Chap. 5) data analysis (see Chap. 5) data analysis (see Chap. 5) data analysis (see Chap. 5)
External validity	• use theory in single-case studies • use replication logic in multiple-case studies	research design (see Chap. 2) research design (see Chap. 2)
Reliability	• use case study protocol • develop case study database • maintain a chain of evidence	data collection (see Chap. 3) data collection (see Chap. 4) data collection (see Chap. 4)

Sumber: Yin, 2017, p. 79

Penelitian ini menggunakan uji keabsahan data *construct validity*, yaitu dengan menggunakan berbagai sumber sebagai tujuan bukti validitas data seperti hasil wawancara dari keempat partisipan penelitian. Kemudian dilakukan *pattern matching* atau penjodohan pola dengan *The Laboratory Model* Fog terhadap data-data yang telah terkumpul. *The Laboratory Model* digunakan sebagai pedoman dalam memahami apa yang sedang diteliti. Selain itu, akan dilakukan uji reliabilitas data-data yang terkumpul dengan cara membandingkan beberapa prosedur pengumpulan data yang berbeda dapat dilakukan berulang kali namun tetap menunjukkan hasil interpretasi yang sama.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Yin (2017, p. 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 Yin (2017, p.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 penjadwalan 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.

Pada penelitian ini, digunakan logika *pattern matching* (penjodohan pola), dengan berfokus pada pertanyaan utama yaitu ‘mengapa’ dan ‘bagaimana’. Pada intinya, teknik ini menetapkan beberapa temuan yang ada pada studi kasus, kemudian membandingkannya dengan data empiris studi kasus dengan yang diprediksikan. Hasil pencocokan tersebut disertai dengan penjelasan rinci tentang bagaimana dan mengapa ada berbagai aspek yang mempengaruhi tren tersebut. Logika ini membandingkan pola yang didasarkan atas data empirik dengan pola yang diprediksikan. Logika inilah yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis studi kasus *Web Series* “Inovasi Itu Dekat” oleh Grab Indonesia sebagai strategi dalam menciptakan *Brand Engagement* Grab Indonesia, yaitu menjodohkan pola *The Laboratory Model* menurut Klaus Fog dengan data empirik tahapan pembuatan *Web Series* Grab yang didapatkan melalui wawancara dengan partisipan penelitian.