

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Creswell (2014) menyatakan bahwa paradigma adalah kepercayaan yang digunakan sebagai dasar untuk melakukan aksi. Setidaknya terdapat empat paradigma yaitu:

1. *Post-positivist*: merupakan pemikiran yang menentang gagasan tentang kebenaran absolut mengenai pengetahuan perihal perilaku dan tindakan manusia (Creswell, 2014). penelitian dengan paradigma *post-positivist*, setidaknya peneliti harus mengawalinya dengan melakukan pengujian pada suatu teori lalu mengumpulkan data yang dapat mendukung teori tersebut untuk dikaji. Terdapat asumsi dasar yang menjadi inti dalam paradigma *post-positivist* (Creswell, 2014), yaitu:
  - a. Pengetahuan bersifat terkaan – kebenaran absolut tidak akan ditemukan. Hal ini membuat diperlukannya bukti untuk memperkuat penelitian.
  - b. Penelitian *post-positivist* adalah proses mengajukan klaim yang digunakan untuk memperbaiki atau meninggalkan

klaim yang sudah ada agar dapat menjadi klaim yang lebih kuat kebenarannya.

- c. Peneliti akan mendapatkan informasi melalui wawancara mendalam dan observasi melalui data, bukti, dan pertimbangan rasional.
  - i. Penelitian dilakukan untuk mengembangkan pernyataan yang relevan yang digunakan untuk menjelaskan situasi dan hubungan sebab-akibat.
2. *Social constructivist*: merupakan pengembangan dari makna subjektif pada pengalaman yang diarahkan tertuju pada objek tertentu melalui norma historis dan sosial. Norma ini berlaku di kehidupan sehari-hari. Latar belakang bisa mempengaruhi penafsiran terhadap hasil dari penelitian karena peneliti memahami latar belakang dan kultural objek peneliti. Tujuan dari *social constructivist* yaitu memahami makna yang dimiliki orang lain tentang dunia daripada mengawali penelitian melalui teori atau melakukan pengembangan teori secara induktif.
3. *Participatory*: Penelitian *participatory* memiliki asumsi untuk menghubungkan politik dan agenda politik yang terjadi untuk menghadapi penindasan sosial. Paradigma ini isu-isu tertentu yang perlu perhatian lebih merupakan isu yang menyangkut kehidupan sosial seperti pemberdayaan, ketidakadilan, penindasan, pengasingan, dan penguasaan.

4. *Pragmatic*: Paradigma ini muncul dari aksi, situasi, dan konsekuensi yang sudah ada daripada kondisi terdahulu. Paradigma ini berfokus pada masalah penelitian dalam ilmu sosial dengan menggunakan pendekatan yang beragam untuk memperoleh pengetahuan mendalam.

Melalui penjelasan diatas, penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivism* karena dalam penelitian ini akan menggunakan teori sebagai landasan untuk mengupas fenomena yang ada dengan mengumpulkan data menggunakan wawancara, observasi, bukti, dan pertimbangan yang rasional.

### **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Terdapat tiga tipe pendekatan dalam melakukan penelitian (Creswell, 2014), yaitu:

1. Kualitatif: merupakan penelitian yang dilakukan dengan mencari tahu serta memahami makna dari permasalahan yang terjadi pada individu atau kelompok. Penelitian kualitatif memiliki proses yang harus dijalankan untuk mendapatkan hasil penelitian. Proses tersebut dijalankan dari membuat pertanyaan yang ditujukan untuk narasumber sebagai data yang akan dianalisis. Dari data ini, digunakan peneliti untuk membuat interpretasi dari hasil data yang diolah tersebut.

2. Kuantitatif: merupakan penelitian yang menguji teori-teori dengan menghubungkan antar variabel. Variabel-variabel yang digunakan diukur dengan menggunakan prosedur statistik. Hasil penelitian kuantitatif berupa struktur yang konsisten dari penelitian diawal. Pada penelitian kuantitatif teori yang diuji dilakukan secara deduktif.
3. *Mix-methods*: Penelitian *mix-method* dilakukan dengan menggabungkan elemen yang ada pada penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif.

Terdapat perbedaan dalam penelitian kualitatif dan kuantitatif, yaitu:

1. Penelitian kualitatif dideskripsikan dengan kalimat sedangkan penelitian kuantitatif dengan angka.
2. Pencarian data pada penelitian kualitatif dicari dengan pertanyaan terbuka melalui wawancara sedangkan data pada penelitian kuantitatif dicari dengan pertanyaan tertutup dengan menggunakan hipotesis
3. Strategi penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian kualitatif merupakan studi kasus sedangkan penelitian kuantitatif merupakan eksperimen.

Penelitian ini memiliki sifat deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan populasi yang sedang diteliti dan bertujuan memaparkan secara sistematis data-data yang faktual dan akurat mengenai realitas yang sedang terjadi atau sudah terjadi tanpa ada perlakuan subjektif terhadap penelitian yang dilakukan (Kriyantono, 2012). Penelitian

kualitatif mendapatkan data melalui wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, catatan, memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2014). Penelitian ini diarahkan untuk mendapatkan fakta-fakta dan data-data yang berhubungan dengan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan minat beli produk Roughneck 1991. Penerapan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan kemungkinan data yang diperoleh di lapangan berupa data dalam bentuk fakta yang perlu adanya analisis secara mendalam. Maka pendekatan kualitatif akan lebih mendorong pada pencapaian data yang bersifat lebih mendalam terutama dengan keterlibatan peneliti sendiri di lapangan.

### **3.3 Metode Penelitian**

Penelitian dengan metode studi kasus merupakan metode yang mengacu pada penelitian ilmu sosial yang memiliki unsur bagaimana dan mengapa pada pertanyaan utama penelitiannya (Yin, 2018). Penelitian studi kasus dapat dibedakan menjadi tiga tipe, yaitu: studi kasus eksplanatoris, eksploratoris, dan deskriptif. Dalam penggunaannya, peneliti studi kasus perlu memusatkan perhatian pada aspek pendesainan dan penyelenggaraannya agar lebih mampu menghadapi kritik-kritik tradisional tertentu terhadap metode atau tipe pilihannya. Studi kasus juga merupakan strategi yang lebih cocok bila pertanyaan penelitiannya berkenaan dengan *how* atau *why* (Yin, 2013, p.1). Robert K. Yin mengemukakan studi kasus adalah suatu inkuiri empiris yang:

- a. Menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana,

- b. batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak. Dengan tegas;
- c. dan di mana Multisumber bukti dimanfaatkan (Yin, 2013, p.18)

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah studi kasus secara deskriptif yang menjelaskan secara mendalam tentang strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan minat beli produk Roughneck 1991.

### **3.4 Partisipan dan Informan**

Pada penelitian ini partisipan dipilih karena memiliki pengetahuan, pengalaman, dan kontribusi nyata mulai dari tahap perencanaan sampai evaluasi strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan minat beli produk Roughneck 1991. Partisipan pertama dalam penelitian ini adalah Rusli Ikhwan selaku *Founder* dan *Chief Marketing Officer* Roughneck 1991. Peneliti memilih partisipan tersebut karena ia terlibat langsung dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial yang dilakukan oleh Roughneck 1991 dan mampu memberikan berbagai insight kepada peneliti dan memberikan bukti-bukti yang diperlukan. Selanjutnya partisipan yang kedua adalah Anggi selaku *Social Media Admin* Roughneck 1991 yang bertanggung jawab langsung terhadap media sosial Instagram mulai dari mengelola akun, menentukan jadwal tayang kontennya, menjawab semua pertanyaan, komentar, keluhan yang datang dari para *followers*, sampai membuat *report* mengenai performa akun Roughneck 1991.

Selanjutnya, peneliti memiliki partisipan ketiga yaitu Daniel Vio yang merupakan konsumen dan followers Instagram @Roughneck 1991. Ia berperan untuk memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis yang dari sisi konsumen. Selain partisipan di atas, peneliti memiliki informan ahli yaitu Enrico Tahalea yang merupakan *Social Media Strategist* atau *Content Strategist* dari Mata Angin Communication Agency. Ia yang berperan menjadi pakar di bidang *digital marketing* dan media sosial, serta memberikan informasi mengenai ketepatan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial yang dilakukan oleh Roughneck 1991.

Dalam melakukan wawancara ini, peneliti tidak bertemu secara langsung dengan partisipan dan informan dikarenakan pandemi covid-19. Untuk mematuhi protokol kesehatan, peneliti akan melakukan wawancara secara *online* dengan menggunakan aplikasi.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan teknik dan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data, yaitu berupa fakta, informasi, dan keterangan yang akan menjadi bahan utama penelitian yang akan membantu dalam mengungkapkan hal-hal yang berhubungan dengan penelitian yang sedang diteliti (Kriyantono, 2014, p.93). Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data primer dan sekunder.

## 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti untuk mendapatkan jawaban dari suatu permasalahan maupun tujuan penelitian (Hermawan, 2013, p.211). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara mendalam (*depth interview*) yang berguna untuk memenuhi data primer yang dibutuhkan. Wawancara mendalam didefinisikan sebagai suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Kriyantono, 2012). Tujuannya agar peneliti dapat menemukan permasalahan lebih dalam dan terbuka arena pihak yang diwawancara dimintai pendapat dan ide-idenya. Pada saat wawancara, peneliti berpedoman pada pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan agar lebih berfokus kepada masalah yang sedang diteliti. Pedoman ini ditujukan agar wawancara berjalan efektif dan memperoleh data sebanyak-banyaknya dengan bahasa yang jelas dan terarah.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber internal, internal *website*, perpustakaan, dan lembaga pendidikan maupun perusahaan yang memang menyediakan data sekunder (Hermawan, 2013, p.211). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan studi dokumentasi untuk memenuhi data sekunder yang dibutuhkan. Menurut Yin (2015, p.123) dokumen terdiri dari dua kumpulan terpisah, yang pertama mengenai data dan bukti dasar dan yang kedua melalui laporan penelitian dalam bentuk



artikel, laporan, atau buku. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, artikel, situs internet, dan *website* serta media sosial perusahaan.

### **3.6 Keabsahan Data**

Menurut Yin (2018, p.48), untuk memeriksa keabsahan data maka diperlukan uji validitas dan triangulasi data. Terdapat empat jenis uji validitas, yaitu:

1. *Construct validity* yang merupakan uji validitas yang dapat dilakukan dengan dua cara. Cara yang pertama adalah dengan menetapkan perubahan konsep yang spesifik dan menghubungkannya dengan tujuan penelitian. Cara yang kedua adalah dengan mengidentifikasi langkah-langkah operasional mengenai konsep dengan mengutip studi yang memiliki pola yang sama.
2. *Internal validity* yang merupakan uji validitas yang berkaitan dengan hubungan sebab akibat di mana saat sebuah kondisi dipercaya menimbulkan kondisi yang lainnya, sehingga peneliti berusaha untuk menganalisis hubungan keduanya.
3. *External validity* merupakan uji validitas digunakan untuk menunjukkan apa serta bagaimana sebuah studi kasus dapat digeneralisasikan.

4. *Reliability* merupakan demonstrasi pada operasi di sebuah penelitian seperti cara pengumpulan data yang dapat diulangi dengan hasil yang sama untuk meminimalisir kesalahan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah *construct validity* karena menggunakan berbagai sumber bukti seperti wawancara dan dokumentasi untuk membangun rantai bukti (Yin, 2018).

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam analisis data selama di lapangan menggunakan model dari Robert K. Yin. Menurut Yin (2018, p.223-245) terdapat tiga teknik analisis data untuk mengidentifikasi secara jelas masalah penelitian yang dibahas. Teknik analisis data dalam studi kasus diantaranya adalah *pattern matching* (penjodohan pola), *explanation building* (pembuatan eksplanasi), *time-series analysis* (analisis deret waktu), *logic models*, dan *cross-case synthesis*.

Untuk penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah *pattern matching* (penjodohan pola). Menurut Yin (2014, p.142-144) teknik tersebut membentuk pola-pola dari variabel independen tertentu (yang telah diprediksi sebagai penjelasan), mengeluarkan kehadiran variabel independen-independen lain (yang diprediksi sebagai penjelasan tandingan).

Dari penjelasan di atas mengenai *pattern matching*, peneliti akan membandingkan sebuah *pattern* (pola), yang terdiri dari teori dan konsep yang digunakan dan hasil penelitian yang ditemukan di lapangan. Jika terdapat persamaan pola yang ditemukan dari kedua hal tersebut, maka akan memperkuat

validitas studi kasus pada penelitian ini. Hasil dari seluruh data tersebut dikelompokkan dan dihubungkan antara satu dengan lainnya untuk mendapatkan jawaban dari tujuan penelitian yaitu mengetahui strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan minat beli produk Roughneck 1991.