

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Mulyana (Mulyana, 2014) mengemukakan bahwa paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kerumitan dunia nyata. Paradigma biasanya mengakar kuat dalam sosialisasi para pengikut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang. Dalam paradigma post-positivisme terdapat beberapa asumsi kunci yang telah diidentifikasi oleh (Creswell, 2013, p. 18) di antaranya:

1. Asumsi Ontologis, adanya berbagi realitas yang mungkin membuat peneliti tidak sepenuhnya memahami realitas tersebut karena sedikitnya realitas atau hal-hal yang mutlak.
2. Asumsi Epistemologi, peneliti memiliki jarak dengan objek yang ditelitinya dan sebisa mungkin dapat meminimalisir interaksi antara peneliti dengan objek yang ditelitinya.
3. Asumsi Aksiologi, adanya nilai dan bias yang dapat dikendalikan oleh peneliti.
4. Terdapat pengalaman peneliti dalam pengumpulan data yang tidak sepenuhnya diturunkan dari sudut pandang peneliti serta terdapat beberapa pertanyaan yang berubah di tengah penelitian dalam memahami masalah penelitian.

Dapat ditarik kesimpulan, paradigma post-positivisme merupakan sebuah

paradikma penelitian mengenai determinasi atau penetapan, reduksionalisme atay 31

penyederhanaan hal-hal kompleks, observasi dan pengujian empiris atau berdasarkan sebuah pengalaman, serta berifikasi teori atau konsep yang telah ada. (Creswell, 2013, p. 8)

Dalam penelitian ini penulis memilih untuk menggunakan paradig ini yaitu post post-positivisme dengan pendekatan kualitatif, karena penelitian ini dilakukan dengan tujuan memperoleh kesimpulan dari hasil penelitian yang didasari pada data-data yang relevan untuk melihat kecocokan atau keterkaitan mengenai *strategi marketing communication* tiket.com di masa pandemi covid-19.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Hal ini berarti peneliti telah meneliti gambaran perusahaan secara kualitatif fakta, data atau obyek material yang bukan berupa rangkaian angka, melainkan peneliti mengembangkan menjadi ungkapan bahasa atau wawancara yang tepat dan sistematis. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi. Penelitian kualitatif dapat menunjukkan kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsional organisasi, pergerakan sosial, dan hubungan kekerabatan (Ghony dan Almanshur, 2012, p. 25).

Menurut Nawawi (Ardial, 2014, p. 64) Sifat penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Dari definisi di atas, peneliti menyimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena, peristiwa, Hubungan mengenai suatu kejadian yang data-datanya diperoleh melalui hasil pengamatan, hasil wawancara, catatan lapangan yang tidak dapat dianalisis melalui angka-angka. Untuk itu penelitian ini akan menjelaskan secara luas dan lengkap mengenai strategi *marketing communication* Tiket.com pada masa pandemi covid-19.

3.3 Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode studi kasus. Menurut Yin (2018, p. 4), secara umum, studi kasus merupakan strategi yang tepat ketika digunakan untuk penelitian yang memiliki pokok pertanyaan yang berkenaan dengan bagaimana atau mengapa. Yin juga melanjutkan bahwa studi kasus secara umum memiliki strategi pertanyaan penelitian “*how*” dan “*why*” sehingga peneliti memiliki sedikit peluang untuk dapat mengontrol peristiwa atau sebuah fenomena yang akan diteliti nantinya. Penelitian studi kasus berfokus pada fenomena kontemporer atau masa kini di dalam konteks realita kehidupan nyata. Penelitian dengan menggunakan studi kasus adalah suatu metode penelitian empiris yang menyelidiki fenomena kontemporer secara mendalam di dalam konteks kehidupan nyata dengan batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan jelas, serta peneliti memiliki sedikit kendali atas fenomena dan konteks yang terjadi Yin (2018, p. 14).

Sedangkan menurut Yazan (2015, p. 138), asumsi dari Yin tersebut merupakan strategi penelitian lainnya, seperti hal terkait sejarah, eksperimen, dan survey tidak mampu menyelidiki kasus yang menarik minat peneliti sehingga peneliti memerlukan startegi penelitian komprehensif yang dinamakan dengan studi kasus. Bukti data dalam metode penelitian studi kasus dapat berasal dari 6 sumber, yaitu:

dokumen, arsip

rekaman, pengamatan langsung, observasi partisipan serta wawancara Yin (2018, p. 7) melanjutkan, dalam metode studi kasus penelitian dapat dibedakan menjadi tiga tipe penelitian, yaitu eksplanatoris, eksploratoris, dan deskripsif.

3.4 Key Informan dan Informan

Dalam penelitian dengan menggunakan metode kualitatif ini peneliti menggunakan *purposive sampling*, yaitu menjadikan partisipan sebagai sampel dengan dipilih secara spesifik agar dapat memperoleh informasi serta perspektif yang luas, dan relevan (Yin, 2016, p. 93). Penggunaan *purposive sampling* pada penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan partisipan penelitian yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Yin mengatakan bahwa partisipan adalah mereka yang memiliki peran penting dalam penelitian studi kasus karena kemampuan wawasan yang dimiliki dapat memaparkan jawaban atas permasalahan yang dihadapi peneliti dalam suatu penelitian. Partisipan sangat memiliki andil besar dalam menjelaskan mengenai sebuah realitas yang terjadi termasuk menunjukkan bukti yang menguatkan sebuah argumen ataupun berbalikan dari sebuah permasalahan yang diteliti (Yin, 2018, pp. 63-64).

Dari definisi diatas maka untuk melengkapi penelitian ini akan melibatkan beberapa partisipan, yaitu :

1. Dessy Puspitasari sebagai Marketing Communication Lead di PT Global Ticket Network. Maria adalah orang yang bertanggung jawab atas kegiatan marketing communication pada PT Global Ticket Network
2. Yosi Marhayati sebagai Public Relations Lead di PT Global Ticket Network. Yosi adalah orang yang bertanggung jawab atas segala kegiatan yang dilakukan oleh divisi PR di PT Global Ticket Network.

3. Andre Darmaiz sebagai Social Media Marketing Lead di PT Global Ticket Network. Tika adalah orang yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan yang dilakukan pada divisi social media marketing PT Global Ticket Network.

Terdapat tiga informan yang akan dijadikan narasumber untuk melengkapi penelitian ini terkait Strategi *Marketing Communication* Tiket.com Di Masa Pandemi Covid-19.

Dalam melakukan wawancara peneliti tidak bertemu secara langsung dengan semua informan melainkan dengan bantuan akses media virtual online dikarenakan kondisi pandemi yang belum membaik maka demi keamanan dan kenyamanan bersama wawancara akan dilakukan secara online.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumen atau studi kepustakaan. Menurut Merriam dan Tisdell (2016,

p. 105) pengumpulan data tidak lebih dari potongan-potongan informasi biasa yang ditemukan dalam lingkungan. Data bisa konkret dan terukur seperti dalam kehadiran kelas atau tidak terlihat serta sulit diukur seperti dalam perasaan. Menurut Patton (2016,

p. 105) teknik pengumpulan data kualitatif terdiri dari kutipan langsung dari orang-orang tentang pengalaman, pendapat, perasaan, dan pengetahuan mereka melalui wawancara. Deskripsi secara details dari aktivitas orang, perilaku, dan tindakan melalui observasi data. Serta mengumpulkan data melalui berbagai jenis dokumen Menurut Merriam dan Tisdell teknik pengumpulan data memiliki tiga tahap seperti berikut:

1. Wawancara Mendalam

Menggunakan wawancara dalam pengumpulan data merupakan sebuah proses di mana peneliti dan peserta terlibat dalam percakapan yang berfokus pada pertanyaan yang terkait dengan data penelitian. (Merriam & Tisdell, 2016, p. 106).

2. Dokumen

Sumber data yang siap dan mudah diakses untuk oleh peneliti yang menjadikan sumber data sebuah penelitian seperti studi pustaka (Merriam & Tisdell, 2016, p. 162).

3. Studi Kepustakaan

Menurut Creswell (2013, p. 27) ialah, melakukan, mencari, serta mengorganisir sumber-sumber pustaka yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Studi kepustakaan ini dilakukan dalam sebuah penelitian Tinjauan pustaka merupakan ringkasan tertulis dari sebuah artikel, jurnal, buku, dan dokumen-dokumen lainnya.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Penelitian studi kasus Yin (2018, p. 78) menggunakan triangulasi dari bukti yang didapatkan peneliti sehingga dapat membuktikan validitas data dan hasil penelitian yang dibuat Triangulasi data yang dilakukan mencakup tiga aspek, yaitu:

a. *Construct Validity Construct Validity*

Berfungsi untuk menguji konstruksi yang dihasilkan dari data penelitian dengan memeriksa hasil sesuai dengan teori dan teknik yang digunakan.

b. *Internal Validity Internal Validity*

Berfungsi untuk menguji kredibilitas data penelitian yang didapatkan dari sumber yang tepat serta sesuai

c. *External Validity External Validity*

Digunakan untuk mencari informasi pendukung lainnya dari sumber eksternal.

Dapat dikaitkan dengan teori Yin penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data internal validity untuk menguji kredibilitas data penelitian yang

didapatkan dari

sumber yang tepat serta mampu menganalisa hasil dari strategi yang digunakan oleh Tiket.com serta menguji penggunaan teori dan penyusunan metode sesuai dengan objek penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknis analisis data yang digunakan adalah *Pattern Matching*. Penelitian ini mengacu pada konsep *Marketing mix*. Setelah melakukan wawancara, peneliti melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai dan membandingkan dengan teori yang digunakan. Setelah itu, data dipilah, disederhanakan, difokuskan dan disusun dalam suatu cara sehingga dapat menggambarkan kesimpulan akhir. Setelah semua data terkumpul, maka peneliti dapat mengungkap makna dari data yang dikumpulkan. Penyajian data diperlukan untuk membantu proses analisis sebuah data. Data yang tersaji dalam penelitian dapat dihubungkan dengan kerangka teori yang digunakan pada bab sebelumnya. Dalam teknik pengumpulan data ini, informasi yang sudah dikumpulkan masih harus dikonfirmasi, dipertajam, dan direvisi untuk mendapatkan kesimpulan akhir.

Analisis data terdiri atas *pattern matching*, *explanation building*, *timeseries analysis*, *logic models*, dan *cross-case synthetis*. Beberapa teknik analisis data dapat menjadi efektif untuk dijadikan dasar teknik analisis data untuk sebuah studi kasus serta dapat diterapkan di beberapa kasus. (Yin, 2018, p. 222). *Pattern Matching* adalah teknik analisis data dengan cara membandingkan prediksi dari sebuah teori dengan bukti empiris yang didapatkan dari observasi dalam penelitian. Pola – pola empiris dan prediksi tampak serupa, hasilnya dapat membantu studi kasus untuk memperkuat internal validity. Studi kasus yang bersifat deskriptif, *pattern matching* masih relevan

selama pola fitur yang diprediksi ditentukan sebelum pengumpulan data. (Yin, 2018, p. 224).