

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma adalah suatu cara pandang yang dapat menafsirkan peristiwa. Menurut Daymon dan Hollaway (2011, p. 99) paradigma merupakan sesuatu yang pertama kali harus dapat dipahami oleh periset ketika sebelum menentukan sebuah teknik atau metode riset yang dapat digunakan pada penelitiannya. Paradigma pada penelitian ini adalah paradigma *post-positivisme*. Menurut Creswell (2013, p. 8) paradigma *post-positivisme* adalah paradigma penelitian mengenai suatu penetapan/ determinasi, penyederhanaan/ reduksionisme hal yang kompleks, observasi serta pengujian empiris/ berdasarkan dari pengalaman, dan berifikasi dari konsep atau teori yang ada.

Penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivisme* dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh sebuah kesimpulan dari suatu hasil penelitian berdasarkan dari data relevan agar dapat terlihat keterkaitan/ kecocokan mengenai konsep *content marketing* dan *engagement* yang dilakukan oleh Gspace di Instagram.

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

Penelitian berjudul “Strategi *Content Marketing* Gspace dalam membangun *Engagement*” ini merupakan penelitian kualitatif. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011, p. 33) penelitian kualitatif yaitu penelitian dilakukan sesuai kondisi objek secara alami, instrumen kunci, pengumpulan

data secara gabungan, hasil dari data bersifat deskriptif, data analisis secara induktif, serta penelitian lebih menekankan pada makna dibandingkan generalisasi.

Menurut Sugiyono (2012, p. 15) penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang berlandaskan dari filsafat *post-positivisme*, yang digunakan dalam meneliti suatu kondisi objek secara alamiah, peneliti merupakan instrumen kunci, hasil dari penelitian kualitatif menekankan pada makna dibandingkan generalisasi. Tujuan dari penelitian kualitatif yaitu untuk menjelaskan suatu fenomena secara mendalam dengan cara mengumpulkan suatu data yang lengkap dan mendalam. Semakin mendalam suatu data yang didapat dan semakin teliti maka kualitas dari penelitian tersebut semakin baik.

Penelitian ini menguraikan data dan menafsirkan data dari situasi yang terjadi dan pandangan serta sikap di dalam masyarakat, hubungan antara kedua variabel yang timbul. Pada penelitian ini, sifat dari penelitian digolongkan dalam penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif ini ditujukan untuk mengeksplorasi atau mengklarifikasi gejala, fenomena, atau kenyataan sosial yang ada serta untuk mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkaitan dengan masalah dan unit yang diteliti (Samsu, 2017, p. 65). Penelitian ini mencoba menganalisis dan mendeskripsikan strategi *content marketing* Gspace dalam membangun *engagement* di Instagram.

### **3.3 Metode Penelitian**

Penelitian kualitatif dapat diibaratkan sebagai suatu berita penyelidik dalam mencari sebab akibat serta faktor lainnya. Terdapat metode-metode yang dapat peneliti gunakan dalam mendapatkan data primer. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Menurut Yin (2018, p. 12) studi kasus merupakan metode empiris dengan meneliti secara mendalam mengenai fenomena kontemporer atau kasus, terutama pada saat batasan konteks dan fenomena tidak begitu jelas.

Menurut Yin (2018, p. 101) terdapat enam sumber data pada metode penelitian yang menggunakan studi kasus yaitu pengamatan langsung, arsip rekaman, dokumen, partisipan, observasi dan wawancara. Terdapat tiga tipe penelitian menurut Yin (2018, p. 7) dalam metode penelitian studi kasus memiliki tiga penelitian yaitu eksplanatoris, deskripsif, dan eksploratoris.

### **3.4 Informan dan Partisipan**

Metode dalam pemilihan informan penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2012, p. 54) *purposive sampling* merupakan teknik dalam pengambilan suatu sampel dari sumber data dengan berbagai pertimbangan, pertimbangan ini seperti, orang yang paling mengetahui mengenai hal yang akan dibahas atau orang tersebut merupakan penguasa sehingga dapat memudahkan peneliti dalam menjelajahi suatu objek atau situasi yang diteliti. Menurut Kriyantono (2020, p. 317) teknik *purposive sampling* ini merupakan orang yang telah diseleksi serta dipilih karena sesuai dengan kriteria tujuan riset penelitian, begitupun sebaliknya apabila orang tersebut tidak sesuai

dengan kriteria maka tidak dapat dijadikan sampel. Kekuatan *purposive sampling* yaitu pemilihan informan serta partisipan yang kaya akan informasi sehingga dapat mendapatkan informasi lebih dalam. Terdapat kriteria dalam melakukan pemilihan informan dan partisipan pada penelitian ini, pemilihan informan ini diambil berdasarkan *followers* yang telah mem-*follow* akun sosial media Instagram @Gspace.id selama lima sampai enam bulan dan merupakan komunitas *game* dari Gspace. Pemilihan partisipan dilakukan berdasarkan informasi yang ingin didapatkan mengenai *content marketing* dan *engagement* antara perusahaan Gspace dan followers serta komunitasnya dengan mengacu kepada 8 langkah *content marketing*, sehingga partisipan yang dipilih yaitu *Chief Executive Officer (CEO)*, *Marketing Manager*, dan *Community Builder*.

Menurut Yin (2018, pp. 342-343), ada perbedaan antara informan dan partisipan. Informan merupakan orang yang memberikan data informasi kritis atau interpretasi terhadap satu kasus, sedangkan partisipan merupakan orang yang dapat memberikan data langsung atau data studi dan dapat memberikan informasi langsung yang berkaitan dengan data atau informasi. Menurut Kriyantono (2020, p. 324) informan harus memiliki kemampuan dalam menyampaikan suatu persepsi dan opini pada fenomena yang ingin diteliti karena memiliki pengalaman mengenai hal tersebut.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan dua data yang telah digunakan berdasarkan topik dari penelitian, yaitu data primer dan juga data sekunder. Data primer adalah data yang didapat secara langsung dari sumbernya yakni objek dari

penelitian perorangan, kelompok, ataupun organisasi. Data sekunder merupakan data yang didapat dari observasi dan studi pustaka.

### **3.5.1 Data Primer**

Berdasarkan dari sumber data, dapat disimpulkan bahwa data primer adalah data yang didapat secara langsung yaitu sumber data objek dari penelitian baik secara perorangan, kelompok, ataupun organisasi. Menurut Sarwono (2012, p. 37) data primer merupakan suatu data yang didapat dari sumber asli atau pertama, yang disebut sebagai narasumber. Metode yang digunakan pada penelitian untuk mendapatkan suatu data primer yaitu dengan menggunakan wawancara yang mendalam. Menurut Ardianto (2016, p. 178) wawancara yang mendalam merupakan teknik pengumpulan data dengan bertatap muka secara langsung dengan informan penelitian agar mendapat data yang mendalam dan terperinci. Kunci dari wawancara kualitatif yang utama yaitu keakraban serta keintiman hubungan dari periset hingga subjek yang di riset.

### **3.5.2 Data Sekunder**

Menurut Sarwono (2012, p. 32) data sekunder merupakan data yang sudah melalui proses dari pihak tertentu, sampai data tersebut sudah tersedia sebelumnya saat dibutuhkan. Menurut Sarwono (2012, p. 33) data sekunder pada umumnya dimanfaatkan sebagai data pendukung primer, karena itu terkadang bukan hanya memanfaatkan data sekunder sebagai suatu sumber data satu-satunya dalam menyelesaikan masalah penelitian.

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan beberapa informasi melalui studi kepustakaan yang digunakan sebagai tambahan agar mampu melengkapi data primer yang ada. Studi kepustakaan dapat dilakukan dengan membaca referensi tambahan, yaitu buku, catatan pribadi, hingga hasil penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini.

### **3.6 Keabsahan Data**

Teknik yang digunakan dalam menguji keabsahan suatu data pada penelitian ini yaitu validitas konstruk yang terdapat teknik triangulasi data didalamnya, dengan memeriksa silang konsistensi serta membandingkan data yang ada pada waktu yang berbeda. Menurut Yin (2018, p. 41) terdapat tiga teknik untuk meningkatkan suatu validitas konstruk, yaitu dilakukan dengan membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara, melihat konsistensi yang dikatakan objek, membandingkan dari perspektif dan sudut pandang berbeda, yang terakhir dengan cara membandingkan data serta dokumen yang terkait dengan hasil wawancara. Teknik kedua mengumpulkan berbagai rangkaian bukti, yang terakhir yaitu dengan peninjauan ulang dari hasil studi kasus informan kunci. Terdapat empat teknik triangulasi yang mempunyai kemiripan pernyataan diatas yaitu menurut Patton tahun 2015 dalam Yin (2018, p. 172):

a. Triangulasi Sumber (*Data Triangulation*)

Teknik yang dilakukan saat pengecekan dan pemeriksaan kredibilitas suatu data yang didapat narasumber.

b. Triangulasi Metode (*Methodological Triangulation*)

Dalam melakukan triangulasi metode terdapat 2 cara. Pertama, memeriksa derajat kepercayaan dari hasil penelitian, kedua melakukan pemeriksaan derajat kepercayaan dari sumber data.

c. Triangulasi Penyidik (*Investigator Triangulation*)

Triangulasi penyidik digunakan dalam melakukan pemeriksaan kembali pada derajat kepercayaan data, tujuannya agar mengurangi penyimpangan ketika pengumpulan data.

d. Triangulasi Teori (*Investigator Triangulation*)

Teknik triangulasi teori dilakukan dengan memeriksa data yang telah didapat dari narasumber dalam teori dan konsep, untuk membantu mengidentifikasi serta menganalisis pesan.

Berkaitan pada penelitian ini, keabsahan data menggunakan triangulasi teori dengan pemeriksaan suatu data atau dokumen yang tertulis serta konsistensi informasi sudut pandang narasumber, misalnya memeriksa data yang telah didapat melalui hasil dari wawancara narasumber kemudian membandingkan dan menganalisis dari konsep.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data pada penelitian kualitatif merupakan suatu proses dalam mencari dan menyusun data dengan sistematis yang didapat melalui proses, wawancara, catatan dari lapangan, serta dokumentasi (Sugiyono, 2018, p. 244). Analisis data merupakan proses dalam mengatur urutan pada data, mengorganisasikan dalam pola, kategori, serta satuan uraian dasar. Ia pun

membedakan berdasarkan penafsiran, yaitu dengan memberikan arti yang signifikan pada analisis, pola uraian yang dijelaskan, dan mencari adanya hubungan antara dimensi uraian (Ardianto, 2016, p. 217). Terdapat lima jenis bentuk analisis data dalam penelitian menurut Robert K. Yin, sebagai berikut:

a. *Pattern Matching / Perjodohan Pola*

Teknik ini melakukan perjodohan serta pencocokan pola, membandingkan atau mencocokkan suatu pola yang berbasis empiris didapat dari studi kasus prediksi yang telah dibuat sebelum pengumpulan data. Apabila terdapat persamaan dari kedua pola, maka hasil tersebut dapat menguatkan validitas. Studi kasus penelitian ini yaitu deskriptif, sehingga teknik dari perjodohan ini dengan mencari relevansi serta membandingkan antara prediksi awal sebelum mengumpulkan data pada hal yang terjadi sebenarnya oleh objek penelitian (Yin, 2018, p. 227).

b. *Explanation Building*

Teknik ini digunakan dalam menganalisis data yaitu memberikan penjelasan mengenai studi kasus terkait dengan menggunakan pertanyaan yang kasual seperti “*how*” dan “*why*” untuk menganalisis data dari studi kasus yang membangun penjelasan kasus (Yin, 2018, p. 228).

c. *Time- Series Analysis*

Menganalisis kronologi sesuai dengan urutan waktu, sehingga memudahkan dalam menarik sebuah konklusi. Konklusi studi kasus semakin kokoh apabila polanya semakin presisi (Yin, 2018, p. 231)

d. *Logic Models*

Teknik yang digunakan menggunakan model logika, yaitu dengan mengoperasionalkan dan menetapkan kejadian atau peristiwa kompleks pada periode waktu yang cukup lama, berusaha dalam menunjukkan kegiatan yang berlangsung. Peristiwa akan ditampilkan menggunakan sebab-akibat, dengan menggunakan evaluasi dari studi kasus (Yin, 2018, p. 236).

e. *Cross Case Synthesis*

Teknik ini diaplikasikan dalam *multiple-case studies*, teknik ini menekankan analisis yang berbasis kasus dibandingkan berbasis variabel. Tujuan dari penerapan teknik ini yaitu mempertahankan integritas dan membandingkan dari seluruh kasus.

Penelitian yang berjudul “Strategi *Content Marketing* dalam Membangun *Engagement*” ini, menggunakan analisis data yaitu *pattern matching* sebagai acuan analisis serta pembahasan pada data. Teknik analisis data ini digunakan dalam membandingkan prediksi awal sebelum pengumpulan data dengan hal sebenarnya yang terjadi oleh objek penelitian.