

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Mengutip Patton (2015, p. 153), paradigma dapat didefinisikan sebagai pandangan penyelidikan atau penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melihat kenyataan atau realita, memahami dan mempelajari fenomena, serta cara-cara yang memiliki fungsi dalam penelitian untuk memaknai temuan yang didapat. Menurut Guba, Lincoln, dan Lyham terdapat lima model paradigma yaitu *positivist*, *postpositivist*, teori kritis, konstruktivisme, dan *participatory-postmodern* yang menggabungkan ontologis, epistemologis, dan asumsi metodologis (Denzin dan Lincoln, 2018, p. 31).

Menurut Denzin & Lincoln (2018, p. 215-218), ditinjau dari asumsi-asumsi, *post-positivistic* merupakan paradigma yang menyertakan dimensi:

1. Ontologi (Asumsi realisme kritis)

Realitas 'nyata' yang hanya dapat dipahami secara tidak sempurna dan probabilistik atau dapat memiliki kemungkinan. Realitas hanya dapat dipahami secara tidak sempurna; mempunyai sifat kurang-lebih sehingga tujuan pertanyaan peneliti adalah sebagai prediksi dan kontrol.

1. Epistemologi (Asumsi hubungan modifikasi dualis/objektivis)

Asumsi ini menjelaskan terdapat hubungan modifikasi dualis/objektivis yang menjadi tradisi kritis atau dengan kata lain terdapat relasi peneliti dengan objek yang diteliti. Peneliti perlu melibatkan tradisi kritis dalam menyumbangkan pemikiran dan asumsinya sehingga tetap dapat diasumsikan objektif.

2. Metodologi (Asumsi tentang cara penelitian atau eksperimen)

Metodologi penelitian memiliki sifat manipulatif sehingga harus menggunakan sumber dan jenis data, teori, konsep, dan metodologi yang beragam.

Penelitian ini menggunakan paradigma *postpositivist*. Menurut Yin (2016, p. 22) menjelaskan paradigma *postpositivist* memandang dunia dengan menerima kondisi yang lebih probabilistik (memiliki kemungkinan) daripada prinsip ‘seperti hukum’ – dari positivis asli, hal ini berarti menoleransi tingkat ketidakpastian sebagai pengganti absolut. Dengan kata lain, *postpositivist* merupakan versi yang lebih ‘lembut’ yang mengakui lebih banyak kondisi kemungkinan dan mentolerir tingkat ketidakpastian sebagai gantinya dari pandangan absolut (Yin, 2016, p. 338).

Peneliti ingin mendapatkan, memahami, dan melihat bagaimana penjelasan strategi *online event* dalam membangun *brand experience* di era normal baru khususnya pada *online event* PLAYFEST 2020 yang terbentuk. Hal ini memiliki daya tarik yang unik bagi peneliti karena ingin mencari tahu bagaimana strategi *online event* PLAYFEST 2020 sebagai probabilistik (memiliki kemungkinan) yang berkaitan dalam membangun *brand experience*.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Robert K. Yin, melakukan penelitian kualitatif berarti memahami bahwa penelitian ini mengejar tiga tujuan penting yaitu transparansi, metodologi, dan kepatuhan pada bukti. Pandangan dunia sebagai kekuatan pendorong untuk mendefinisikan dan melakukan penelitian (Yin, 2016, p. 3). Saat ini, penelitian kualitatif telah menjadi bentuk penelitian utama di banyak bidang akademis dan profesional yang berbeda. Maka dari itu, penelitian kualitatif juga didefinisikan sebagai penelitian yang melibatkan sebagian besar mempelajari makna kehidupan individu, seperti yang dialami dalam kondisi dunia nyata. Individu-individu akan tampil dalam peran sehari-hari mereka atau akan diekspresikan diri mereka sendiri – sepenuhnya *independent* dari penyelidikan penelitian apapun (Yin, 2016, p. 9).

Dalam Alya Guskar (2019), penelitian kualitatif adalah pendekatan yang mengandalkan analisis secara mendalam atau dengan kata lain mencoba mencari tahu terhadap suatu gejala sampai akar-akarnya (Setiawan, *et al.*, 2017, p. 120). Menurut Moleong (2018, p. 3) dalam Teresa (2019), penelitian kualitatif dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dari individu ataupun perilaku yang diteliti. Ditinjau dari unsur yang akan diteliti yaitu ingin memahami secara mendalam suatu fenomena juga dekat dengan definisi penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif pada dasarnya bermaksud untuk dapat memahami fenomena-fenomena tentang apa dan bagaimana subjek penelitian mengalami suatu fenomena, yang kemudian secara holistik dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Hal ini dilakukan pada bagian khusus alamiah serta dengan memanfaatkan metode-metode ilmiah lainnya.

Seperti yang sudah disebutkan di atas, bahwa penelitian kualitatif deskriptif memiliki analisis terhadap suatu fenomena secara sistematis dan mendalam, penelitian ini juga ingin mencoba mendeskripsikan serta menjelaskan secara mendalam realitas yang kompleks mengenai strategi *online event* dalam membangun *brand experience* di era normal baru, khususnya pada *online event* PLAYFEST 2020. Oleh karena itu, peneliti ingin mencoba menggali pengalaman yang ditawarkan dalam mendefinisikan dan menginterpretasikan suatu peristiwa *online event*, terlebih di saat situasi tak lagi sama karena adanya pandemi COVID-19.

3.3 Metode Penelitian

Secara terstruktur dalam sebuah penelitian diperlukan metode yang dapat mengidentifikasi dan menyajikan studi dengan baik (Creswell & Poth, 2018, p. 106). Tak hanya itu, sebuah penelitian dengan metode yang tepat juga menawarkan sesuatu yang dapat membantu peninjau dapat menilai penelitiannya dengan tepat; serta bagi peneliti pemula – mereka dapat memiliki struktur tulisan yang mudah dipahami hingga menawarkan

beberapa cara menata gagasan yang dapat didasarkan pada literatur ilmiah penelitian kualitatif (Creswell & Poth, 2018, p. 106).

Peneliti menggunakan metode studi kasus. Secara sederhana, studi kasus menurut Creswell & Poth (2018, p. 155) adalah identifikasi kasus tertentu yang akan dideskripsikan dan dianalisis. Kasus yang dimaksud dapat diartikan sebagai entitas konkret, seperti individu, kelompok kecil, organisasi, atau kemitraan, proses pengambilan keputusan, atau peristiwa. Umumnya, studi kasus mempelajari kasus-kasus kehidupan nyata saat ini yang sedang berlangsung sehingga mereka dapat mengumpulkan informasi yang akurat dan tidak tersesat oleh waktu (Creswell & Poth, 2018, p. 155).

Yin (2018, p. 46) menjelaskan, studi kasus adalah metode empiris untuk menyelidiki fenomena kontemporer ‘kasus’ secara mendalam dan dalam konteks dunia nyata, terutama saat batas antara fenomena dan konteks mungkin tidak jelas. Seorang peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan metode studi kasus di antaranya karena mereka ingin memahami kasus dunia nyata dan menganggap bahwa pemahaman seperti itu mungkin melibatkan kondisi kontekstual penting yang berkaitan dengan dirinya (Yin, 2018, p. 46).

Terdapat tiga variasi dari sudut pandang metode studi kasus menurut Yin (2018, p. 304), yaitu *exploratory case study*, *descriptive case study*, dan *explanatory case study*. Dalam penelitian ini, menggunakan *explanatory case study* karena ingin secara detail menjelaskan bagaimana atau mengapa suatu kondisi muncul dan terjadi (bagaimana atau mengapa beberapa peristiwa terjadi atau tidak terjadi (Yin, 2018, p. 351). Oleh karena itu, peneliti berupaya untuk mencari sebuah pemahaman mendalam pada objek yang diteliti, mengenai bagaimana strategi *online event* PLAYFEST 2020 dalam membangun *brand experience* di era normal baru serta mengapa hal tersebut (*online event*) dapat diminati pada era normal baru.

3.4 Partisipan dan Informan Penelitian

Menurut David Silverman dalam bukunya *Qualitative Research* edisi keempat (2016, p. 69) *key informant* dapat didefinisikan sebagai mereka yang memiliki peran kunci yang sah di lapangan saat dilakukannya penelitian. Mereka memiliki hubungan dengan ruang lingkup penelitian dan diundang untuk dilihat karakter aktif yang muncul dari hubungan lingkup penelitian, sebagaimana mereka mengungkapkannya. Sedangkan, menurut Moleong (2018, p. 123), *key informant* dapat didefinisikan sebagai sumber informasi kunci yang diartikan orang yang dapat memberikan informasi utama mengenai objek penelitian serta informasi-informasi utama yang dibutuhkan oleh peneliti.

Menurut Creswell & Poth (2018, p. 223-224) dengan metode studi kasus, peneliti dianjurkan memilih 'kasus' yang tidak biasa dan menggunakan variasi sebagai strategi pemilihan partisipan atau pengambilan sampel untuk mewakili kasus yang beragam dan sepenuhnya menggambarkan berbagai perspektif tentang kasus tersebut. Konsep *purposive sampling* digunakan dalam penelitian kualitatif yang akan disusun oleh peneliti. Hal ini berarti penanya (*interviewer*) memilih individu dan yang terkait untuk studi karena mereka dapat dengan mudah menginformasikan pemahaman tentang masalah penelitian dan fenomena sentral dalam penelitian yang akan dilakukan.

Berdasarkan dari penjelasan di atas dan sesuai dengan topik permasalahan yang akan diteliti, maka partisipan dan informan kunci yang dipilih dalam penelitian ini adalah mereka yang dianggap mampu memberikan data-data yang sesuai:

1. Susangga, *Head of Brand Communication* Narasi.

Mewakili media Narasi yang menyelenggarakan PLAYFEST 2020 sebagai *Head of Brand Communication* Narasi, Susangga dipilih karena profesional yang ahli dibidang komunikasi *brand* di *event* PLAYFEST 2020. Pemilihan *Head of Brand Communication* Narasi juga dipercaya mampu memberikan pemahaman dan makna yang tepat untuk

melengkapi data dibagian *online event* dalam membangun *brand experience*.

2. Budi Purnomo, *Head of Event and Activation* Narasi.

Head of Event and Activation Narasi dipilih karena mumpuni dan tepat sebagai pembuat konsep dan implementasinya di bidang *online event* PLAYFEST 2020. Tak hanya itu, pemilihan Budi Purnomo sebagai partisipan juga dipercaya dapat memberikan data-data seputar berbagai konsep, tema, bentuk *online event* yang banyak disukai audiens media baru, melalui *online event*, sehingga data dari sudut pandang *conceptor* hingga *implementor online event* dapat divalidasi dalam kelengkapan data nantinya.

3. Girez Arvianto, sebagai *Key Informant* (Informan Kunci) – Profesional Spesialisasi *Event Marketing* Harian Kompas.

Sebagai praktisi *event marketing* di industri media, Girez Arvianto dipilih karena tepat dengan situasi beralihnya *event offline* menjadi *online*. Hal ini juga diperkuat dengan bagaimana pengalamannya di ilmu komunikasi dan *background*-nya yang sebagai praktisi *event marketing* di industri media. Girez Arvianto yang juga ada dilingkup industri media komunikasi *brand* juga terdampak dengan bagaimana perubahan kebiasaan audiens media baru di era normal baru, sehingga tepat untuk menjawab bagaimana kemudian *online event* dalam membangun *experience* di era normal baru.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Secara sederhana data merupakan aspek integral dari proses penelitian, yang memiliki informasi terkumpul secara sistematis (Mills, 2019, p. 51). Patton (2015, p. 55) menjelaskan, dalam penelitian kualitatif data yang dikumpulkan dapat berupa kutipan dari orang-orang, yang sudah terverifikasi, dan atau merenungkan makna atas yang mereka lakukan.

Berdasarkan berbagai sumber yang dipercaya (Ruslan, 2014, p. 213), teknik pengumpulan data merupakan proses yang digunakan dalam mengumpulkan fakta-fakta lapangan atau informasi. Dalam Teresa (2019),

yang mengutip Sugiyono (2015, p. 225), dalam penelitian kualitatif teknik pengumpulan data yang banyak dilakukan meliputi wawancara mendalam, observasi, studi dokumentasi, dan gabungan atau triangulasi.

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara:

1. *In-depth interview*

Wawancara menghasilkan kutipan langsung dari individu tentang pengalaman, pendapat, perasaan, dan pengetahuan mereka (Patton, 2015, p. 55). Melalui wawancara secara mendalam, peneliti ingin mendapatkan jawaban terkait definisi, nilai, dan kebijakan. Melalui wawancara secara mendalam peneliti akan mendapatkan banyak ketelitian ketika pertanyaan penelitian menyangkut pada mengapa sesuatu dilakukan dengan cara tertentu atau bagaimana fenomena muncul (Stacks, 2017, p. 195).

2. Observasi

Data hasil observasi terdiri dari detail deskripsi aktivitas orang, perilaku, tindakan, dan berbagai interaksi interpersonal dan proses organisasi yang merupakan bagian dari pengalaman manusia yang dapat diamati (Patton, 2015, p. 55). Observasi juga dapat didefinisikan sebagai metode pengumpulan data yang digunakan peneliti ketika 'memasuki' dirinya ke dalam pengaturan penelitian untuk mengamati secara sistematis mengenai acara, bertindak sebagai peserta mulai dari pengamat murni hingga utama berpartisipasi (Stacks, 2017, p. 214).

3. Dokumentasi

Secara umum penelitian kualitatif dapat mencakup kutipan, atau seluruh bagian dari organisasi, klinis, atau catatan program; memorandum dan korespondensi; postingan media sosial; publikasi dan laporan resmi; buku harian pribadi; dan tanggapan tertulis terbuka untuk kuesioner dan survei (Patton, 2015, p. 55).

3.6 Keabsahan Data

Keabsahan data dapat digunakan untuk menguji hasil data agar dapat dipercaya dan benar validasinya dalam proses penelitian. Dalam Christiana Jaya (2019), uji keabsahan data menurut Ardianto (2011, p. 194), dapat didefinisikan sebagai proses pengujian kebenaran yang objektif selalu berlawanan dengan subjektif. Adanya validitas data yang tepat mendorong berbagai kesempatan menggunakan sumber bukti saat melakukan penelitian studi kasus (Yin, 2018, p. 170). Menurut Yin (2018, p. 171-172) studi kasus yang menggunakan berbagai sumber bukti dinilai lebih tinggi, dalam istilah kualitas keseluruhannya. Dalam validitas studi kasus, terdapat *construct validity*, *internal validity*, *external validity*, dan *reliability* (Yin, 2018, p. 78). Oleh karena itu dalam penelitian ini merujuk pada Yin (2018, p. 78) dengan menggunakan keabsahan data:

1. *Construct Validity*

Peneliti akan menggunakan dua langkah yaitu menggunakan beberapa sumber bukti saat pengumpulan data dengan mencocokkan antara data yang didapat dari wawancara dan dokumentasi. Kemudian, mengonfirmasikan data kepada informan kunci Girez Arvianto yang merupakan praktisi *Event Marketing* Harian Kompas (Kompas Gramedia Group).

2. *Internal Validity*

Peneliti akan menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif, di mana kondisi-kondisi tertentu dipercaya dapat mengarahkan pada kondisi-kondisi lain dan menghindari hubungan yang tak berkaitan. Peneliti akan menjelaskan bagaimana dan mengapa peristiwa '*Online Event*' dalam membangun '*Brand Experience*'. Dalam hal ini peneliti menggunakan *pattern matching* (Yin, 2018, p. 80).

3. *External Validity*

Peneliti menggunakan teori dan konsep yang telah dipaparkan pada BAB II, dengan identifikasi teori dan konsep sesuai atau proporsisi teoretis

sebagaimana dapat memenuhi tujuan studi. Studi kasus dalam penelitian ini menggunakan tipe 1 yaitu *single-case designs* (Yin, 2018, p. 81).

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam Yin (2018, p. 224), untuk analisis studi kasus, salah satu teknik yang paling diinginkan adalah menggunakan *pattern matching*. Pencocokan pola logika yang demikian secara empiris membandingkan pola tersebut berdasarkan temuan dari studi kasus peneliti (pola Trochim, 1989) dalam Yin (2018, p. 224) – dengan memprediksikan satu (atau dengan beberapa prediksi alternatif) yang dibuat sebelum mengumpulkan data. Dalam studi kasus *explanatory*, polanya terkait dengan ‘bagaimana’ dan ‘mengapa’ (misalnya mengenai bagaimana dan mengapa suatu organisasi beroperasi seperti itu, dan bagaimana dan mengapa operasi telah mengarah ke hasil tertentu).

Dalam situasi penelitian ini hasil penjadohan pola dapat berupa dua kemungkinan:

1. *Literal replication*, hasil penelitian sesuai atau memiliki kemiripan dengan pola yang digunakan.
2. *Theoretical replication*, hasil penelitian berbeda secara kontras dengan pola yang digunakan.

Pattern matching dipilih peneliti dalam teknik analisis data yang akan membantu peneliti dalam melihat apakah hasil penelitian sesuai dengan teori atau tidak dan melakukan pencocokan pola data-data hasil temuan dengan konsep utama mengenai ‘bagaimana’ dan ‘mengapa’ – terutama dalam penelitian ini bagaimana strategi *online event* dalam membangun *brand experience* di era normal baru.