

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah cara berpikir tentang pandangan dunia dan memahami kompleksitas dunia nyata. Dengan demikian, paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi penganut dan praktisi. Paradigma memberi tahu kita apa yang penting, sah, dan masuk akal. Paradigma juga normatif, memberitahu praktisi apa yang harus dilakukan tanpa perlunya pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang (Patton, 2015, p. 153).

Sementara itu, paradigma *postpositivist* menjadi paradigma pada penelitian ini. Dikutip dari Yin (2016, p. 22) *postpositivist* adalah pandangan dunia dengan menerima kondisi yang lebih probabilistik daripada prinsip "seperti hukum" dari positivis asli, dengan kata lain menoleransi tingkat ketidakpastian sebagai pengganti pandangan yang absolut.

Penelitian ini ingin memperoleh penjelasan strategi IMC akademi *esports* dalam membangun *brand awareness* khususnya pada Akademi Esports Indonesia. Dengan demikian peneliti memiliki rasa semangat karena ingin mencari tahu bagaimana strategi IMC Akademi Esports Indonesia sebagai probabilistik atau memiliki kemungkinan yang berkaitan dalam membangun *brand awareness*.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Tidak seperti metode ilmu sosial lainnya, hampir setiap kejadian di dunia ini dapat menjadi topik studi kualitatif. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dikutip dari Yin (2016, p. 3) Melakukan penelitian kualitatif ditandai dengan mengejar tiga tujuan penting: transparansi, metodologi, dan kepatuhan terhadap bukti. Peneliti juga dapat membawa sistem kepercayaan atau pandangan peneliti sendiri sebagai kekuatan motivasi untuk mendefinisikan dan melakukan penelitian. Penelitian kualitatif sebagian besar menginterpretasikan makna kehidupan orang-orang, seperti yang dialami dalam kondisi dunia (Yin, 2016, p. 9).

Menurut Patton (2015, p. 76) penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Deskripsi dan kutipan adalah data dari penelitian kualitatif. Deskripsi dimaksudkan untuk membawa pembaca ke dalam latar penelitian. Data tidak termasuk penilaian tentang apakah yang terjadi itu baik atau buruk, pantas atau tidak pantas, atau penilaian interpretatif lainnya. Selain itu menurut Bogdan dan Biklen dalam Sugiyono (2013, p. 13) karakteristik penelitian kualitatif adalah bersifat deskriptif, kata-kata atau gambar merupakan data yang terkumpul dari penelitian kualitatif, sehingga tidak ada terfokus pada angka.

Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa penelitian kualitatif deskriptif menganalisa suatu fenomena yang terjadi di dunia dengan menguraikan dan merumuskannya. Penelitian ini juga ingin mencoba mendeskripsikan serta menjelaskan secara mendalam realitas yang kompleks mengenai strategi IMC akademi *esports* dalam membangun *brand awareness* khususnya pada Akademi Esports Indonesia. Karenanya peneliti ingin mencari tahu, mendefinisikan, dan menginterpretasikan strategi IMC suatu akademi *esports* di Indonesia.

3.3 Metode Penelitian

Menurut Craswell & Poth dalam sebuah penelitian, dibutuhkan suatu metode yang dapat mengidentifikasi dan menyajikan studi dengan baik (Creswell & Poth, 2018, p. 106). Selain itu metode juga dapat menawarkan sebagai tipe khusus sehingga peninjau dapat menilainya dengan benar; dan, bagi peneliti pemula, mereka dapat mengambil manfaat dari mengikuti struktur penulisan yang dapat dipahami, serta menawarkan beberapa cara untuk menata gagasan yang dapat didasarkan pada literatur ilmiah penelitian kualitatif (Creswell & Poth, 2018, p. 106)

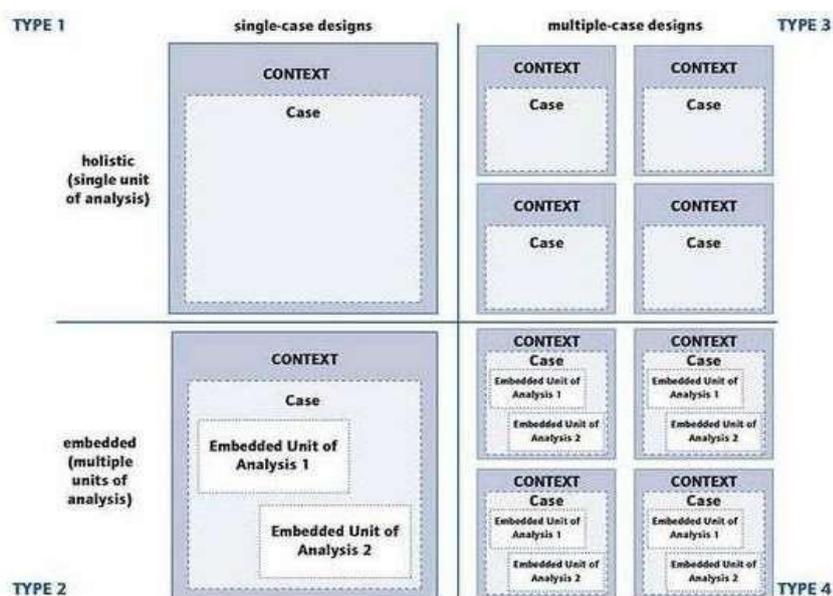
Metode dari penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Creswell & Poth (2018, p. 155) studi kasus dimulai dengan identifikasi kasus tertentu yang nantinya dideskripsikan dan dianalisis. Kasus yang dimaksud adalah entitas konkret, seperti individu, komunitas, proses pengambilan keputusan, atau peristiwa. Biasanya studi kasus mempelajari kasus kehidupan nyata saat ini yang sedang berlangsung

sehingga mereka dapat mengumpulkan informasi yang akurat tidak hilang oleh waktu.

Lebih lanjut Yin (2018, p. 45) menjelaskan studi kasus adalah metode empiris yang menyelidiki fenomena kontemporer ("kasus") secara mendalam dan dalam konteks dunia nyata, terutama batas antara fenomena dan konteks mungkin tidak jelas. Dapat dikatakan seorang peneliti melakukan studi kasus karena ingin memahami kasus dunia nyata dan berasumsi bahwa pemahaman semacam itu kemungkinan besar melibatkan kondisi kontekstual penting yang berkaitan dengan kasus.

Menurut Yin (2018, p. 83) di dalam sebuah penelitian, kita bisa melakukan studi kasus baru tanpa desain formal. Namun, jika meninjau desain dari penelitian studi kasus yang potensial dapat membuat studi kasus kita lebih kuat dan, mungkin, lebih mudah dilakukan. Yin (2018, p. 83) menjelaskan terdapat empat jenis desain berdasarkan matriks 2×2 .

Gambar 3.1 Jenis-jenis Desain Studi Kasus



Sumber: Yin, Case Study Research and Applications, 2018

Matriks di atas menunjukkan bahwa setiap jenis desain akan mencakup keinginan untuk menganalisis kondisi kontekstual dalam kaitannya dengan "kasus",

dengan garis putus-putus antara keduanya menandakan kemungkinan abu-abu antara kasus dan konteksnya. Kemudian matriks tersebut juga menunjukkan bahwa *single-case* dan *multiple-case* mencerminkan situasi desain yang berbeda, dan dalam dua varian ini juga dapat terjadi kesatuan atau multi unit analisis. Empat jenis desain yang dihasilkan untuk studi kasus adalah (Tipe 1) *single-case design* (holistik), (Tipe 2) *single-case design* (tertanam), (Tipe 3) *multiple-case designs* (holistik), dan (Tipe 4) *multiple-case designs* (tertanam) (Yin, 2018, p. 84). Dalam penelitian ini menggunakan *single-case design* (holistik) karena fokus penelitiannya hanya satu unit yaitu Akademi Esports Indonesia (AEGIS).

3.4 Partisipan dan Informan Penelitian

Menurut Silverman (2016, p. 64) saat dilakukannya penelitian di lapangan, orang yang memiliki peran kunci yang sah disebut sebagai *key informant*. Ada hubungannya dengan penelitian serta diundang untuk dilihat karakter aktif yang muncul dari hubungan lingkup penelitian, sebagaimana mereka mengungkapkannya.

Informan yang dipilih oleh peneliti adalah informan yang relevan dengan penelitian agar dapat memberikan gambaran dan penjelasan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah seorang yang memiliki *background marketing* serta berpartisipasi dari awal pembentukan Akademi Esports Indonesia, dan murid atau orang yang pernah belajar di Akademi Esports Indonesia. Dalam hal ini partisipan merupakan pusat informasi yang sangat penting dan juga objek utama dalam penelitian. Dengan melakukan wawancara dengan partisipan, peneliti berusaha mendapatkan informasi berupa strategi IMC yang digunakan Akademi Esports Indonesia dalam membangun *brand awareness*-nya.

Dari penjelasan di atas, informan kunci dan partisipan yang dipilih dalam penelitian ini adalah mereka yang dianggap relevan dalam penelitian ini di antara lain:

1. Aufa Bassam, CEO AEGIS

Mulai dari mantan pemain profesional di kancah *esports* Indonesia, hingga lulusan Coventry University, Inggris jurusan International Relationship. Aufa Bassam membangun *internet café* di Surabaya serta membangun pelatihan *esports* hingga menjadi suatu produk dengan *brand* AEGIS (Akademi Esports Indonesia) yang dapat dinikmati oleh pasar *esports* Indonesia. Aufa Bassam juga suka dan sering membaca buku dan jurnal-jurnal *marketing*.

2. Irsyad Ryan, Pelatih AEGIS divisi Mobile Legend

Merupakan salah satu pelatih divisi Mobile Legends yang sudah 1 tahun melatih di AEGIS. Irsyad sudah melatih banyak murid, khususnya melatih tim *esports* divisi *mobile legends*. Irsyad merupakan orang yang sering bertermu dan berinteraksi pada jajaran AEGIS dan timnya di Surabaya.

3. Budiyanto, Murid AEGIS divisi Dota 2

Merupakan salah satu murid dengan *rank* tertinggi di AEGIS. Mengetahui Akademi Esports Indonesia selama 2 tahun, pernah menjalani beberapa *coaching clinic* AEGIS. Budiyanto mulai memainkan game *Dota 2* dari tahun 2012. Pencapaian dari Budiyanto sebagai pemain *semi-pro* adalah juara 2 Indonesia Esports League, juara 2 Bilibi University Esports Championship selama 3 tahun terakhir ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang terbentuk merupakan aspek integral dari proses penelitian yang memiliki informasi terukur dan sistematis (Mills, 2019, p. 51). Penelitian kualitatif menggambarkan dan menafsirkan sesuatu yang diteliti. Data adalah kutipan, cerita, observasi, dan dokumen (Patton, 2015, p. 55).

Menurut Sugiyono (2013, p. 137) ada 3 cara dalam teknik pengumpulan data; yang pertama wawancara/*interview*, yang kedua angket/kuisisioner, yang ketiga pengamatan/*observation*, dan yang terakhir adalah gabungan ketiganya.

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara:

1. *In-depth interview*

Pertanyaan dan penyelidikan terbuka menghasilkan tanggapan mendalam tentang pengalaman, persepsi, pendapat, perasaan, dan pengetahuan orang. Data terdiri dari kutipan kata demi kata dengan konteks yang cukup untuk ditafsirkan (Patton, 2015, p. 55).

2. Observasi

Deskripsi kerja lapangan tentang kegiatan, perilaku, tindakan, percakapan, interaksi interpersonal, proses organisasi atau komunitas, atau aspek lain dari pengalaman manusia yang dapat diamati didokumentasikan. Data terdiri dari catatan lapangan: kaya, deskripsi rinci, termasuk konteks di mana pengamatan dibuat (Patton, 2015, p. 55).

3. Dokumentasi

Materi tertulis dan dokumen dari catatan organisasi, klinis, atau program; posting media sosial dari semua jenis; memorandum dan korespondensi; publikasi dan laporan resmi; buku harian pribadi, surat, karya artistik, foto, dan memorabilia; dan tanggapan tertulis untuk survei terbuka dikumpulkan. Data terdiri dari kutipan dari dokumen yang diambil dengan cara yang mencatat dan mempertahankan konteks (Patton, 2015, p. 56).

3.6 Keabsahan Data

Bila sumber data digunakan dengan benar, dapat membantu membangun validitas konstruksi dan realibilitas bukti (Yin, 2018, p. 170). Dalam melakukan penelitian studi kasus, kekuatan utama untuk meningkatkan kualitas penelitian ada di sumber bukti yang bermacam-macam (Yin, 2018, p. 171).

Menurut Yin (2018, p. 78) terdapat terdapat empat jenis validitas studi kasus; *construct validity*, *internal validity*, *external validity*, dan *reliability*. Karenanya, merujuk pada buku Yin (2018, p. 78) dengan judul *Case Study Research and Applications*, penelitian ini menggunakan *internal validity* dan *external Validity*, secara sederhana *external validity* adalah menunjukkan apakah dan bagaimana temuan studi kasus dapat digeneralisasi. Identifikasi konsep yang

telah peneliti paparkan di BAB II dengan proporsisi teoretis atau sesuai sebagaimana dapat memenuhi tujuan studi. Studi kasus dalam penelitian ini menggunakan tipe 1 yaitu *single-case designs* (holistik).

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Yin (2018, p. 224) untuk analisis studi kasus, salah satu teknik yang paling diinginkan adalah *pattern matching*. Pola (Trochim, 1989) dalam Yin (2018, p. 224) mencocokkan pola logika seperti itu secara empiris membandingkan pola tersebut berdasarkan temuan dari studi kasus peneliti. Berfokus pada proses dan hasil dalam studi kasus tertentu berfungsi sebagai salah satu cara untuk awalnya melemparkan "bagaimana" dan "mengapa" untuk menjadi pola-cocok. Sebagai contoh spesifik, bagaimana dan mengapa suatu perusahaan bergerak seperti itu, serta bagaimana dan mengapa gerakan tersebut telah mengarah ke hasil tertentu.

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

1. *Literal replication*

Memilih dua (atau lebih) kasus dalam studi multi-kasus karena kasus-kasus tersebut diprediksi akan menghasilkan temuan yang sama.

2. *Theoretical replication*

Memilih dua (atau lebih) kasus dalam studi multi-kasus karena kasus-kasusnya diperkirakan memiliki temuan yang tidak sama, tetapi untuk alasan yang dapat diantisipasi.

Peneliti memilih *pattern matching* dalam teknik analisis data yang akan membantu peneliti melihat apakah hasil dari penelitian sesuai atau tidak dengan teori. Lalu pencocokan pola data hasil temuan dengan 'bagaimana' dan 'menapa' terutama dalam penelitian ini bagaimana strategi IMC Akademi Esports Indonesia dalam membangun *brand awareness*.