

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Manzilati, SE., ME (2017, p. 1) paradigma merupakan sejumlah proposisi yang menjelaskan bagaimana dunia dihayati (*perceived*); mengandung pandangan mengenai dunia/*world view*, suatu cara untuk memecah-mecah kompleksitas dunia nyata, menjelaskan apa yang penting, apa yang memiliki legitimasi, dan apa yang masuk akal. Menurut Creswell (2014, p. 31) menjelaskan bahwa *post-positivisme* memiliki ciri reduksionistis, logis, empiris, determinis dan berorientasi pada sebab dan akibat. Para *postpositivis* juga meyakini bahwa segala sebab yang terjadi terhubung secara logis dan suatu probabilitas yang mungkin terjadi dan mungkin saja tidak terjadi menggunakan beragam level analisis untuk menguji ketetapan dan ketelitian.

Penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivisme* karena ingin memahami strategi *online sales promotion* yang digunakan oleh Ecohome Indonesia dalam kegiatan *giveaway* dalam membangun *brand awareness* melalui media sosial Instagram dan Tiktok. Selain itu, menggunakan beberapa metode dan analisis yang bertujuan untuk memverifikasi penelitian ini.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena akan menganalisis strategi yang dilakukan oleh Ecohome Indonesia melalui konten tentang *giveaway*, *demo* masak, dan penjelasan produk dalam membangun *brand awareness* di Tiktok dan Instagram.

Menurut Anggito & Setiawan (2018, p. 8) penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi di mana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambil sampel sumber data, dilakukan secara *purposive* dan *snowbaal*, Teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari

pada generalisasi. Penelitian kualitatif digunakan pada saat kita membutuhkan pemahaman yang lengkap mengenai adanya suatu permasalahan atau isu yang perlu dieksplorasi agar dapat mempelajari suatu kelompok atau populasi dan mengidentifikasi variabel secara *detail* dan lengkap.

Sedangkan, menurut Ardianto (2011, p. 60) metode deskriptif pada kualitatif adalah metode yang memfokuskan pada observasi yang dilakukan secara alamiah atau *natural setting* seperti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati dan mendeskripsikan fakta atau objek tertentu secara akurat. Dalam penelitian kualitatif ini, berusaha menganalisis lebih dalam, mendeskripsikan pemaparan strategi yang dilakukan oleh Ecohome Indonesia dalam membangun *brand awareness* melalui konten-konten yang menunjukkan kegiatan *giveaway*, *demo* masak, dan keunggulan produk di media sosial Instagram dan Tiktok yang hanya dapat dijelaskan melalui pemaparan atau penjabaran secara sistematis, faktual dan juga akurat.

Terdapat empat asumsi yang digunakan sebagai pemandu setiap penelitian kualitatif (Creswell, 2014), antara lain:

1. Asumsi Ontologis yang berkaitan dengan watak dan realitas yang dapat dilihat melalui sudut pandang dan pengalaman yang berbeda-beda.
2. Asumsi Epistemologis yang di mana peneliti berusaha untuk lebih dekat dengan partisipan melalui studi lapangan seperti turut serta dalam hidup dan bekerja memahami apa yang dikatakan dan dirasakan oleh partisipan.
3. Asumsi Aksiologis yang berkaitan dengan nilai-nilai yang didapat dari mereka yang “memosisikan diri” mereka dalam studi. Hal tersebut merepresentasikan penafsiran atas subjek penelitiannya.
4. Asumsi Metodologis dipengaruhi dengan pengalaman dan logika peneliti dalam mengumpulkan dan menganalisis data studi sehingga terkadang pertanyaan riset harus berubah, dikarenakan peneliti ingin merefleksikan berbagai jenis pertanyaan yang lebih dalam dari suatu permasalahan.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Menurut Fitrah & Luthfiah (2017, p. 37) studi kasus adalah eksplorasi mendalam dari sistem terikat berdasarkan pengumpulan data yang luas. Studi kasus melibatkan investigasi kasus, yang dapat didefinisikan sebagai suatu entitas atau objek yang dibatasi, atau terpisah untuk penelitian dalam hal waktu, tempat, atau batas-batas fisik. Lalu, menurut Creswell (2014, p. 135) studi kasus merupakan pendekatan yang di mana peneliti mencari dan memahami suatu kasus secara mendalam dan mengeksplorasikannya pada kehidupan nyata. Pengumpulan setiap data dapat melalui wawancara, pengamatan, dokumen hingga audiovisual untuk menyempurnakan penelitian.

Selain itu, penelitian ini juga memiliki fokus untuk mengidentifikasi dan menelaah secara mendalam pemahaman mengenai kasus yang akan diteliti dengan didukung oleh teknik pengumpulan data, seperti wawancara mendalam dan data yang akurat. Penelitian ini menelaah secara mendalam dengan teknik pengumpulan data, seperti wawancara mendalam agar mendapatkan hasil yang akurat.

3.4 Informan dan Partisipan

Berdasarkan judul yang digunakan dalam penelitian ini dengan subjek yang diteliti, penelitian ini difokuskan pada Strategi Ecohome Indonesia dalam Membangun *Brand Awareness* di Tiktok dan Instagram. Sehingga, dibutuhkan informasi mendalam untuk mengetahui strategi pembangunan *brand awareness* Ecohome secara lengkap dan mendalam.

Pemilihan informan ini disesuaikan dengan teknik *purposive sampling* yang biasa digunakan pada penelitian kualitatif untuk memilih individual atau tempat yang memiliki informasi yang lengkap mengenai suatu permasalahan riset dan dapat memberikan pemahaman secara spesifik (Creswell, 2014). Adapun kriteria dalam pemilihan informan, yaitu:

1. Mengurus dan memikirkan dalam pembuatan strategi untuk konten media sosial Tiktok dan Instagram Ecohome
2. Bertanggung jawab dalam segala kegiatan yang dilakukan di Tiktok dan Instagram Ecohome

3. Mengunggah strategi yang sudah jadi, lalu dibuatkan konten di Tiktok dan Instagram Ecohome
4. Mengatur *caption* maupun jam publikasi dari konten
5. Mengawasi hal yang terjadi pada konten yang di upload, seperti membalas komen *audiens*
6. Mengevaluasi dari hasil konten yang sudah diunggah.

Maka dari itu, pemilihan informan dalam penelitian ini yaitu pihak yang terlibat langsung dalam penyusunan strategi Ecohome dan mengetahui informasi mendalam mengenai Ecohome. Pihak yang tepat untuk dijadikan sebagai informan utama dan pendukung, yaitu:

1. Ihsan Nugraha selaku Penanggung Jawab Instagram Ecohome Indonesia, sebagai informan utama.

Pak Ihsan bertanggung jawab dalam hal-hal yang berkaitan dengan perencanaan dalam pembuat konten di Instagram, memikirkan strategi konten yang akan diunggah, mengunggah konten yang di Instagram, mengatur jam untuk publikasi konten, membuat *caption* pada setiap konten yang diunggah, mengawasi dan mengevaluasi yang terjadi di Instagram Ecohome

2. Dhika Sosrodimulyo selaku Penanggung Jawab Tiktok Ecohome Indonesia, sebagai informan kedua.

Melakukan *brainstorming* untuk konten yang akan diunggah ke Tiktok, melakukan pengunggahan konten untuk Tiktok Ecohome, mengatur jam untuk publikasi konten, mengatur *caption* pada konten yang diunggah, mengawasi kegiatan yang terjadi dalam setiap konten, dan mengevaluasi hasil dari konten yang diunggah melalui Tiktok Ecohome.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Menurut Creswell (2012, p. 218) wawancara dalam riset kualitatif terjadi Ketika peneliti memberi pertanyaan kepada satu atau lebih orang, mencatat jawaban mereka, mentranskripsikan dan mengetik data untuk di analisis. Keuntungan dari penggunaan teknik wawancara adalah peneliti mendapatkan informasi secara rinci tanpa

langsung mengamati di lapangan dan hanya perlu mengajukan pertanyaan secara spesifik untuk memperoleh informasi yang lengkap.

Maka dari itu, dalam Hermawan (2019, p. 76), dijelaskan terdapat tiga bentuk pertanyaan wawancara yang dapat disusun dan dijadikan pedoman, yaitu wawancara terstruktur, tak terstruktur, dan campuran.

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini membutuhkan data yang sesuai dan dibutuhkan untuk mendapatkan jawaban dari penelitian yang berjudul Strategi Ecohome Indonesia dalam Membangun *Brand Awareness* di Tiktok dan Instagram. Sehingga, teknik pengumpulan data yang akan digunakan yaitu wawancara mendalam secara informal dan terstruktur dan menggunakan pedoman pertanyaan yang telah disusun sebagai sumber utama pertanyaan agar lebih sesuai dengan topik yang akan digali lebih dalam.

Penelitian ini berfokus untuk melakukan wawancara mendalam kepada informan utama dan informan kedua yang sudah ditentukan untuk memperoleh data secara rinci dan lengkap mengenai strategi Ecohome Indonesia dalam membangun *brand awareness* di Tiktok dan Instagram.

3.5.2 Data Sekunder

Selain menggunakan data primer yang berupa teknik wawancara, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang terdiri dari data-data pendukung yang akurat dan valid baik dari transkrip wawancara, penelusuran *online* hingga buku-buku dan lainnya terkait topik penelitian. Hasil data-data yang didapat akan digunakan untuk mendukung fakta-fakta yang ada sehingga dapat dianalisis dengan baik.

3.6 Tingkat Keabsahan Data

Penelitian ini menguji keabsahan data dengan menggunakan triangulasi data yang digunakan untuk menguji dan membuktikan suatu informasi yang telah diperoleh untuk meningkatkan validitas. Menurut Sahide (2019, p. 10) prinsip triangulasi adalah prinsip menguji keabsahan data dengan klarifikasi data melalui penggunaan saluran pengambilan data yang berbeda sampai data yang diambil telah jenuh, sehingga dapat diambil data yang absah dan valid.

Sedangkan menurut Sugiyono (2015, p. 373) dalam penelitian kualitatif terdapat tiga macam triangulasi yang dapat digunakan dari berbagai sumber cara dan juga waktu menguji keabsahan dan kredibilitas, antara lain:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dapat digunakan untuk menguji keabsahan suatu data yang diperoleh dari beberapa informan. Informasi yang diperoleh tidak dapat dinilai secara sama rata karena akan ada perbedaan yang akan dianalisis, dideskripsikan dan dikategorikan untuk mendapatkan satu pandangan yang sama atau berbeda secara spesifik. Kemudian data yang diolah akan menghasilkan kesimpulan yang akan disepakati dengan tiga data tersebut

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik biasanya digunakan untuk menguji keabsahan suatu data dari sumber yang sama dan teknik yang berbeda. Misalkan data telah diperoleh dari teknik wawancara, lalu dibandingkan dengan teknik observasi, maka data yang dihasilkan akan berbeda. Oleh karena itu, perlu melakukan diskusi dan konfirmasi untuk mengetahui mana yang valid dan tidak.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu cukup mempengaruhi hasil data yang diperoleh dari informan karena waktu dapat membuat informan memberikan informasi yang valid dan kurang valid sesuai dengan situasi saat itu. Apabila data yang diperoleh berbeda, maka perlu untuk diuji secara berulang kali untuk mendapatkan hasil yang lebih benar dan kredibel.

Dalam penelitian kualitatif ini, triangulasi sumber sangat dibutuhkan untuk menguji keabsahan data dengan memperoleh data dari berbagai sumber yang nantinya akan diringkas dan dicek kembali untuk meningkatkan kepercayaan informasi yang telah diperoleh dalam penelitian ini.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Suwendra (2018, p. 144) analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan sebelum ke lapangan, selama di lapangan, dan setelah pengumpulan data selesai. Lalu, menurut Sugiyono (2015, pp. 338-345) dalam melakukan analisis data kualitatif diperlukan proses-proses yang dilakukan antara lain:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan dan penyederhanaan yang nantinya akan disimpulkan agar hasil data yang diperoleh dapat terstruktur dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data lainnya.

2. Penyajian Data

Pada proses ini, data yang telah didapat akan disimpulkan dan disusun per kategori untuk mempermudah dalam menganalisis dan menyajikan data. Selain itu, data juga dapat disajikan dalam bentuk grafik, tabel, dan sebagainya agar data yang tersusun secara rapi sehingga memudahkan peneliti untuk memahami hasil data yang diperoleh

3. Penarikan Kesimpulan

Pada proses ini, data yang telah diolah akan disimpulkan dan diverifikasi oleh peneliti dalam Bahasa yang deskriptif dan bersifat interpretative yang juga dapat membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan penelitian dan menemukan inti permasalahan atau gambaran objek secara jelas.