

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan sesuatu yang pertama kali harus dapat dipahami oleh periset ketika sebelum menentukan sebuah teknik atau metode riset yang dapat digunakan pada penelitiannya (Daymon & Holloway, 2011, p. 99). Paradigma pada penelitian ini adalah paradigma *postpositivisme*.

Menurut (Creswell & Creswell, 2018, p. 44) *Postpositivisme* memegang filosofi deterministik di mana penyebab menentukan efek atau hasil. Dengan demikian, masalah yang dipelajari oleh *postpositivisme* mencerminkan kebutuhan untuk mengidentifikasi dan menilai penyebab yang mempengaruhi hasil, seperti yang ditemukan dalam eksperimen.

Penelitian ini menggunakan paradigma *postpositivisme* dengan pendekatan kualitatif, tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh kesimpulan dari suatu hasil penelitian berdasarkan dari data yang relevan agar dapat terlihat keterkaitan atau kecocokan mengenai konsep *social media marketing* dan *customer engagement* yang dilakukan Garuda Indonesia cargo di Instagram.

MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (Sugiyono, 2013, p. 8).

Menurut Sugiyono (2013, p. 13) penelitian kualitatif memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Dilakukan pada kondisi yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen), langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci.
2. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka.
3. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk atau *outcome*.
4. Penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif.
5. Penelitian kualitatif lebih menekankan makna (data dibalik yang teramati).

Penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif (*descriptive research*), sering juga disebut dengan penelitian taksonomik (*taksonomic research*). Dikatakan demikian karena penelitian ini dimaksudkan untuk mengeksplorasi atau mengklarifikasi suatu gejala, fenomena atau kenyataan sosial yang

ada. Penelitian deskriptif berusaha untuk mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Penelitian deskriptif tidak mempersoalkan hubungan antar variabel yang ada, karena penelitian deskriptif tidak maksudkan untuk menarik generasi yang menyebabkan suatu gejala, fenomena atau kenyataan sosial terjadi demikian (Samsu, 2017, p. 65).

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan metode empiris dengan meneliti secara mendalam mengenai fenomena kontemporer atau kasus, terutama pada saat batasan konteks dan fenomena tidak begitu jelas (Yin, 2014, p. 12). Menurut Samsu (2017, p. 65), penelitian studi kasus (*case study*) merupakan penelitian yang komprehensif yang meliputi aspek fisik dan psikologis individu/seseorang, dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman secara mendalam terhadap kasus yang diteliti.

Dalam bukunya, Yin (2014, p. 101) terdapat enam sumber data pada metode penelitian yang menggunakan studi kasus yaitu pengamatan langsung, arsip rekaman, dokumen, partisipan, observasi dan wawancara.

Metode studi kasus digunakan oleh peneliti karena ingin menganalisis secara mendalam bagaimana strategi *social media marketing* Garuda Indonesia cargo dalam meningkatkan *customer engagement* melalui Instagram.

3.4 Key Informan dan Informan

Dalam penelitian ini informan ditentukan dengan pertimbangan *jobdesc* dan divisi informan yang berkaitan dengan topik penelitian yaitu divisi yang terlibat langsung dalam strategi *Social Media Marketing* dan orang yang berpengalaman dibidang terkait media sosial.

Informan yang memenuhi kriteria diperlukan untuk memberikan gambaran yang relevan dengan kebutuhan penelitian. Kriteria wajib dalam pencarian ini adalah seseorang yang mengetahui strategi digital marketing Garuda Indonesia Cargo. Dalam posisi ini, informan menjadi pusat informasi yang sangat penting dan sekaligus menjadi objek penelitian utama. Melalui wawancara dengan partisipan, peneliti mencoba mencari informasi berupa strategi yang digunakan Garuda Indonesia Cargo di media sosialnya. Berikut adalah daftar narasumber yang akan di wawancara untuk dijadikan bahan dalam melakukan proses penelitian ini yang dianggap sudah memiliki kesesuaian dengan kriteria yang telah dijelaskan sebelumnya.

1. Key Informan

Nama: Musfiratun

Jabatan: *Manager cargo marketing communication*

Garuda Indonesia, bertanggung jawab atas pengawasan dan perkembangan dari semua strategi pemasaran dan komunikasi dari Garuda Indonesia Cargo. Oleh karena itu Musfiratun cocok untuk menjadi key informan karena *jobdesk*-nya yang mengawasi dan mengembangkan strategi dan *goals* dalam pemasaran Garuda Indonesia Cargo.

2. Informan ahli Nama:

Geofakta Razali

Jabatan: praktisi komunikasi, *marketing & PR MEDIA specialist, public speaker, lecturer*. Geofakta Razali dipilih menjadi informan ahli karena pengalamannya di bidang komunikasi, Geofakta juga sudah tersertifikasi di bidang *digital marketing*, oleh karena itu peneliti memilih Geofakta sebagai informan ahli.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013, p. 137) ada 3 cara dalam melakukan teknik pengumpulan data yang pertama melakukan wawancara/interview, yang kedua angket/kuisisioner, yang ketiga pengamatan/observation, dan yang terakhir adalah gabungan ketiganya. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. *In-depth interview*: Pertanyaan menghasilkan sebuah tanggapan mendalam dari narasumber tentang bagaimana suatu pengalaman, peristiwa, dan kejadian saat itu. Data tersebut terdiri atas kutipan kata demi kata dengan konteks yang cukup untuk ditafsirkan (Patton, 2015, p. 55).
2. Observasi: Mendeskripsikan kerja lapangan tentang kegiatan, perilaku, tindakan, percakapan, interaksi interpersonal, proses organisasi atau komunitas, atau aspek lain dari pengalaman manusia yang dapat di amati dan di dokumentasikan. Data terdiri dari

catatan lapangan (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 tanggapan tertulis. Data terdiri dari kutipan dari dokumen yang diambil dengan cara yang mencatat dan mempertahankan konteks (Patton, 2015, p. 56).

Peneliti memilih teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam atau *in-depth interview*. Peneliti ingin mencari tahu bagaimana strategi yang dilakukan oleh Garuda Indonesia Cargo dalam menjalankan strategi *social media marketing* dalam meningkatkan *customer engagement* melalui akun Instagram Garuda Indonesia Cargo (@garuda.cargo).

3.6 Keabsahan Data

Menurut (Yin, 2014, p. 93) terdapat empat jenis penilaian keabsahan dalam penelitian studi kasus dengan sifat penelitian deskriptif, sebagai berikut:

1. *Construct validity*: mengidentifikasi langkah-langkah operasional yang benar untuk konsep yang dipelajari.
2. *Internal validity*: berusaha untuk membangun hubungan sebab akibat, di mana kondisi tertentu diyakini mengarah ke kondisi lain, yang dibedakan dari hubungan palsu.

3. *External validity*: mendefinisikan domain di mana temuan studi dapat digeneralisasikan.

4. *Reliability*: menunjukkan bahwa operasi studi seperti prosedur pengumpulan data dapat diulang, dengan hasil yang sama.

Penilaian *construct validity* yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari pengumpulan dan penggabungan data dari berbagai sumber dan pembuatan laporan studi kasus.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2013, p. 243) dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan yang terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Analisis bukti (data) atau pengujian, pengkategorian, pentabulasian, atau pengombinasian kembali bukti-bukti untuk menunjuk proposisi awal suatu penelitian (Yin, 2014, p. 133). Menurut (Schreier, 2012) analisis konten adalah metode untuk menggambarkan secara sistematis makna materi kualitatif. Hal ini dilakukan dengan mengklasifikasikan materi sebagai contoh dari kategori bingkai pengkodean. George V. Tito dalam (Pratama, Illahi, Pratama, Anggraini, & Ari, 2021) Analisis isi dapat didefinisikan sebagai metode penelitian yang penelitiannya mencermati isi pesan manifest tertulis, terucap, atau terpublikasikan secara sistematis. Menurut (Arafat, 2018) analisis isi dapat digunakan pada tiga jenis penelitian komunikasi, yaitu:

- Penelitian yang bersifat deskriptif
- Penelitian tentang penyebab pesan hasil dari pengaruh dua pesan oleh dua sumber pada variable perilaku yang kemudian bisa memunculkan motif, sikap dan nilai pada source B
- Penelitian yang ingin mengetahui suatu efek pesan dari sumber A ke penerima B

Oleh karena itu dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah *content analysis*, karena sifat dari penelitian ini adalah deskriptif.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA