

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Creswell (2014, p. 5) melihat paradigma sebagai sebagai orientasi folosofi umum mengenai dunia, serta sifat penelitian yang dibawa ke dalam penelitian. Paradigma muncul berdasarkan orientasi disiplin, kecenderungan penasihat/mentor siswa, dan pengalaman penelitian masa lalu. Creswell mengatakan terdapat empat jenis paradigma yaitu post-positivisme, konstruktivisme, transformatif, dan pragmatisme (Creswell, 2014, p. 6).

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme. Menurut Creswell (2014, p. 6) post-positivisme memegang filosofi deterministik penyebab kemungkinan dapat menentukan efek atau hasil. Maka dari itu, masalah yang dipelajari oleh post-positivisme dapat mencerminkan kebutuhan guna melakukan identifikasi, serta memberi nilai terkait penyebab yang mempengaruhi hasil, seperti yang ditemukan dalam eksperimen. Di dalam metode ilmiah, pendekatan penelitian yang diterima oleh post-positivisme adalah dimulai dengan sebuah teori, mengumpulkan data yang mendukung atau menyangkal teori tersebut, dan kemudian membuat revisi yang diperlukan dan melakukan tes tambahan.

#### 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Menurut Creswell (2014, p. 5) penelitian dibagi menjadi tiga jenis yaitu kualitatif, kuantitatif, dan kombinasi. Penelitian ini masuk ke dalam jenis penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif, data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Proses penelitian untuk memahami yang didasarkan pada tradisi penelitian untuk memahami yang didasarkan pada tradisi penelitian dengan metode yang khas meneliti masalah manusia atau masyarakat. Pembangunan gambaran yang kompleks dan holistik, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam *setting* alamiah (Creswell, 2016).

Penelitian deskriptif merupakan suatu bentuk penelitian data yang dikumpulkan berdasarkan serangkaian kata dan gambar. Penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau mendeskripsikan fenomena yang ada, baik yang bersifat alamiah maupun ergonomis. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menciptakan gambaran yang sistematis, berdasarkan fakta dan akurat tentang fakta dan karakteristik suatu kelompok atau wilayah tertentu. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi ElshéSkin dalam melakukan kampanye *#ImPerfectBeauty* di media sosial Instagram @elsheskin.

### **3.3 Metode Penelitian**

Menurut Creswell (2014, p. 71) jenis metode penelitian kualitatif yaitu penelitian naratif, fenomenologi, grounded theory, etnografi, studi kasus. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian kualitatif deskriptif ini menggunakan pendekatan studi kasus (*case study*). Penelitian ini berfokus pada objek tertentu yang sedang dipelajari sebagai contoh. Metode studi kasus memungkinkan untuk tetap holistik dan bermakna. Secara umum, studi kasus itu sendiri merupakan strategi yang baik untuk digunakan dalam sebuah pertanyaan yang menanyakan pertanyaan utama tentang bagaimana atau mengapa.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus guna untuk mengetahui atau menemukan jawaban bagaimana strategi komunikasi ElshéSkin dalam melakukan kampanye *#ImPerfectBeauty* di media sosial Instagram @elsheskin. Penelitian ini membutuhkan wawancara yang detail karena bertujuan untuk memberikan informasi yang lebih dalam dan detail.

### **3.4 Key Informan dan Informan (Studi Kasus)**

Berdasarkan judul penelitian ini yang mencakup topik yang diteliti, penelitian ini akan berfokus pada strategi komunikasi ElshéSkin dalam melakukan kampanye *#ImPerfectBeauty* di media sosial Instagram @elsheskin. Oleh karena itu, penelitian ini memerlukan pengumpulan data dan informasi melalui wawancara dengan informan terkait agar diperoleh informasi yang lebih detail, detail dan lengkap mengenai strategi komunikasi ElshéSkin dalam melakukan kampanye

*#ImPerfectBeauty* di media sosial Instagram @elsheskin. Informan akan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Rompas (2013), teknik pengambilan sampel yang baik berarti mengekstraksi data dari seorang informan menurut kriteria tertentu.

Untuk mendapatkan data yang tepat, maka harus mampu mengidentifikasi informan yang mampu dan merespon kebutuhan data yang diperlukan dalam penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi ElshéSkin dalam melakukan kampanye *#ImPerfectBeauty* di media sosial Instagram @elsheskin. Oleh karena itu, untuk memperoleh data tersebut diperlukan subjek yang memenuhi parameter yang dapat mengungkapkan hal tersebut di atas. Parameternya antara lain:

- 1) Mengetahui kebijakan kegiatan komunikasi yang dilakukan ElshéSkin dalam melakukan kampanye *#ImPerfectBeauty* di media sosial Instagram @elsheskin.
- 2) Terlibat langsung sebagai penanggung jawab kegiatan kampanye *#ImPerfectBeauty* di media sosial Instagram @elsheskin.
- 3) Ikut terlibat berkoordinasi, merancang, dan menganalisis kampanye *#ImPerfectBeauty* di media sosial Instagram @elsheskin.

Beberapa kriteria informan yang harus sesuai, yaitu mereka yang terlibat dan berkontribusi serta terjun langsung ke dalam perencanaan kampanye hingga rangkaian kampanye *#ImPerfectBeauty* di media sosial Instagram @elsheskin, seperti tim penggagas maupun inisiator gerakan tersebut. Individu-individu tersebut juga bekerja di perusahaan ElshéSkin. Partisipan dan informan yang dipilih dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.1 Key Informan dan Informan

Jenis Informan	Nama	Jabatan	Alasan
	Bagus	Head of Creative	Pihak yang bertugas dan bertanggung jawab dalam

			menyusun konsep hingga eksekusi sebuah kampanye.
<i>Key Informan</i>	Emirah Salma	Social Media Specialist	Pihak yang bertugas dan bertanggung jawab dalam media sosial, pembuatan strategi konten, memaksimalkan penggunaan media sosial ElshéSkin. Berperan dalam pembuatan kampanye dan merealisasikannya melalui media sosial ElshéSkin.
	Rahmawati Brilianita Sari	Social Media Strategist	Pihak yang bertugas dan bertanggung jawab dalam mengatur strategi, menganalisis data, pembuatan konten, dan mengelola kampanye.
	Indira Gerdiani	Senior KOL Executive  Assistant PR & Marcomm Manager	Pihak yang bertugas dan bertanggung jawab dalam membangun hubungan baik dengan media, KOL, dan pihak ketiga untuk bekerja sama dalam kampanye.
<i>Informan</i>	Elke Alexandrina	Dosen Marketing Communication di LSPR.	

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan berbagai teknik, antara lain wawancara, dan dokumentasi. Kedua teknik tersebut digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang saling mendukung dan melengkapi mengenai strategi komunikasi ElshéSkin dalam melakukan kampanye #ImPerfectBeauty di media sosial Instagram @elsheskin. Data primer sendiri didapatkan dari hasil wawancara dengan empat narasumber dari pihak ElshéSkin, sedangkan data sekunder diperoleh dari wawancara dengan narasumber ahli dan data pendukung dari sumber-sumber jurnal, website, dan dokumentasi strategi komunikasi ElshéSkin dalam melakukan kampanye #ImPerfectBeauty di media sosial Instagram @elsheskin.

#### 3.5.1 Wawancara

Wawancara adalah percakapan tatap muka antara dua pihak dengan tujuan tertentu. Metode wawancara sama dengan *interview*, dan secara sederhana dapat diartikan sebagai dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari yang diwawancarai. Sebagai informasi kunci (*key informan*) adalah Head of Creative ElshéSkin dan Social Media Division ElshéSkin. Jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara rinci dengan tujuan sebagai berikut:

- 1) Membangun dan merekonstruksi peristiwa, aktivitas, emosi, motivasi, dll, tergantung pada fokus penelitian Anda.
- 2) Melakukan trigulasi adalah tinjauan, pendalaman, dan perluasan informasi dari satu subjek studi ke subjek studi lainnya, atau dari orang yang sama hingga titik jenuh.

#### 3.5.2 Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode penggalian data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, angka tertulis, dan foto dalam bentuk laporan dan informasi yang berguna untuk penelitian. Dokumentasi baik yang bersifat foto ataupun video yang di dalamnya membahas mengenai strategi komunikasi ElshéSkin dalam melakukan kampanye #ImPerfectBeauty di media sosial Instagram @elsheskin.

### 3.6 Keabsahan Data

Robert K. Yin (2014) berpendapat bahwa adanya beberapa elemen yang biasanya digunakan dalam penelitian studi kasus guna untuk menguji penilaian keabsahan data, antara lain:

1. *Construct Validity*

Identifikasi prosedur operasional sesuai dengan konsep yang telah dipelajari. Identifikasi yang dilakukan terkait dan sesuai dengan tujuan awal penelitian yang dilakukan dan/atau penelitian yang dikutip.

2. *External Validity*

Penelitian ini mencoba menunjukkan generalisasi hasil penelitian dengan meringkas pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan hasil umum.

3. *Internal Validity*

Menguji kredibilitas data penelitian dari sumber yang tepat. Aspek ini berkaitan dengan hubungan kausal ketika satu kondisi dianggap menyebabkan yang lain, sehingga penelitian ini mencoba menjelaskan hubungan antara keduanya.

4. *Reliability*

Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk memastikan bahwa investigasi dapat diulang dan diinterpretasikan dengan hasil yang sama untuk meminimalkan kesalahan dan bias investigasi.

*Internal Validity* yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari pengumpulan dan penggabungan data dari berbagai sumber dan pembuatan laporan studi kasus yang diperoleh melalui wawancara.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Yin (2014) terdapat 3 jenis teknik yang dapat digunakan dalam menganalisis data, antara lain:

### 1. Penjodohan Pola

Teknik analisis studi kasus yang membandingkan atau menyusun pola berdasarkan data yang dikumpulkan. Selama pola deskriptif prediktif didefinisikan sebelum pengumpulan data, studi kasus tentang sifat deskriptif menggunakan teknik pencocokan pola adalah tepat.

### 2. Eksplanasi Data

Langkah selanjutnya adalah menganalisis data studi kasus dengan memberikan deskripsi kasus yang relevan. Bentuk ini umumnya dikaitkan dengan studi kasus deskriptif, karena tujuannya bukan untuk menyelesaikan studi, tetapi untuk mengembangkan ide-ide yang dapat digunakan untuk studi lebih lanjut. Dalam penelitian ini, *sample matchmaking* dilakukan agar data yang diterima lebih spesifik dan tertutup.

### 3. Analisis Deret Waktu

Teknik analisis deret waktu digunakan untuk memberikan informasi deret waktu yang akurat dengan menyortir peristiwa atau kejadian.

Dari ketiga uraian teknik analisis data di atas, penelitian ini menggunakan teknik analisis data pencocokan pola. Hal ini dikarenakan data yang dihasilkan melalui wawancara dibandingkan dengan konsep yang digunakan.

U M M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A