

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme yang merupakan perbaikan dari paradigma positivisme, dengan unsur reduksi data berdasarkan logika, empiris, dan menelaah sebab-akibat secara mendalam (Creswell, 2014, p. 40). Analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori (Nurdin & Hartati, 2019, p. 41).

Menurut Murdiyanto (2020, p. 8), paradigma post-positivisme berpendapat bahwa manusia tidak mungkin mendapatkan kebenaran absolut dari sebuah realitas apabila terdapat jarak antara peneliti dengan realitas atau tidak terlibat langsung dengan realitas tersebut. Maka, hubungan peneliti dengan realitas harus bersifat interaktif yang menggunakan prinsip triangulasi, yaitu menggunakan metode yang berbeda-beda, sumber data, data dan lainnya.

Terdapat asumsi-asumsi dasar yang menjadi inti paradigma post-positivisme menurut Phillips dan Burbules (Creswell, 2014, p. 40), yaitu:

1. Pengetahuan bersifat terkaan atau tidak berlandaskan apapun. Artinya, kita tidak akan pernah menemukan kebenaran absolut melalui penelitian. Bukti yang ada dalam penelitian tidak akan pernah sempurna.
2. Penelitian merupakan proses pembuatan klaim yang kemudian diolah lebih lanjut untuk menghasilkan klaim yang kuat.
3. Penelitian dibentuk berdasarkan data, bukti, serta pertimbangan yang logis. Maka, peneliti harus mengumpulkan informasi melalui partisipan ataupun observasi yang dilakukan.
4. Peneliti mampu menjawab hubungan sebab-akibat dari suatu permasalahan yang diangkat.
5. Penelitian harus bersifat objektif atau tidak mengandung unsur *bias*.

Menurut Creswell (2014, p. 49) paradigma post-positivisme dapat diinterpretasi berdasarkan tiga sudut pandang, yaitu:

1. Ontologis (sifat dari realitas) terdapat realitas tunggal di luar diri manusia, dan terdapat kemungkinan sebuah realitas tidak bisa dipahami karena dikitnya hal yang mutlak (absolut).
4. Epistemologi (bagaimana realitas dikenali) menjelaskan bahwa realitas hanya bisa diperkirakan yang dibangun dengan melewati proses statistik dan riset.
5. Aksiologi (peran nilai-nilai) menjelaskan bahwa yang perlu dikendalikan adalah bias-bias yang ada dan tidak diekspresikan dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme karena paradigma post-positivisme tidak mengakui adanya kedudukan teori yang membatasi ruang eksplorasi peneliti. Pada penelitian ini, peneliti ingin melakukan eksplorasi dalam meneliti dan menelaah pemanfaatan *Content Marketing* Qollega di Instagram dalam mewujudkan *Human-Centric Brand* yang dipandu oleh teori, tetapi tidak berpaku hanya pada teori yang sudah ada melalui informasi dari sumber terpercaya.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Untuk membahas penelitian pemanfaatan, *content marketing* Qollega di Instagram dalam mewujudkan *human-centric brand*, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (dalam Mudiyanto, 2020, p. 19), pendekatan kualitatif merupakan proses penelitian yang berlandaskan metodologi untuk memahami suatu fenomena sosial dan masalah manusia.

Penelitian kualitatif mengutamakan kualitas kedalaman data sebagai sumber informasi dibandingkan seberapa banyaknya populasi/sampling yang digunakan sebagai sumber data (Kriyantono, 2014, p. 56). Penelitian kualitatif bertujuan untuk membuat deskripsi yang sistematis, faktual, serta akurat terhadap objek penelitian dengan terlebih dahulu mempunyai kerangka konseptual yang jelas (p. 64). Maka dari itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena dapat mengkaji objek penelitian secara lebih mendalam berdasarkan kerangka konseptual yang sudah dituangkan peneliti, dan tidak ada hambatan untuk melakukan eksplorasi kerangka konseptual.

3.3 Metode Penelitian

Menurut Creswell (2014, p. 13-14), terdapat lima metode penelitian kualitatif, yaitu riset naratif, fenomenologi, *grounded theory*, etnografi, dan studi kasus. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Studi kasus merupakan studi dengan karakteristik melakukan eksplorasi terhadap suatu masalah dengan batasan terperinci, pengambilan data secara mendalam, serta menyertakan berbagai sumber informasi (Murdiyanto (2020, p. 32).

Menurut Yin (2015, p. 34), metode penelitian studi kasus cocok untuk digunakan apabila berfungsi untuk membuktikan teori atau konsep yang dibangun, terikat periode tertentu, menelaah kehidupan sehari-hari, mengobservasi fenomena tertentu, dan penelitian dapat dilakukan lebih dari satu kali.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus karena berusaha untuk meneliti suatu fenomena, yaitu kegiatan pemasaran konten Qollega untuk mewujudkan *human-centric brand* yang didasari oleh kerangka konseptual, serta memanfaatkan berbagai sumber melalui wawancara dan dokumentasi untuk mengumpulkan data.

3.4 Informan dan Partisipan

Menurut Yin (2014, p. 342-343), informan merupakan pihak yang dapat memberikan data langsung serta informasi langsung sebagai data atau informasi yang dibutuhkan pada suatu penelitian, sedangkan partisipan merupakan pihak yang dapat memberikan data berupa informasi kritis, atau interpretasi terhadap sebuah kasus.

Untuk menentukan informan dan partisipan, penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013, p. 216), *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan informan dan partisipan dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Maka dari itu, penelitian ini juga mempunyai pertimbangan dan tujuan tertentu dalam menentukan informan dan partisipan. Partisipan perlu mengetahui informasi secara lengkap dan terperinci serta terlibat dalam pemasaran konten Qollega. Untuk informan, ditentukan berdasarkan kemampuan pihak terkait untuk menganalisis dan memberikan intepretasi terhadap pemasaran konten yang dilakukan oleh Qollega.

Maka, untuk meneliti peranan pemasaran konten Qollega di Instagram dalam mewujudkan *human-centric brand*, terdapat *informan* dan *partisipan* sebagai berikut:

1. Adhi Septian Nugraha, selaku Head of Marketing Qollega, pihak yang memetakan *branding* merek Qollega.
2. Athiya Maulani, selaku pemasar konten Qollega, pihak yang mengeksekusi pemetaan *branding* melalui pemasaran konten di Instagram.
3. A (nama disamarkan), selaku narasumber ahli dengan jabatan sebagai *social media specialist* di salah satu *startup* ternama di Indonesia.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Yin (2014, p. 101), setidaknya terdapat enam sumber bukti yang diperlukan untuk metode penelitian studi kasus, yaitu wawancara, observasi langsung, observasi partisipan, dokumentasi, rekaman arsip, dan perangkat fisik. Maka dari itu, penelitian ini akan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Untuk data primer, penelitian ini akan berfokus dalam mengumpulkan data melalui wawancara. Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2017, p. 319), terdapat tiga tipe wawancara, yaitu:

- Wawancara terstruktur

Wawancara ini hanya memberikan pertanyaan sesuai dengan yang sudah disiapkan oleh peneliti.

- Wawancara semi terstruktur

Wawancara ini termasuk *in-depth interview* sehingga dalam pelaksanaannya tidak dibatasi oleh pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti.

- Wawancara tidak terstruktur

Wawancara tanpa panduan pertanyaan untuk pengumpulan data.

Penelitian ini menganut tipe wawancara semi terstruktur agar peneliti bisa menggali jawaban pertanyaan secara lebih terperinci dengan

mengajukan pertanyaan tambahan yang relevan.

2. Dokumentasi

Untuk data sekunder, penelitian ini akan melakukan pengumpulan data melalui dokumentasi. Dokumentasi yang akan menjadi bahan penelitian adalah data internal perusahaan (Qollega) yang diperbolehkan untuk ditampilkan serta konten-konten pada Instagram Qollega.

3.6 Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik validitas konstruk. Menurut Yin (2014, p. 59), validitas konstruk merupakan taktik untuk menguji keabsahan data dengan mengumpulkan berbagai sumber bukti, mengaitkan bukti dari sumber satu dengan sumber lainnya, dan membuat laporan penelitian studi kasus yang berlandaskan pada informasi yang telah dikumpulkan. Penelitian ini menganut keabsahan data dengan teknik validitas konstruk karena penelitian ini mengumpulkan informasi dari berbagai sumber berdasarkan wawancara dengan informan dan partisipan, serta dokumentasi terkait data internal perusahaan dan konten Qollega yang kemudian informasi tersebut dituangkan dalam sebuah laporan studi kasus.

Menurut Patton dalam buku Yin (2014, p. 156), terdapat empat macam triangulasi, yaitu triangulasi data/sumber, triangulasi peneliti, triangulasi teori, dan triangulasi metode. Penelitian ini menganut triangulasi data dengan memastikan sumber data berdasarkan wawancara informan dan partisipan dan dokumentasi terkait data internal perusahaan.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Yin (2018, p. 223), teknik analisis data merupakan proses untuk menghubungkan data dari berbagai sumber dengan berbagai konsep-konsep yang berkaitan. Terdapat lima teknik analisis data, yaitu penjodohan pola, pembangunan penjelasan, analisis deret waktu, model logika, dan sintesis lintas kasus. Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis data penjodohan pola, yaitu teknik yang membandingkan pola temuan studi kasus dengan pola yang diprediksi sebelum mengumpulkan data.