

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah *post-positivis*. *Post-positivisme* adalah definisi dari suatu hasil atau efek penelitian. Masalah yang ditemukan dalam studi tertentu akan dipersempit dan akan memberikan kesimpulan yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Paradigma ini menyatakan bahwa suatu hal tidak mungkin dicapai atau dilihat kebenarannya apabila pengamat tidak ikut terlibat secara langsung dengan objek (Creswell & Creswell, 2018).

Oleh karena itu, diperlukan hubungan yang interaktif antara pengamat dengan objek penelitian, dengan syarat bahwa pengamat harus bersifat netral sehingga hasilnya bersifat objektif. Perspektif *post-positivisme* sangat besar pengaruhnya terhadap ilmu-ilmu sosial, termasuk ilmu komunikasi. *Post-positivisme* menumbuhkan gagasan bahwa tidak semua yang ada di bumi dapat ditentukan dengan pasti melalui penelitian. Fenomena sosial merupakan fenomena yang paling sulit didefinisikan secara pasti, karena unsur utama pembentuk fenomena sosial adalah manusia. (Creswell & Creswell, 2018).

Penelitian dengan menggunakan paradigma *post-positivisme* dimulai dengan menguji teori-teori yang ada dan menganalisis hasilnya. Peneliti yang menggunakan teori tersebut juga dapat menantang dan memberikan saran serta pembenaran. Penelitian ini dirasa cocok menggunakan paradigma ini karena penelitian ini meneliti strategi *social media marketing* yang kemudian dianalisis sesuai dengan teori *The Social Media Strategy Wheel*.

#### 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Creswell (2018, p. 41) penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan untuk menggali dan memahami makna individu

atau kelompok untuk masalah sosial atau manusia. Proses penelitian melibatkan pertanyaan yang muncul dan prosedur data yang biasanya dikumpulkan dalam pengaturan partisipan, analisis data yang dibangun secara induktif dari khusus untuk tema umum, dan peneliti membuat interpretasi makna data.

Pada penelitian kali ini bersifat deskriptif. Menurut Erickson dalam Anggito & Setiawan (2018) bahwa penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang menggambarkan peristiwa yang diteliti. Maka, fokus utama dari metode penelitian ini adalah penjelasan mengenai subjek penelitian. Kemudian, mendapatkan jawaban dari peristiwa apa yang terjadi. Metode deskriptif memiliki perbedaan dari metode lain yang berfokus pada pembahasan dari peristiwa yang terjadi. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang strategi *social media marketing* dalam membangun *customer loyalty* @fayt.official.

### **3.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yang dimulai dengan mengidentifikasi suatu kasus secara spesifik dan mendalam. Menurut Creswell (2018, p. 51) metode studi kasus merupakan, di mana peneliti mengembangkan analisis mendalam dari suatu kasus, seperti program, peristiwa, aktivitas, proses, ataupun satu atau lebih individu. Kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan informasi rinci menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode waktu yang berkelanjutan.

Studi kasus mempelajari suatu peristiwa, aktivitas, program, individu maupun kelompok. Dalam metode ini digunakan banyak sumber baik lewat wawancara, observasi, maupun studi dokumen. Studi kasus kualitatif memperlihatkan pemahaman kasus secara mendalam dan terperinci hal ini dikarenakan dalam penelitian ini tidak hanya mengandalkan hasil pengumpulan data namun peneliti sebagai salah satu instrumen utama juga mendeskripsikan kasus tersebut untuk menghasilkan hasil penelitian yang lebih sempurna (Creswell & Creswell, 2018).

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dikarenakan peneliti ingin menganalisis strategi *social media marketing* dalam membangun *customer loyalty* dengan mengidentifikasi secara spesifik dengan wawancara mendalam dari sumber data yang diambil.

### **3.4 Partisipan dan Informan Penelitian**

Partisipan merupakan orang yang menjadi pemberi data studi kasus, data yang dikumpulkan digunakan untuk penelitian sebuah studi kasus, biasanya diberikan dengan melalui wawancara; satu atau lebih peserta nanti akan diminta untuk meninjau draf laporan studi kasus. Selain wawancara, data dapat diberikan melalui kuesioner, eksperimen, naratif dan lain-lain. Partisipan merupakan seorang yang terlibat secara langsung sebagai iniator, sehingga dapat memberikan data penelitian dengan relevan dan sesuai dengan topik penelitian yang diangkat (Yin R. , 2018, p. 352).

Selain itu, informan merupakan seorang peserta studi kasus yang merupakan subjek studi tetapi juga menyediakan informasi penting atau interpretasi tentang kasus dan siapa yang mungkin menyarankan sumber bukti lain untuk diperiksa oleh peneliti sehingga informan memahami dan dapat memberikan informasi yang relevan dengan yang dibutuhkan oleh penelitian. Berdasarkan definisi di atas, partisipan maupun informan merupakan orang-orang yang menjadi sumber kunci informasi dari segala data yang akan diteliti mengenai situasi dan kondisi latar penelitian, objek yang sedang diteliti, dan bersedia memberikan informasi mengenai objek penelitian (Yin R. , 2018, p. 351).

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan pengambilan sampel pada populasi yang telah diketahui sebelumnya dan ditentukan untuk mendapat sampel yang sesuai. Representasi informasi dalam gambar dan tabel, dan interpretasi pribadi semua temuan menginformasikan metode kualitatif (Yin R. , 2018, p. 35). Teknik *purposive sampling* adalah sumber data dihasilkan dengan melalui beberapa pertimbangan tertentu, misalnya partisipan maupun informan dianggap paling mengerti mengenai

data yang dibutuhkan oleh peneliti, dipilih karena dianggap merupakan bagian dari individu yang memahami dan mengalami pengalaman yang sesuai dengan topik penelitian. Berdasarkan permasalahan penelitian ini terkait strategi *social media marketing* yang dilakukan FAYT dalam membangun *customer loyalty*, maka narasumber penelitian ini adalah:

1) Cindy Fransisca (*Brand Manager & Co-Founder FAYT*)

Partisipan merupakan *brand manager & co-founder* yang berkontribusi mensupervisikan semua tim, salah satunya tim *social media & creative marketing* FAYT.

2) Gabriela Diana (*Social Media Manager FAYT*)

Partisipan merupakan *social media manager* yang meng-handle & *monitoring* media sosial FAYT secara keseluruhan.

3) Maria Judith (*Creative Marketing FAYT*)

Partisipan merupakan bagian dari salah satu tim *creative marketing* yang berfokus pada konten media sosial FAYT.

4) Shafiq Pontoh (*Chief Strategy Officer Provetic Data Analytic & Strategy Consultant*)

Informan ahli yang memberikan informasi dan konfirmasi terkait strategi *social media marketing* yang dilakukan oleh tim FAYT.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Creswell (2018, p. 150) di dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dapat dilakukan melalui observasi dan wawancara, baik terstruktur maupun tidak, dokumentasi, materi visual, serta usaha merancang protokol merekam atau mencatat informasi. Lewat wawancara kepada informan yang tepat peneliti dapat memperoleh data yang mendalam dan kredibel. Di dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara. Wawancara dapat dilakukan secara tatap muka dengan *participants*, melalui telepon, atau melalui *focus group* dengan enam sampai delapan orang. Wawancara ini melibatkan pertanyaan tidak terstruktur dan

umumnya terbuka yang jumlahnya sedikit untuk mendapatkan pandangan dan pendapat dari para *participants*.

### **3.6 Keabsahan Data**

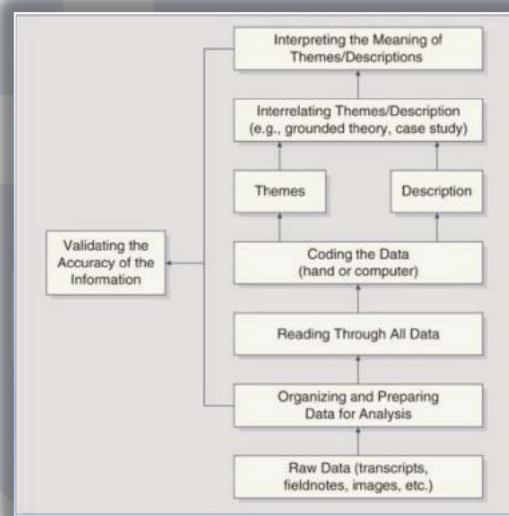
Teknik keabsahan data adalah salah satu unsur penting di dalam sebuah penelitian. Keabsahan data berperan sebagai penentu apakah penelitian dapat dipertanggungjawabkan atau tidak. Menurut Creswell (2018, p. 274) mengatakan bahwa validasi adalah sebuah usaha untuk memeriksa akurasi dari penelitian melalui prosedur tertentu. Di dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan proses validasi untuk mengetahui apakah penelitian sudah akurat baik dari sudut pandang peneliti, informan, maupun pembaca secara umum.

Dalam melakukan penelitian sebaiknya menggunakan satu atau lebih strategi untuk memastikan validitas data. Di dalam penelitian ini strategi yang digunakan adalah triangulasi data yang dibedakan menjadi tiga jenis triangulasi yaitu:

- 1) Triangulasi Sumber. Selain melakukan wawancara mendalam dengan pihak FAYT, peneliti juga akan turut melakukan wawancara dengan profesional di bidang komunikasi terutama media sosial.
- 2) Triangulasi Teknik Sumber. Data harus bervariasi untuk mencocokkan setiap data yang diperoleh. Dalam penelitian ini selain melakukan wawancara dengan staff di FAYT, peneliti juga akan melakukan studi pada dokumen-dokumen yang ada untuk membantu menyambungkan data yang diperoleh dengan penelitian ini.
- 3) Triangulasi Waktu Pengumpulan Data. Dilakukan di waktu dan tempat yang berbeda karena tidak dapat dipungkiri waktu akan mempengaruhi kualitas informasi yang didapatkan. Jawaban saat malam hari dan siang hari akan berbeda, jawaban saat sebelum dan sesudah pelaksanaan akan berbeda.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif akan dianalisis. Menurut Creswell (2018, p. 269) terdapat 6 langkah untuk menganalisis data secara kualitatif yaitu sebagai berikut:



Gambar 3.1 Teknik Analisis Data Creswell

Sumber: (Creswell, 2018, p.269)

Tahap pertama dimulai dengan mengumpulkan data-data yang masih mentah seperti transkrip, dokumen, gambar. Kemudian tahap kedua mulai menyusun data-data yang ada, untuk transkrip bisa dicatat menjadi bentuk tulisan, untuk foto bisa diberi label, dan yang lainnya. Pada tahap ketiga adalah proses membaca data secara keseluruhan yang akan membantu pada proses keempat di mana data-data tersebut akan dipisahkan sesuai dengan kategori dan jenis informasinya. Lalu, pada tahap kelima data tersebut disesuaikan dengan teori yang ada. Terakhir, pada tahap keenam akan menjelaskan data tersebut dengan teori yang sesuai.