

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan aspek penting yang mendasari penilaian dan pemaknaan hasil penelitian. Paradigma merupakan cara pandang peneliti sebagai cara untuk menjelaskan suatu peristiwa atau tindakan orang lain (Kriyantono, 2020, p. 19). Penelitian ini bertujuan untuk memandang dan memahami lebih jauh realitas dan hal-hal dibaliknya. Maka itu, penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme.

Paradigma post-positivistik adalah paradigma memiliki keyakinan bahwa bukan hanya realitas objektif saja yang nyata, karena terdapat ketergantungan dan pengaruh antara individu dengan objek yang diteliti (Kriyantono, 2020, p. 38). Menurut Kriyantono (2020, p. 36), paradigma post-positivistik memiliki tiga prinsip utama, yakni penelitian harus memiliki nilai-nilai sebagai akar penelitian, memiliki teori yang berlandaskan fakta, dan memiliki dasar inti dari realitas atau konstruktivis.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2018, p. 6), pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang hasilnya merupakan data deskriptif berupa kata-kata yang ditulis (lisan), yang menggambarkan individu atau perilaku yang diamati.

Berkaitan dengan pendekatan yang digunakan, maka penelitian ini bersifat deskriptif. Menurut Sugiyono (2018, p. 86) metode deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel, baik satu variabel atau lebih, tanpa menghubungkan dengan variabel lain atau membuat perbandingan. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala, atau keadaan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pemanfaatan *brand ambassador* sebagai strategi media sosial @ahaclinic.id dalam meningkatkan *brand engagement*. Seperti yang dikemukakan Sukmandita dalam Fitrah dan Luthfiah (2017, p. 36), penelitian kualitatif ini akan menggambarkan kondisi yang sebenarnya dari hasil wawancara bersama informan.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Metode studi kasus merupakan strategi penelitian untuk menyelidiki secara mendalam suatu kasus dengan mengumpulkan informasi secara lengkap menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data (Creswell, 2014). Menurut Hardani, dkk. (2020, p. 64), metode studi kasus digunakan untuk meneliti suatu masalah, penyimpangan, atau hambatan, tetapi metode studi kasus dapat digunakan juga untuk meneliti kasus yang tidak ada masalah, dengan tujuan meneliti alasan dari keberhasilan atau keunggulan objek yang diteliti.

Menurut Robert K. Yin dalam Ratna Dewi N. (2020), metode penelitian studi kasus adalah metode yang paling tepat digunakan dalam penelitian yang didasarkan atas pertanyaan penelitian bagaimana atau mengapa, peneliti hanya memiliki sedikit waktu untuk menyelidiki peristiwa yang diteliti, fokus penelitiannya merupakan fenomena baru dan untuk menyelidiki peristiwa baru, serta peneliti fokus kepada desain dan pelaksanaan penelitian.

3.4 Informan

Dalam penelitian kualitatif, informan memiliki peran penting dalam penelitian karena informan merupakan sumber informasi, seseorang yang mengalami hal-hal yang diteliti. Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan menetapkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018, p. 144). Peneliti memilih teknik

ini atas dasar informan yang akan terlibat dalam penelitian ini memiliki beberapa kriteria yang harus dipenuhi, yakni mereka yang mengetahui, terlibat, dan mengurus kegiatan yang dilakukan *brand ambassador* AHA Beauty Clinic dalam rangka membangun *brand engagement*. Informan yang dipilih dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.1 Daftar Informan

No	Nama	Jabatan	Alasan
1	Akmalia Zahra	<i>Marketing Communication Officer</i>	Berperan sebagai seorang yang membuat perencanaan, mengawasi, mengkoordinasi kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan <i>brand ambassador</i> .
2	Handiyanto	<i>Marketing Communication Officer</i>	Berperan sebagai seorang yang membuat perencanaan, mengawasi, mengkoordinasi kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan <i>brand ambassador</i> .

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian dapat dilakukan dalam berbagai cara, berbagai sumber, dan berbagai *setting*. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (mengamati), wawancara (*interview*), menyebarkan kuisioner/angket, dokumentasi, atau gabungan dari keempatnya (Sugiyono, 2018, p. 224). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, karena wawancara mempertemukan dua orang untuk melakukan tanya jawab, dengan tujuan saling bertukar informasi dan ide, sehingga menghasilkan konstruksi makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2018, p. 231).

Dalam penelitian ini, wawancara akan dilakukan dengan dua informan yang mengetahui, terlibat, dan mengurus kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan Anastasya Panggabean selaku *brand ambassador* AHA Beauty Clinic, dalam upaya

meningkatkan *brand engagement*. Wawancara akan dilakukan secara mendalam untuk mendapatkan jawaban yang jelas untuk menginterpretasikan masalah yang diteliti.

3.6 Keabsahan Data

Dalam menilai kredibilitas data untuk hasil penelitian, diperlukan keabsahan data atau validitas. Penelitian ini menggunakan teknik validitas internal untuk menguji keabsahan data. Menurut Robert K. Yin (2014), tujuan digunakannya uji validitas internal yakni untuk mencari dan menetapkan hubungan kausal, yang mana terdapat kondisi tertentu yang dapat mengarahkan pada kondisi lain. Karakteristik uji validitas internal pun sesuai dengan penelitian ini, yaitu penelitian yang bersifat eksplanatoris dan memiliki hubungan kausal.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam masa mengumpulkan data berlangsung hingga selesai, perlu dilakukan proses analisis data untuk membuat hasil penelitian. Dalam proses menganalisis penelitian, dibutuhkan teknik-teknik khusus yang digunakan sebagai bagian dari strategi (Robert K. Yin, 2014, p. 140). Adapun tiga teknik analisis yang dominan menurut Robert K. Yin (2014), yaitu teknik penjadohan pola, teknik pembuatan eksplanasi, dan analisis deret waktu.

Peneliti menggunakan dua jenis teknik analisis data menurut Robert K. Yin (2014) dalam penelitian ini, yakni:

1) Penjadohan Pola

Penjadohan pola adalah teknik di mana peneliti akan membandingkan pola-pola berdasarkan empiri pola yang diprediksi. Jika terdapat persamaan antara kedua pola, maka dapat menguatkan validitas internal studi kasus yang diteliti. Peneliti membandingkan pola yang diprediksi dengan pola empiri atau hasil data wawancara.

2) Pembuatan Eksplanasi

Untuk mendapatkan hasil dari penjadohan pola, peneliti membuat eksplanasi data. Tujuan pembuatan eksplanasi untuk menganalisis data dilakukan dengan membuat eksplanasi atau penjelasan tentang kasus yang diteliti. Pembuatan eksplanasi pada penjadohan pola dilakukan, agar data hasil penelitian lebih spesifik dan menjadi suatu kesimpulan. Pembuatan eksplanasi juga diharapkan dapat mengembangkan gagasan untuk penelitian selanjutnya.

