

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian “Strategi *Content Marketing* Tiktok Gramedia dalam Meningkatkan *Customer Engagement*” menggunakan paradigma post-positivisme dalam melakukan penelitian. Anggito dan Setiawan (2018, p.14) mengutip Basrowi dan Suwandi menyatakan bahwa paradigma post-positivisme pada penelitian kualitatif mempunyai tujuan untuk :

- a. Eksploratif, menangkap fenomena yang diteliti secara garis besar tanpa mengabaikan suatu fokus tertentu
- b. Eksplanatif, memahami ciri serta hubungan sistematis fenomena yang terjadi di lapangan
- c. Teoritis, dapat menghasilkan suatu teori yang juga berfokus pada isi penelitian berdasarkan konseptualisasi, abstrak ciri, serta sistematis hubungan konsep yang berasas pada relasi serta kemungkinan variansinya
- d. Praktis, mampu untuk memahami makna fenomena yang dihubungkan dengan keperluan terapa atau nilai-nilai praktis tertentu.

#### 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif pada penelitian Analisis Strategi *Content Marketing* Tiktok Gramedia dalam Meningkatkan *Customer Engagement*. Robert K. Yin (2015) menjelaskan banyak penelitian menggunakan kualitatif karena melibatkan kehidupan sehari - hari yang setelah itu dikembangkan sesuai dengan pemaknaan individu itu sendiri.

Penelitian kualitatif memiliki tujuan tersendiri yaitu untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada narasumber yang

diproses melalui sistematis dan dengan melakukan pengamatan berbagai tatanan sosial. Menurut Haryono (2020, p.49) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif tidak ada pembatasan pada pengumpulan data sehingga memungkinkan peneliti untuk mempelajari isu-isu terkait secara mendalam serta detail. Anggito & Setiawan (2018, p. 14) mengatakan bahwa penelitian kualitatif memiliki dua tujuan yaitu untuk menggambarkan dan mengungkapkannya dan untuk menggambarkan dan menjelaskan. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menelaah dan menjelaskan pada fenomena yang dikaji melalui proses sistematis dan dengan mendalami suatu realitas yang ada. Pada penelitian ini, realitas dan fenomena yang ada adalah strategi *content marketing* yang diunggah pada Tiktok Gramedia dalam meningkatkan *customer engagement*.

### 3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode wawancara mendalam. Metode ini bertujuan untuk menjabarkan interpretasi dari pengalaman seseorang terhadap suatu realitas. Maka dari itu, metode penelitian ini disebut juga sebagai metode **fenomenologi**. Kriyantono (2020, p.232) menjelaskan bahwa metode ini merupakan metode dimana peneliti melakukan kegiatan wawancara kepada narasumber sedalam-dalamnya yang bertujuan untuk mendapatkan info sebanyak-banyaknya. Hamzah (2021, p. 51) berpendapat bahwa studi fenomenologi adalah usaha untuk menemukan realitas yang tampak sehingga dapat tergolong sebagai penelitian kualitatif.

Pada metode ini, sampel yang digunakan terbatas, hingga peneliti merasa cukup dengan data yang dibutuhkan. Kriyantono mengutip Littlejohn and Foss (2008) pada buku Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif bahwa fenomenologi berpusat pada pengalaman manusia, sehingga teori ini memiliki asumsi bahwa individu memiliki wawasan pada suatu fenomena yang baru jika individu tersebut secara langsung mengalami fenomena tersebut.

### 3.4 Informan

Empat informan yang peneliti pilih sebagai sumber informasi dalam melakukan penelitian adalah

- a. Made Ruswidhi, merupakan *General Manager* marketing Gramedia. Wawancara dilakukan secara tatap muka langsung
- b. Tri Santoso, merupakan *Social And Digital Superintendent* di Gramedia. Tri Santoso bertanggung jawab pada semua aktivitas *content marketing* di berbagai media sosial yang dimiliki oleh Gramedia. Wawancara dilakukan melalui *zoom*.
- c. Regina Pramusita, merupakan *Social Media Officer* yang bertanggung jawab sepenuhnya pada *content marketing* di akun Tiktok Gramedia. Hal yang beliau lakukan mulai pada tahap *planning* hingga perbaikan *content*. Wawancara dilakukan secara tatap muka.
- e. Grace Priyono, merupakan *followers* aktif pada akun Tiktok Gramedia sejak tahun 2021. Wawancara dilakukan dengan menggunakan *zoom*.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini berjenis kualitatif, terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan menurut Kriyantono (2020, p. 289) dalam buku *Teknis Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*, adalah :

- a. Wawancara

Kriyantono mengutip Berger (2000, p.111) bahwa wawancara merupakan suatu kegiatan percakapan yang dilakukan oleh periset dengan seseorang yang dianggap menjadi sumber informasi akan suatu objek yang sedang diteliti. Wawancara dalam riset kualitatif bertujuan untuk mendapatkan data secara mendalam. Wawancara pada kualitatif disebut juga sebagai wawancara mendalam atau wawancara intensif. Terdapat jenis wawancara, seperti wawancara

pendahuluan, wawancara terstruktur, wawancara semistruktur, dan wawancara mendalam. Helaluddin & Wijaya (2019, p.84) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa pertanyaan dalam wawancara pada penelitian kualitatif yang harus diajukan oleh peneliti seperti fakta terkait, kepercayaan dan perspektif seseorang pada suatu fakta atau fenomena, perasaan seseorang terhadap fakta atau fenomena, perilaku saat ini dan masa lalu.

b. Observasi

Kriyantono (2020, p.300) menjelaskan bahwa kegiatan observasi merupakan kegiatan yang dilakukan dalam memahami lingkungan dengan mengamati secara langsung suatu objek dengan melihat secara lebih dekat hal yang dilakukan oleh objek tersebut. Dalam metode riset, terdapat beberapa syarat agar observasi dapat dijadikan sebagai sumber data, yaitu :

1. Observasi dilakukan pada riset dan direncanakan secara sistematis.
2. Observasi sesuai dengan tujuan penelitian yang sudah ditetapkan
3. Observasi dicatat secara sistematis serta dihubungkan dengan proposisi umum bukan hanya dipaparkan untuk menarik perhatian.
4. Observasi dapat diuji serta dikontrol akan validitas dan reabilitasnya
5. Bahan observasi merupakan percakapan dan interaksi antara subjek penelitian. Interaksi yang dimaksud dapat berupa segala bentuk komunikasi.

Pengumpulan data berupa observasi berfokus untuk mendeskripsikan serta menjelaskan mengenai fenomena riset. Terdapat 2 jenis observasi yang dapat dilakukan oleh peneliti.

Observasi nonpartisipan, peneliti tidak ikut melakukan aktivitas yang dilakukan oleh kelompok riset, hanya sebagai pengamat saja. Observasi partisipan, peneliti memiliki fungsi sebagai partisipan, ikut melakukan aktivitas yang dilakukan oleh subjek penelitian.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi dapat digunakan pada jenis penelitian kuantitatif dan kualitatif. Metode observasi, kuesioner atau wawancara seringkali dilengkapi dengan pelacakan dokumentasi. Hal ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang dapat mendukung analisis serta interpretasi data.

d. *Focus Group Discussion*

Kegiatan *focus group discussion* atau yang lebih dikenal dengan FGD merupakan suatu kegiatan riset untuk memahami sikap dan perilaku khalayak yang bertujuan untuk mengumpulkan data. Kegiatan ini terdapat seseorang yang menjadi pemimpin kegiatan diskusi, bernama moderator. Moderator dapat dilakukan peneliti atau orang lain.

Pada penelitian “Analisis Strategi Content Marketing pada TikTok Gramedia dalam meningkatkan Customer Engagement” yang peneliti lakukan, peneliti menggunakan wawancara secara mendalam kepada beberapa narasumber serta observasi pada akun tiktok Gramedia. Observasi pada akun tiktok Gramedia dilakukan guna melihat perkembangan *customer engagement* pada setiap *content marketing* yang diunggah serta perkembangan akun. Hal ini dikarenakan, peneliti ingin mencari tahu, bagaimana strategi *content marketing* yang dilakukan oleh Gramedia dalam meningkatkan *customer engagement* pada akun Tiktok Gramedia.

### 3.6 Keabsahan Data

Kriyantono (2020, p.69) menjelaskan bahwa penilaian keabsahan data dapat terjadi saat pengumpulan data dan analisis interpretasi data pada penelitian yang bersifat kualitatif. Jenis-jenis keabsahan data pada riset kualitatif, yaitu :

a. Kompetensi Subjek Riset

Subjek riset harus kredibel dengan peneliti menguji jawaban-jawaban pertanyaan yang dikemukakan oleh partisipan sesuai dengan pengalaman yang dialami.

b. *Trustworthiness*

Menguji kebenaran serta kejujuran partisipan dalam memberikan jawaban atas realitas yang terjadi. Terdapat dua hal dalam *trustworthiness*, yaitu :

1. Autentitas, memperluas konstruksi personal yang diungkapkan oleh partisipan dengan memberikan kesempatan untuk bercerita panjang mengenai apa yang dialami sesuai dengan penelitian dalam wawancara formal atau informal. Beberapa hal yang harus diperhatikan oleh peneliti seperti menjalin relasi dengan partisipan, menjamin hak-hak partisipan seperti identitas dsb, menjadi pendengar yang baik, sehingga tidak mudah menyela dan mengganti pertanyaan.
2. Analisis triangulasi, merupakan kegiatan analisis pada jawaban partisipan dengan sumber data yang dimiliki. Terdapat lima macam triangulasi, yaitu :

b.2.1 Triangulasi informan, kegiatan membandingkan jawaban yang diberikan oleh partisipan dengan sumber-sumber data yang ada guna menghindari subjektivitas pribadi.

b.2.2 Triangulasi waktu, melakukan kegiatan observasi setiap waktu karena adanya perubahan perilaku yang sering dilakukan oleh partisipan

b.2.3 Triangulasi teori, menggunakan dua teori atau lebih untuk diadu.

b.2.4 Triangulasi periset, menggunakan lebih satu periset dalam penelitian karena memiliki gaya dan persepsi yang berbeda dalam mengamati fenomena yang sama sehingga perlu adanya kesepakatan dalam menentukan kriteria serta acuan penelitian di awal.

b.2.5 Triangulasi metode, menggunakan lebih dari suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan suatu jawaban yang *valid*.

c. *Intersubjectivity / agreement*

Semua jawaban yang dikemukakan oleh satu partisipan didialogkan dengan jawaban dari partisipan lainnya untuk menghasilkan titik temu antara data dan dapat menarik suatu simpulan

d. *Transferability*

Adanya kemungkinan hasil riset yang dapat diterapkan dalam konteks lain meski riset kualitatif tidak bermaksud untuk menggeneralisasikan data.

e. *Conscientization*

Merupakan sebuah kegiatan berteori yang dilakukan oleh peneliti sebagai ukuran kualitas riset yang dilakukan agar dapat memaparkan *historical situatedness*, menyesuaikan dengan konteks sosial dan budaya serta konteks waktu yang spesifik sesuai dengan kondisi riset yang terjadi dan *unity theory praxis*, memadukan teori dengan contoh praktis dari data.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis triangulasi informan dalam melakukan keabsahan data. Peneliti akan saling membandingkan semua jawaban yang diungkapkan oleh partisipan dan membandingkan dengan teori-teori yang menjadi pedoman peneliti.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Kriyantono (2020, p.358) berpendapat bahwa pada riset kualitatif, analisis data bersifat cair, analisis data dapat juga dilakukan beriringan dengan pengambilan data. Data yang sudah dimiliki dapat dianalisis dan dimasukkan pada kategori-kategori yang sudah ditentukan dan sesuai. Kemudian data-data tersebut diolah kembali hingga dapat melakukan konfirmasi terhadap asumsi awal. Terhadap dua bentuk analisis data yang dijelaskan pada buku Teknis Praktis Riset Kuantitatif dan Kualitatif, yaitu :

a. Tahapan analisis data Miles, Huberman, dan Saldana

Miles et al (2014) berpendapat bahwa pada analisis data kualitatif terdapat empat alur kegiatan, yaitu pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan simpulan atau melakukan verifikasi. Jenis analisis data dilakukan dirancang agar data informasi yang didapat terorganisir dengan baik sehingga dalam penarikan simpulan dapat dilakukan dengan tepat. Terdapat dua jenis teknik yang dapat dilakukan, yaitu

1. **Teknik Komparatif**, teknik ini dilakukan dengan menempatkan data pada kategori-kategori yang dapat diperbandingkan satu dengan yang lain. Kemudian, memperluas kategori data yang murni agar tidak saling tumpang tindih, mencari keterhubungan dan tema antarkategori, dan menyerderhanakan dan mengintegrasikan data pada struktur teori yang koheren.
2. **Filling system**, teknik analisis data ini dilakukan dengan cara memasukkan data - data yang sudah diperoleh ke dalam kategori - kategori setelah melakukan observasi.

b. Analisis Domain

Bungin (2001) berpendapat bahwa teknik memiliki tujuan untuk memperoleh gambaran seutuhnya dari suatu objek yang diteliti tanpa harus membuat perincian secara detail unsur-unsur yang terdapat pada keutuhan objek riset terkait.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data komparatif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldana. Peneliti mewawancarai beberapa narasumber yang menjadi informan, pihak Gramedia serta audiens yang mengikuti akun Tiktok Gramedia. Kemudian, peneliti membandingkan setiap jawaban yang dikemukakan agar dapat menarik kesimpulan dan dapat dihubungkan ke dalam teori yang bersangkutan.

