

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Sering kali asumsi filosofis diaplikasikan dengan kerangka interpretatif dan digunakan oleh peneliti yang menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitiannya. Maka dari itu, kerap kali asumsi filosofis ini dijadikan sebagai kunci utama yang diterapkan sebagai kerangka interpretatif yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Beberapa hal yang termasuk ke dalam kerangka interpretatif adalah paradigma atau kepercayaan yang seorang peneliti yakini dalam proses menyusun suatu penelitian, bahkan kerangka interpretatif juga dapat berupa teori atau orientasi teoretis lainnya yang dapat dijadikan pedoman untuk mengadakan suatu penelitian (Creswell & Poth, 2018).

Paradigma merupakan cara mendasar yang digunakan untuk berpikir, menilai, membentuk persepsi, serta melakukan hal lainnya yang berkaitan dengan realitas (Muslim, 2016). Selain itu, paradigma juga dapat diartikan sebagai cara pandang seorang ilmuwan dan/atau cara berpikir secara umum yang mampu memengaruhi suatu nilai, tujuan, serta gaya kerja maupun gaya penelitian seseorang (West & Turner, 2017). Dalam penelitian ini, paradigma penelitian yang digunakan ialah paradigma *postpositivism*.

Creswell dan Poth (2018) mengatakan bahwa penelitian kualitatif yang menggunakan paradigma *postpositivism* memandang suatu realita sebagai hubungan sebab dan akibat yang berpotensi untuk mungkin atau tidak mungkin terjadi. Paradigma ini disusun oleh elemen-elemen yang bersifat menyederhanakan fenomena sosial, logis, empiris, berfokus pada hubungan sebab dan akibat serta memandang konsekuensi dari suatu kejadian berdasarkan teori apriori (Creswell & Poth, 2018).

Dalam praktiknya, penelitian yang menggunakan paradigma *postpositivism* umumnya melalui serangkaian teknik pengumpulan data dan analisis data. Paradigma ini memercayai beragam persepsi dari peserta penelitian daripada salah satu realitas sosial. Maka dari itu, penelitian dengan

paradigma *postpositivism* memiliki beberapa tingkatan analisis data untuk ketelitian, menggunakan teknologi yang terkomputerisasi untuk membantu menganalisa data, memastikan validitas penelitian, dan menuliskan hasil temuan penelitian tersebut menjadi sebuah laporan ilmiah. Tingkatan yang dimaksud misalnya adalah latar belakang masalah, rumusan masalah atau pertanyaan penelitian, pengumpulan data, hasil temuan, dan simpulan (Creswell & Poth, 2018).

Peneliti menggunakan paradigma ini karena peneliti ingin mengetahui bagaimana +Jakarta menyusun strategi *city branding* melalui media sosialnya untuk meningkatkan daya saing dan menjadikan Kota Jakarta kompetitif dari segala bidang, di mana strategi ini nantinya bertujuan untuk membentuk citra komprehensif Kota Jakarta yang positif. Selain itu, peneliti juga memperoleh data dari beberapa sumber. Dengan kata lain, peneliti ingin mengetahui masing-masing persepsi sumber data mengenai strategi *city branding* yang dilakukan +Jakarta melalui media sosial Instagram. Dari beberapa sumber data tersebut, peneliti akan menganalisa dan menarik suatu kesimpulan.

### **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan kualitatif. Creswell (2014) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan metode-metode bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna suatu hal oleh sejumlah individu atau sekelompok orang, di mana hal tersebut dianggap berasal dari masalah sosial ataupun kemanusiaan. Selain itu, penelitian kualitatif juga digambarkan sebagai penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dengan konteks yaitu kontak sosial yang terjadi secara alami, sehingga lebih mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan isu atau fenomena yang sedang diteliti (Herdiansyah, 2019). Dengan kata lain, penelitian dengan pendekatan kualitatif berfokus untuk memahami realitas sosial, yaitu melihat atau memaknai dunia dari apa adanya dan melalui

fenomena yang sedang terjadi, bukan realitas yang seharusnya terjadi (Herdiansyah, 2019).

Herdiansyah (2019) mengutip Denzin dan Lincoln dalam mendeskripsikan penelitian kualitatif sebagai jenis penelitian dengan metode yang dilakukan saat objek berada dalam situasi atau keadaan alamiah. Artinya, tanpa dilakukan eksperimen. Hasil temuan yang diperoleh melalui jenis penelitian ini lebih berfokus pada generalisasi makna, maka hasil temuan tersebut dianalisa secara induktif.

Beberapa karakter yang merepresentasikan penelitian kualitatif yaitu berlatar ilmiah, manusia sebagai alat, analisis data dilakukan secara induktif, teori yang digunakan dijabarkan dari yang paling mendasar, penelitian umumnya bersifat deskriptif, serta mengutamakan proses jika dibandingkan dengan hasil. Selain itu, metode penelitian kualitatif juga bersifat peka terhadap pengaruh dan pola-pola fenomena sosial yang sedang terjadi, serta akan lebih mudah digunakan apabila dihadapkan dengan kenyataan ganda. Jenis penelitian ini juga pada dasarnya tersusun dari prosedur-prosedur penelitian yang digunakan untuk menghasilkan data deskriptif yang diperoleh dari orang atau perilaku yang dapat diamati (Yin, 2014).

Creswell (2014) menjelaskan bahwa data yang terdapat dalam suatu penelitian kualitatif umumnya bersifat deskriptif. Artinya, data-data yang diperoleh dalam penelitian ini umumnya berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Sehingga, dalam kata lain, tujuan utama dari penelitian yang bersifat deskriptif yaitu menciptakan suatu gambaran atau ide yang diungkapkan melalui kata-kata yang berkaitan dengan klasifikasi jenis dan garis besar suatu profil atau persoalan berdasarkan pertanyaan seperti siapa, kapan, di mana dan bagaimana (Neuman, 2013).

### **3.3 Metode Penelitian**

Pada dasarnya metode penelitian berkaitan dengan cara ilmiah yang digunakan oleh seorang peneliti guna memperoleh data sehingga dapat dideskripsikan, dibuktikan, dikembangkan, ditemukan, bahkan diolah. Dengan

menentukan metode penelitian diharapkan dapat menemukan jawaban atau solusi dari rumusan masalah yang ada. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kasus.

Penggunaan metode studi kasus ini peneliti gunakan karena dalam metode ini, peneliti dapat mempertahankan karakteristik dari fenomena kehidupan (Yin, 2014). Selain itu, metode studi kasus merupakan metode yang digunakan untuk memberikan penjelasan atau gambaran yang komprehensif yang berkaitan dengan individu, kelompok, organisasi atau situasi. Oleh karena itu, metode ini erat kaitannya dengan penggunaan dokumen, peralatan, wawancara serta observasi untuk memperoleh sumber data (Yin, 2014).

Penelitian ini membahas bagaimana +Jakarta memanfaatkan media sosial Instagram sebagai salah satu upaya untuk membangun *city branding* Kota Jakarta. Metode ini sesuai dengan penelitian peneliti karena peneliti ingin mengetahui mengenai strategi *city branding*, khususnya yang dilakukan +Jakarta, dengan melibatkan informasi dari informan-informan internal. Peneliti juga ingin mengetahui persepsi informan terkait strategi *city branding* yang diterapkan tersebut dari perspektif warga non Jakarta.

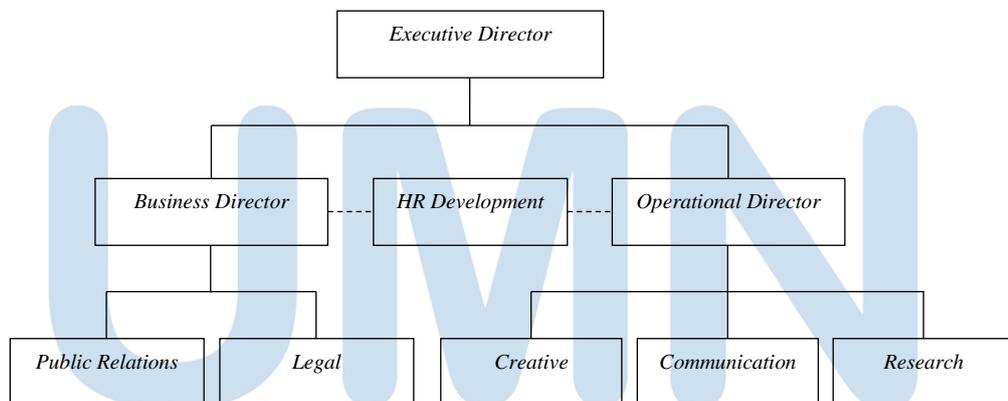
### **3.4 Partisipan dan Informan**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memperoleh sumber data primer melalui wawancara yang dilakukan terhadap beberapa partisipan dan informan penelitian. Pemilihan partisipan dan informan yang tepat penting untuk dilakukan agar peneliti dapat menghasilkan data yang relevan dan sesuai dengan topik penelitian. Pada dasarnya, informan merupakan seorang individu yang dipilih oleh peneliti guna menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti mengenai situasi atau latar penelitian dari objek penelitian yang akan diangkat. Selain itu, partisipan maupun informan juga dianggap sebagai seseorang yang berperan penting dalam jenis penelitian studi kasus karena kemampuan dan wawasan yang dimiliki oleh individu tersebut untuk menjelaskan serta memaparkan jawaban yang diharapkan dapat ditemukan oleh peneliti guna menjawab permasalahan yang akan dibahas di dalam suatu

penelitian (Yin, 2014). Dengan kata lain, partisipan maupun informan mengetahui bagaimana sebuah realitas terjadi dan menunjukkan bukti atau jawaban yang dapat memperkuat argumen dalam penelitian.

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* karena partisipan maupun informan yang dipilih dan ditentukan oleh peneliti dilakukan secara sengaja sehingga dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Teknik ini peneliti gunakan karena peneliti ingin memperoleh data dari partisipan maupun informan yang dapat menghasilkan data paling relevan dengan topik penelitian dalam jumlah data yang banyak (Yin, 2014).

Sebelum peneliti menentukan partisipan yang tepat untuk penelitian ini, peneliti telah melakukan pra riset mengenai struktur +Jakarta. Pra riset dilakukan dengan mewawancarai salah satu tim +Jakarta yang mengetahui secara detil mengenai struktur +Jakarta itu sendiri, yaitu *Operational Director of +Jakarta* yang bernama William Reynold. Berikut merupakan struktur +Jakarta yang peneliti peroleh dari data internal +Jakarta yaitu melalui salah satu tim +Jakarta, William Reynold selaku *Operational Director*.



Gambar 3.1 Bagan Struktur +Jakarta

Sumber: Data Internal +Jakarta melalui W. Reynold, Komunikasi Pribadi, 9 Juni 2022

Berdasarkan bagan di atas, maka dalam penelitian ini, peneliti menetapkan dua partisipan penelitian. Partisipan dalam penelitian ini diperoleh dari pihak-pihak yang memiliki wewenang dan tanggung jawab mengenai komunikasi *city branding* +Jakarta, yaitu *Executive Director of +Jakarta* serta

*Lead of Social Media* +Jakarta. Kedua partisipan penelitian ini dipilih karena memiliki pemahaman yang rinci dan baik terkait *city branding* yang dilakukan oleh +Jakarta melalui media sosial, terutama melalui Instagram. Berikut merupakan profil singkat tentang partisipan penelitian:



Gambar 3.2 Fadhila Trifani  
Sumber: Fadhila Trifani, n.d.

1. Nama : Fadhila Trifani S.Pd

Jabatan : *Executive Director of* +Jakarta

Partisipan Fadhila Trifani yang menjabat sebagai *Executive Director of* +Jakarta dipilih oleh peneliti karena Trifani merupakan salah satu orang yang mengetahui seluruh strategi dan media komunikasi yang digunakan +Jakarta perihal melakukan *city branding*. Jika ditinjau lebih dalam, beberapa *job description* atau tugas dari seorang *Executive Director* meliputi beberapa hal seperti membuat rencana bisnis, memantau atau mengontrol operasional perusahaan, meningkatkan kinerja, mengembangkan budaya perusahaan, mengawasi kepala atau pemimpin dari setiap divisi, menyusun laporan pendapatan, serta mengarahkan strategi perusahaan (Betterteam, n.d.). Berdasarkan tugas pekerjaan yang telah dijelaskan tersebut, maka Trifani tentu mengetahui kegiatan *city branding* yang dilakukan oleh +Jakarta melalui media sosial Instagram.

Dari jabatan serta tugas pekerjaan (*job description*) yang telah dijelaskan, di mana jabatan, tugas serta tanggung jawab Trifani tersebut berkaitan erat dan sesuai dengan hal yang ingin diteliti, maka peneliti memilih Trifani sebagai partisipan guna memperoleh data yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini.



Gambar 3.3 Esa Riana  
Sumber: Esa Raina, n.d.

2. Nama : Esa Riana S.I.Kom

Jabatan : *Lead of Social Media* +Jakarta

Esa Riana merupakan salah satu karyawan yang bekerja di +Jakarta sebagai *Lead of Social Media*. Sesuai dengan jabatannya, Esa merupakan salah satu orang yang mengetahui seluruh strategi komunikasi yang dilakukan melalui media sosial, termasuk komunikasi *city branding* yang dilakukan oleh +Jakarta melalui media sosial Instagram yang dimilikinya.

Esa sebagai *lead* atau pemimpin untuk pemanfaatan media sosial di +Jakarta memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi *city branding* yang dilakukan oleh +Jakarta melalui media sosial Instagram. Esa juga mengarahkan serta mengawasi setiap aktivitas yang

dilakukan di media sosial +Jakarta, terutama yang berkaitan dengan kegiatan komunikasi *city branding* atau memasarkan Kota Jakarta melalui aktivitas-aktivitas komunikasi yang dibutuhkan guna mencapai tujuan komunikasi tertentu. Oleh karena itu, diharapkan dengan menjadikan Esa Riana sebagai salah satu partisipan, peneliti dapat menemukan data-data atau penemuan-penemuan mengenai strategi *city branding* dalam mewujudkan *city image* Kota Jakarta.

Di atas merupakan penjelasan mengenai partisipan untuk memperoleh data primer penelitian ini. Selanjutnya, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat dua informan yang merupakan pengikut akun Instagram @plusjakarta sekaligus seorang *freelancer* untuk media sosial maupun *content creator* serta wirausaha. Namun, dalam menentukan informan tersebut, terdapat beberapa kualifikasi atau kriteria yang perlu dimiliki oleh masing-masing informan. Kualifikasi atau kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Berjenis kelamin perempuan atau laki-laki berusia 18-34 tahun. Usia ini ditentukan karena merupakan rentan usia yang paling banyak menggunakan media sosial di Indonesia (Kemp, 2022).
2. Berdomisili di luar JABODETABEK, sehingga peneliti dapat mengetahui pandangan non-warga Kota Jakarta mengenai kegiatan *city branding* yang dilakukan +Jakarta melalui media sosial Instagram serta *city image* yang dipersepsikan oleh informan mengenai Kota Jakarta dari kegiatan *city branding* +Jakarta di media sosial Instagram.
3. Aktif menggunakan media sosial, terutama media sosial Instagram dan merupakan pengikut atau *followers* akun Instagram @plusjakarta. Hal ini dikarenakan yang ingin diteliti adalah kegiatan *city branding* +Jakarta yang dilakukan melalui media sosial Instagram.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Setiap penelitian tentunya harus memiliki data untuk dianalisa dan dibahas. Maka dari itu, tanpa adanya teknik pengumpulan data, penelitian yang disusun tidak mungkin memenuhi standar laporan ilmiah yang diperlukan.

#### 3.5.1 Data Primer

Pada dasarnya, data primer merupakan data yang belum pernah ada sebelumnya. Dengan kata lain, data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian.

Sumber data primer merupakan sumber data yang diberikan langsung kepada pengumpul data atau peneliti, di mana data ini dapat diperoleh melalui beberapa metode penelitian seperti wawancara, observasi, dokumentasi atau gabungan dari keseluruhan metode penelitian. Keempat metode ini merupakan metode penelitian yang sesuai dengan jenis penelitian kualitatif. Selain itu, data primer juga diartikan sebagai data yang didapatkan secara langsung dari sumber (Sujarweni, 2014). Layaknya penjelasan di atas, Sujarweni (2014) menjelaskan salah satu sumber tersebut diperoleh dari informan, sehingga dalam mendapatkan data primer, dapat dilakukan wawancara yang kemudian akan diolah kembali.

Maka dari itu, peneliti menggunakan metode wawancara sebagai sumber data. Metode ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui persepsi atau pandangan individu-individu yang berkaitan dengan objek penelitian. Serangkaian pertanyaan akan disusun dan diajukan kepada informan yang akan dipilih guna memperoleh informasi yang dibutuhkan peneliti. Peneliti juga akan melakukan wawancara sebagai sumber data primer melalui komunikasi yang dilakukan secara *online* atau tidak dengan tatap muka.

### 3.5.2 Data Sekunder

Jika data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, maka data sekunder adalah kebalikannya. Artinya, data sekunder merupakan data yang sudah pernah ada dan sudah pernah ditemukan sebelumnya.

Pada umumnya, data sekunder dapat diperoleh melalui media perantara karena sudah pernah ada datanya sebelumnya. Sebagian data sekunder atau data historis ini dapat berupa surat-surat, catatan harian, laporan, dan hal tertulis atau terdokumentasi lainnya (Bungin, 2015).

Oleh karena data sekunder sudah pernah ada sebelumnya, maka data sekunder bersifat tidak terbatas ruang dan waktu, sehingga peneliti dapat mencari atau menemukan data-data yang dibutuhkan, selama data tersebut pernah ditemukan sebelumnya (Bungin, 2015).

Peneliti mengumpulkan data sekunder dari studi kepustakaan seperti buku, literatur, dan jurnal-jurnal, baik secara *online* dari internet maupun *offline*. Selain itu, peneliti juga memperoleh data sekunder dari Instagram @plusjakarta itu sendiri, dari konten-konten yang tersedia di tampilan media sosial Instagram @plusjakarta.

### 3.6 Keabsahan Data

Setelah memperoleh data, selain dianalisa, data hasil temuan juga perlu diperiksa keabsahan datanya. Dengan kata lain, pengujian validitas dan reliabilitas data pada penelitian kualitatif disebut dengan pemeriksaan keabsahan atau kepercayaan data (Hadi, 2016). Tujuan dilakukannya ini ialah agar data yang digunakan dapat diyakini validasinya.

Yin (2014) mengatakan bahwa terdapat empat syarat dalam proses pemeriksaan data yang objektif. Keempat syarat yang dimaksud ialah validitas konstruksi, validitas internal, validitas eksternal dan validitas reliabilitas. Berikut adalah penjabaran dari masing-masing syarat tersebut:

1. Validitas Konstruksi

Validitas konstruksi pada dasarnya yaitu proses mengukur dan mengidentifikasi standar ukuran operasional yang benar dalam mengumpulkan data. Data tersebut diperoleh melalui wawancara, observasi maupun dokumentasi. Selanjutnya, data yang sudah diperoleh tersebut dikaitkan dan dicocokkan antarbukti sehingga membangun sebuah hubungan yang saling berkaitan antara konsep dan data hasil temuan dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, sumber data diperoleh dari triangulasi partisipan dan informan, serta observasi mandiri terhadap akun Instagram @plusjakarta. Selain itu, konsep utama yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu *city branding* dan *New Media*.

## 2. Validitas Internal

Pada validasi internal, peneliti mengidentifikasi dan menggambarkan situasi bahwa peristiwa tersebut mampu terhubung dengan peristiwa lainnya serta menghindari atau menjauhkan hubungan yang tidak relevan serta tidak berkaitan. Maka dari itu, peristiwa tersebut dapat berupa peristiwa yang memiliki hubungan sebab akibat atau kausal. Hubungan sebab akibat diketahui sebagai hubungan yang memaparkan bagaimana (*how*) dan mengapa (*why*). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan proses mencocokkan pola-pola atau *pattern matching* dalam melakukan penelitian. Peneliti melakukan validasi dengan cara mencari korelasi atau mencocokkan hasil temuan penelitian dengan konsep yang peneliti gunakan di dalam penelitian ini. Konsep utama yang peneliti bahas ialah tentang *city branding* dan *New Media*.

## 3. Validitas Eksternal

Validitas eksternal pada dasarnya menunjukkan apakah dan bagaimana temuan studi kasus dapat digeneralisasikan. Maka dari itu, peneliti melihat dan mengidentifikasi seberapa jauh atau sedalam apa temuan yang diperoleh dari studi kasus. Hal ini dilakukan dengan replikasi logika maupun penggunaan teori dan/atau konsep pada studi kasus yang dilakukan.

## 4. Validitas Reliabilitas

Validitas reliabilitas menunjukkan apabila penelitian dilakukan kembali, maka hasil penelitian yang diperoleh dari sumber, data hingga proses pengumpulan data yang sama juga, akan memperoleh hasil yang sama atau tidak. Maka dari itu, validitas reliabilitas mampu meminimalisir atau mengurangi tingkat bias maupun tingkat kesalahan dalam sebuah penelitian.

Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa uji pemeriksaan atau keabsahan data yang sah dalam penelitian ini yaitu validitas konstruk dan validitas internal. Hal ini dikarenakan peneliti mengumpulkan bukti-bukti dari triangulasi beberapa sumber sehingga dapat membentuk rantai bukti atau *evidence chain* pada validitas konstruk. Selanjutnya, pada validitas internal, peneliti juga menggunakan metode studi kasus bersifat deskriptif dengan melakukan *pattern matching* (Yin, 2014).

### 3.7 Teknik Analisis Data

Setelah memperoleh data primer dan data sekunder yang dibutuhkan, peneliti menyusun serta mengolah hasil pengumpulan data tersebut secara sistematis. Proses ini disebut dengan teknik analisis data dan dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan proses analisis serta pembahasan yang akan dilakukan oleh peneliti. Analisis data kualitatif merupakan suatu aktivitas yang berkaitan dengan data, seperti mengorganisasikan data, membedakan data-data tersebut menjadi satuan yang dapat diolah, menemukan inti atau duduk persoalan yang penting, hal yang dapat dipelajari, serta memutuskan hal apa yang dapat diambil dan dibagikan kepada publik (Moleong, 2018).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan salah satu teknik analisis data dari Yin (2014). Teknik analisis data Yin itu sendiri memiliki model yang terdiri dari tiga komponen, yaitu:

1. *Pattern Matching*

Teknik analisis data ini merupakan teknik mencocokkan pola atau melakukan komparasi pola-pola yang sudah ada terdahulu dengan hasil penelitian yang dilakukan secara empiris.

2. *Explanation Building*

Teknik analisis data ini memaparkan penjelasan tentang kasus-kasus dalam melakukan sebuah analisis. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan beberapa penjelasan atau gagasan yang dapat diterapkan dalam penelitian selanjutnya.

### 3. *Time-series Analysis*

Pada teknik analisis data ini, analisis dilakukan dengan mengurutkan serangkaian peristiwa berdasarkan kronologi.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data *pattern matching* atau penjodohan pola. Peneliti melakukan komparasi atau pencocokan hasil temuan penelitian yang diperoleh melalui wawancara serta observasi mandiri dengan konsep yang diterapkan dalam penelitian ini, yaitu *city branding*, *New Media*, maupun beberapa teori dan/atau konsep-konsep pendukung lainnya.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA