

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Kriyantono (2020, p. 19), paradigma diartikan sebagai seperangkat teori, prosedur, dan asumsi yang diyakini mengenai bagaimana pelaku riset memandang dunia. Arti lain dari paradigma adalah perspektif yang kita miliki dalam menafsirkan suatu peristiwa atau perilaku orang lain. Paradigma tercipta berdasarkan komunikasi antaranggota pada kelompok tertentu selama seseorang menjadi bagian dari kelompok tersebut (Kriyantono, 2020). Contohnya adalah keluarga yang menjadi kelompok rujukan bagi setiap individu untuk berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari sehingga memunculkan paradigma tertentu.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah post-positivistik. Menurut Kriyantono (2020, p. 38), paradigma post-positivistik memandang bahwa tidak ada satu-satunya realitas yang benar-benar objektif karena masih terdapat saling ketergantungan atau pengaruh antara individu dan objek yang dikaji. Realitas tidak bersifat objektif sepenuhnya karena individu dapat memberikan pemaknaan yang berbeda. Terdapat tiga karakteristik pada paradigma post-positivistik, yaitu:

1) Ontologi

Critical realism, di mana memandang bahwa realitas diasumsikan sebagai sesuatu yang nyata tetapi dipahami secara tidak sempurna.

2) Epistemologi

Objektivitas yang dimodifikasi dengan asumsi bahwa realitas masih memungkinkan untuk memperkirakan kepastian realitas tersebut tetapi tidak pernah dapat memahaminya secara penuh.

3) Aksiologi

Tidak bebas nilai sehingga pelaku riset perlu berinteraksi dengan objek penelitian untuk mengetahui realitas yang sebenarnya ada.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian mengenai strategi *social media marketing* akun Instagram @Buavitaid dalam membangun *brand engagement* akan dilakukan secara mendalam. Menurut Kriyantono (2020, p. 355), kualitatif adalah riset yang menggunakan cara berpikir secara induktif, yaitu berangkat dari hal-hal yang khusus menuju hal-hal yang umum. Kegiatan wawancara atau observasi menjadi metode pelaksanaan dalam pendekatan ini. Melalui metode tersebut, peneliti dapat menganalisis dan mengolah data mengenai studi kasus yang diteliti sesuai dengan persepsi informan.

Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa karakteristik yang menjadi pembeda utama, antara lain (Satori & Komariah, 2017):

- 1) Memiliki latar alamiah yang mengumpulkan data secara langsung terhadap objek penelitiannya dan memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan dari informan.
- 2) Bersifat deskriptif, di mana data yang dikumpulkan berupa kata-kata atau sebuah penggambaran dan bukan angka atau statistik.
- 3) Bekerja lebih fokus pada proses pencarian informasi, kemudian baru beralih ke hasil penelitian.
- 4) Analisis data dilakukan secara induktif yang merupakan kesimpulan secara utuh dari hasil pengumpulan data.
- 5) Mengutamakan “makna” dengan melakukan penelitian eksploratif secara mendalam dan menemukan arti sesungguhnya.
- 6) Fokus studi sebagai batas penelitian agar tidak menyebabkan kebingungan dalam memverifikasi, mereduksi, dan menganalisis data.
- 7) Bersifat tentatif dan verifikatif sehingga proses penelitian kualitatif dilaksanakan secara fleksibel, tidak kaku.
- 8) Terdapat kriteria khusus dalam mengukur keabsahan data yang ditandai dengan rekam jejak yang mampu menjadi bukti valid dan terpercaya.

Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, dapat diketahui bahwa sifat penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Creswell (2014, p. 147), penelitian deskriptif adalah cara mengumpulkan data yang didasarkan pada rangkaian kata dan gambar serta tidak termasuk angka yang ditambah dengan berbagai data yang dikumpulkan tersebut memiliki kemungkinan untuk menjadi faktor utama terhadap apa yang telah diteliti. Melalui setiap perspektif informan, hasil dari penelitian ini akan dipaparkan secara jelas.

3.3 Metode Penelitian

Menurut Kriyantono (2020, p. 26), metode merupakan suatu teknik khusus yang digunakan dalam mengumpulkan informasi mengikuti asumsi metodologi yang dipilih. Metode terdiri dari tahapan-tahapan yang dilakukan oleh pelaku riset dalam memecahkan masalah risetnya melalui proses yang sistematis. Setiap metode penelitian tersebut memiliki kelebihan dan kekurangannya yang dipengaruhi oleh tipe pertanyaan penelitian, kontrol yang dimiliki pelaku riset terhadap fenomena perilaku yang akan ditelitinya, dan fokus terhadap fenomena penelitiannya. Menurut Kriyantono (2020, p. 234), metode studi kasus merupakan metode yang memanfaatkan berbagai sumber yang sebanyak-banyaknya untuk meriset, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, atau peristiwa secara sistematis. Dengan menggunakan metode studi kasus, penelitian ini akan berfokus pada akun Instagram Buavita.

3.4 Informan Penelitian

Untuk memperoleh data-data mendalam mengenai strategi *social media marketing* akun Instagram @Buavitaid, terdapat dua informan yang akan diwawancarai pada penelitian ini, yaitu:

- 1) Adhia Rana, *Assistant Brand Manager* Buavita

Informan pertama, yaitu Adhia dipilih karena ia memiliki tanggung jawab dalam merancang dan mengimplementasikan strategi *social media marketing* dalam pekerjaannya sehari-hari. Peran yang dimiliki

Adhia lebih berfokus dalam menangani sosial media Buavita. Saat ini, media sosial yang paling gencar dimanfaatkan Buavita adalah Instagram. Meskipun tidak menangani sepenuhnya, Adhia bertanggung jawab untuk memantau pelaksanaan strategi *social media marketing* Buavita. Ia harus memastikan bahwa strategi *social media marketing* yang dirancang telah relevan dengan tujuan Buavita.

- 2) Bonita Dwi Anggraini, *Deputy Channel & Category Development* Buavita
- Informan kedua, yaitu Bonita dipilih karena ia memiliki tanggung jawab dalam merancang strategi operasional pemasaran Buavita. Ia pun juga mengetahui strategi *social media marketing* yang dilaksanakan Buavita, khususnya di Instagram. Meskipun tidak terlibat secara langsung, Bonita memiliki peran yang dapat membantu pemasaran Buavita berkembang dengan mengevaluasi strategi *social media marketing* yang telah dilaksanakan. Selain itu, Bonita juga berperan dalam menyumbangkan pendapat atau ide yang bermanfaat bagi perancangan strategi *social media marketing* Buavita.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono (2020, p. 243), teknik pengumpulan data merupakan suatu teknik yang dapat digunakan pelaku riset dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa teknik pengumpulan data, seperti observasi, wawancara, *focus group discussion*, dan dokumentasi. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara.

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan antara pelaku riset dengan informan yang bertujuan untuk memperoleh informasi sebagai sumber penelitiannya. Secara umum, wawancara digunakan pada penelitian kualitatif. Menurut Kriyantono (2020, p. 290), terdapat beberapa jenis wawancara yang dapat dilakukan dalam kegiatan riset, antara lain:

1) Wawancara Pendahuluan

Dalam jenis wawancara ini, tidak ada sistematika yang ditentukan sehingga pelaksanaannya dilakukan dengan apa adanya. Pada dasarnya, jenis wawancara ini digunakan untuk memperkenalkan pelaku riset kepada informan. Data mendalam dapat diperoleh jika informan telah merasakan kenyamanan dan memiliki kepercayaan dalam memberikan informasi, tanpa ada rasa curiga atau malu.

2) Wawancara Terstruktur

Pada jenis wawancara ini, pelaku riset harus menggunakan pedoman wawancara yang memberikan arahan dalam melakukan wawancara yang sistematis. Wawancara terstruktur dikenal juga sebagai wawancara sistematis atau wawancara terpimpin. Sebelum wawancara dilakukan, pertanyaan-pertanyaan disusun terlebih dahulu dan urutannya ditentukan. Wawancara dimulai dari pertanyaan yang sederhana hingga yang lebih rumit atau mendalam.

3) Wawancara Semistruktur

Berbeda dengan jenis wawancara sebelumnya, wawancara semistruktur memungkinkan pelaku riset untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas yang terkait dengan permasalahan penelitian. Namun, wawancara tetap dilakukan secara sistematis dan berfokus pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan. Pertanyaan-pertanyaannya pun juga disiapkan terlebih dahulu.

4) Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Jenis wawancara ini dilakukan dengan bertatap muka dengan informan agar memperoleh data yang lengkap dan akurat. Wawancara ini dilakukan secara berulang-ulang dan biasanya menjadi alat utama pada riset kualitatif yang dipadukan dengan observasi partisipan. Meskipun, informan tidak dapat

dikendalikan sepenuhnya oleh pelaku riset sehingga dapat memberikan jawaban secara bebas.

Berdasarkan pemaparan mengenai macam-macam wawancara di atas, penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Sebelum melaksanakan kegiatan wawancara dengan informan, peneliti menyusun pertanyaan-pertanyaan secara sistematis agar dapat memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan bagi penelitian ini. Pelaksanaan wawancara tidak akan dilaksanakan secara langsung, melainkan secara *virtual* menggunakan *zoom meetings*.

3.6 Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2017, p. 270), terdapat sejumlah uji keabsahan data yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu validitas internal, validitas eksternal, reliabilitas dan obyektivitas. Untuk menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan validitas internal untuk mengukur kredibilitas data yang diperoleh. Pengukuran kredibilitas data dapat dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, diskusi, analisis kasus negatif dan *membercheck*. Pada penelitian ini, triangulasi digunakan sebagai pemeriksa validitas data.

Menurut Kriyantono (2020, p. 69), triangulasi merupakan kegiatan menganalisis jawaban subjek dengan melakukan riset terhadap kebenarannya dengan data empiris yang tersedia. Setiap jawaban narasumber akan dibandingkan dan dilakukan *cross-check* dengan dokumen yang ada. Terdapat beberapa macam triangulasi, antara lain:

1) Triangulasi Informan

Pada triangulasi ini, perbandingan dilakukan untuk mengukur tingkat kepercayaan mengenai suatu informasi yang diperoleh dari sumber-sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan hasil pengamatan

dengan wawancara. Dengan triangulasi ini, data yang diperoleh bisa dikonfirmasi dengan data lainnya sehingga subjektivitas pribadi dapat dihindari.

2) Triangulasi Waktu

Triangulasi ini berhubungan erat dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia. Sebab, perilaku manusia dapat diubah setiap waktu sehingga periset harus mengadakan observasi secara berulang kali.

3) Triangulasi Teori

Triangulasi teori adalah pemanfaatan dua atau lebih teori untuk dipadukan dalam menginterpretasikan data. Maka itu, diperlukan rancangan riset, pengumpulan data dan analisis data yang lengkap agar memperoleh hasil yang komprehensif.

4) Triangulasi Periset

Triangulasi ini menggunakan lebih dari satu periset dalam melakukan observasi atau wawancara. Hal tersebut dilakukan karena setiap periset memiliki gaya, sikap dan pandangannya masing-masing sehingga hasil pengamatannya terhadap fenomena yang sama bisa saja berbeda. Pada akhirnya, hasil pengamatan setiap periset akan dipadukan.

5) Triangulasi Metode

Triangulasi metode merupakan upaya untuk memeriksa keabsahan data dari hasil riset yang dilakukan. Lebih dari satu teknik pengumpulan data akan dilakukan pada jenis triangulasi ini.

Dari berbagai macam triangulasi yang ada, penelitian ini menggunakan triangulasi informan. Penelitian ini diawali dengan memeriksa keabsahan data yang diperoleh dari hasil wawancara terhadap informan-informan yang telah ditentukan.

Pemeriksaan data juga akan dilakukan melalui media sosial produk yang merupakan objek penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Kriyantono (2020, p. 357), teknik analisis data merupakan pemaparan strategi apa yang dilakukan untuk menganalisis data agar bisa mencapai tujuan penelitian dan harus menjelaskan bagaimana prosedur atau tahapan yang dilakukan serta menginterpretasikannya. Menurut Miles, Huberman & Saldana dalam Kriyantono (2020, p. 359) terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan dalam melakukan teknik analisis data, yaitu:

1) Pengumpulan Data

Mengumpulkan data sebanyak-banyaknya sehingga mampu mendapatkan yang dibutuhkan bagi penelitian. Selama proses pengumpulan data dilakukan, kegiatan kondensasi data juga dilakukan secara bersamaan.

2) Kondensasi Data

Merangkum data-data yang diperoleh, memilih dan memfokuskan pada hal-hal yang penting. Peneliti akan memperoleh gambaran yang lebih detail dan memberikan kemudahan dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya, apabila masih diperlukan. Tujuan utama yang hendak dicapai adalah mendapatkan temuan.

3) Pemaparan Data

Setelah reduksi data, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan lain sebagainya. Dengan berpacu pada Miles & Huberman, maka penyajian data dilakukan dengan menguraikan teks yang bersifat naratif.

4) Penarikan Simpulan

Tahap terakhir yang perlu dilakukan adalah menarik simpulan dan verifikasi. Simpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara. Maka itu, peneliti harus memperoleh data-data yang relevan dan kredibel agar dapat menarik simpulan yang valid.

