BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma menurut (Neuman, 2014, p. 96) adalah kerangka umum untuk penelitian dan teori yang di dalamnya termasuk asumsi dasar, masalah, model penelitian yang berkualitas, dan metode dengan tujuan untuk mencari jawaban. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma penelitian *post positivism* yang dijelaskan oleh (Creswell, 2018, p. 44) sebagai penelitian yang dimulai dengan adanya teori, dilanjutkan dengan proses pengumpulan data yang mendukung atau menyangkal teori tersebut, dan setelah itu peneliti akan membuat revisi yang diperlukan dan melakukan tes tambahan. Penelitian ini dapat dikatakan menggunakan paradigma *post positivism* karena penelitian ini dilakukan berdasarkan tujuan untuk meraih kesimpulan dari proses penelitian yang berdasarkan kepada data. Penelitian ini juga berusaha untuk melihat relevansi antara teori maupun konsep yang sudah ada dengan kenyataan di lapangan.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Pada penelitian ini, jenis pendekatan yang peneliti gunakan adalah kualitatif dan sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Pendekatan kualitatif yaitu pendekatan di mana peneliti akan menjelaskan objek penelitian berdasarkan dengan fakta yang berhasil diperoleh secara langsung dari lapangan. Terdapat beberapa tahapan dalam jenis penelitian kualitatif, seperti yang dijelaskan oleh (Neuman, 2014, p. 21), yaitu *acknowledge social self, adopt perspective, design study, collect data, analyze data, interpret data,* dan *inform others*. Penelitian kualitatif menurut (Sugiyono, 2013, p. 7) merupakan suatu bentuk penelitian yang dapat dikatakan masih baru, juga memiliki landasan *post positivism*, biasanya untuk meneliti di kondisi alami, memiliki proses penelitian yang kurang berpola, dan disebut penelitian *interpretive*

karena hasil penelitiannya didapatkan melalui interpretasi dari data di lapangan. Menurut (Creswell, 2018, p. 254), penelitian kualitatif sangat bergantung pada data teks dan gambar, memiliki langkah analisis data yang unik, dan memiliki desain beragam.

Sifat penelitian deskriptif, menurut (Neuman, 2014, p. 38) adalah sebuah penelitian yang menyajikan gambaran spesifik dan detail dari sebuah situasi, setting sosial, atau hubungan. Tujuan dari penelitian yang bersifat deskriptif adalah untuk memberikan gambaran yang akurat, menemukan data baru yang berbeda atau bertentangan dengan data sebelumnya, membuat sebuah kategori baru, memperjelas urutan tahapan atau langkah, mendokumentasikan proses atau mekanisme, dan membuat laporan latar belakang atau konteks suatu situasi (Neuman, 2014, p. 38).

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus, yang dijelaskan oleh (Yin, 2018, p. 33) sebagai sebuah metode yang utamanya mempertanyakan "mengapa" atau "bagaimana". Pada metode studi kasus ini, peneliti biasanya hampir tidak memiliki kendali atau bahkan sama sekali tidak memiliki kendali atas kasus dan fokusnya adalah pada kasus yang terjadi pada masa kini (Yin, 2018, p. 32). Peneliti memahami metode penelitian studi kasus ini sebagai sebuah penelitian yang dilakukan dengan fokus terhadap suatu studi kasus yang dianggap menarik dan penting untuk diteliti oleh peneliti, sehingga akan dilakukan proses penelitian dan analisa secara sistematis dan cermat mengenai studi kasus tersebut. Yang menjadi studi kasus dari penelitian ini *social media marketing* yang dilakukan oleh Starbucks Indonesia.

Metode studi kasus juga adalah metode empiris yang menyelidiki fenomena atau kasus secara mendalam dan dalam konteks dunia nyata, oleh karena itu biasanya individu ingin melakukan studi kasus karena ingin memahami kasus dunia nyata (Yin, 2018, p. 45). Dengan begitu dapat dikatakan bahwa metode ini memungkinkan penulis untuk bisa menggali dan

meneliti *social media marketing* yang dilakukan oleh Starbucks Indonesia melalui media sosial selama masa pandemi Covid-19 secara mendalam.

Dalam metode studi kasus, terdapat beberapa jenis desain, yaitu *single case* (*holistic*), *single case* (*embedded*), *multiple case* (*holistic*), dan *multiple case* (*embedded*) (Yin, 2018, p. 83). Pada penelitian ini desain yang digunakan adalah *single case* (*holistic*), karena hal utama yang menjadi studi kasus dan fokus dari penelitian ini hanya satu dan adalah kegiatan *social media marketing* yang dilakukan oleh Starbucks Indonesia melalui media sosial Instagram selama pandemi Covid-19.

3.4 Partisipan

Dalam penelitian kualitatif, sampel yang dipilih cenderung menggunakan *purposive sampling* (Yin, 2016, p. 93). Tujuan dari dipilihnya partisipan maupun informan melalui *purposive sampling* adalah agar peneliti dapat memperoleh data yang relevan dan kaya akan informasi (Yin, 2016, p. 93). Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti memilih beberapa partisipan melalui *purposive sampling.*

Partisipan dalam penelitian ini adalah tim *marketing communication* dari Starbucks Indonesia, karena mereka adalah orang-orang yang terlibat secara langsung dalam kegiatan *social media marketing* Starbucks Indonesia dan dirasa dapat memberikan jawaban dan informasi mengenai strategi *social media marketing* yang dilakukan Starbucks Indonesia selama masa pandemi melalui sosial media Instagram dengan lengkap.

Berikut adalah partisipan dalam penelitian ini:

1. Partisipan pertama adalah Stephanie Retti selaku Marketing Communication Manager dari Starbucks Indonesia.
2. Partisipan kedua adalah Ramzy selaku Assistant Marketing Communication Manager dari Starbucks Indonesia.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Yin, 2014, p. 171), terdapat 6 tipe teknik pengumpulan data, yaitu dokumentasi, catatan arsip, wawancara, observasi langsung, observasi partisipan, dan *physical artifacts*. Data pada penelitian ini diperoleh dan dikumpulkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan beberapa partisipan. Teknik wawancara mendalam, dijelaskan oleh (Yin, 2014, p. 177) sebagai cara pengumpulan data yang melibatkan informasi verbal dari peserta dan wawancara mendalam biasanya dilakukan melalui percakapan natural yang dipandu oleh agenda peneliti, tetapi pertanyaan wawancara tidak harus selalu sama untuk tiap partisipan.

Selain wawancara mendalam, peneliti juga mendapatkan data melalui proses studi dokumentasi terkait materi penelitian. Menurut (Yin, 2014, p. 173) dalam penelitian studi kasus, teknik dokumentasi berguna untuk menguatkan dan menambah data. Hasil dokumentasi dapat membantu peneliti memverifikasi ejaan nama atau judul, selain itu juga dapat memberikan detail spesifik lainnya yang dapat memperkuat informasi dari hasil wawancara (Yin, 2014, p. 173). Oleh karena itu, peneliti melakukan dokumentasi terkait dokumen-dokumen, seperti konten media sosial Starbucks Indonesia dengan tujuan untuk memperkuat data hasil wawancara mendalam.

Dalam penelitian ini wawancara tidak dilakukan secara langsung dikarenakan selama proses penelitian pandemi Covid-19 masih menghambat proses pertemuan secara langsung antara peneliti dan partisipan, sehingga wawancara untuk pengumpulan data yang dibutuhkan penelitian dilakukan secara daring melalui aplikasi.

3.6 Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data perlu dilakukan tahap pemeriksaan terhadap data agar data yang akan digunakan terverifikasi dan valid. Menurut (Yin, 2018, p. 78), terdapat 4 taktik pengujian, yaitu *construct validity*,

internal validity, *external validity*, dan *reliability* yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) *Construct validity*: mengidentifikasi ukuran operasional yang benar untuk konsep-konsep yang sedang diteliti atau dipelajari.
2) *Internal validity*: berusaha untuk membangun hubungan sebab akibat, di mana kondisi tertentu dipercaya mempengaruhi kondisi lain.
3) *External validity*: menunjukan bagaimana dan apakah hasil temuan studi kasus dapat digeneralisasikan.
4) *Reliability*: menunjukan bahwa suatu penelitian jika diulang kembali dapat menghasilkan hasil yang sama.

Taktik pengujian keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *internal validity*, karena dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui beberapa sumber dan akan menguji data yang diperoleh dengan konsep yang digunakan. Proses ini dapat dikatakan sebagai penambah validitas dari suatu penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut (Yin, 2018, p. 224), terdapat beberapa jenis teknik analisis data, yaitu perjodohan pola atau *pattern matching*, pembangunan eksplanasi atau *explanation building*, *logic models*, *time-series analysis*, dan *cross-case synthesis*. Teknik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah *pattern matching* atau teknik perjodohan pola, yang menurut (Yin, 2018, p. 224) adalah teknik yang membandingkan antara hasil penelitian dengan berbagai pola secara empiris.

Dengan teknik *pattern* matching, peneliti akan membentuk sebuah pola dan membandingkan pola tersebut yang terdiri dari berbagai konsep yang mendasari penelitian ini dan juga hasil penelitian yang sudah didapatkan melalui proses wawancara dan dokumentasi. Melalui teknik ini peneliti akan berusaha untuk melihat pola antara konsep dengan hasil penelitian dan

mencari persamaan diantaranya. Dengan begitu validitas dari penelitian ini dapat diperkuat dan peneliti dapat berhasil menjawab tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui strategi *social media marketing* Starbucks Indonesia di Instagram selama pandemi Covid-19.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA