

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan sebuah cara untuk mengetahui mengenai realitas sosial yang telah dibuat atau dikonstruksi oleh cara berpikir (*mode of thought*) atau cara bertanya (*mode of inquiry*) tertentu yang menghasilkan ragam pengetahuan (*mode of knowing*) yang spesifik. Paradigma post-positivistik adalah cara pandang atau pemikiran yang menentang gagasan adanya kebenaran yang absolut dalam pengetahuan mengenai perilaku dan tindakan manusia (Creswell, 2018). Beberapa asumsi dasar dalam paradigma post-positivistik adalah sebagai berikut:

- 1) Ontologi: Memandang bahwa realitas itu adalah subjektif sebagaimana yang terlihat dari partisipan atau informan dalam studi
- 2) Epistemologis: Peneliti berhubungan atau berinteraksi secara langsung dengan informan dalam studi
- 3) Aksiologis: Memiliki nilai dan bias
- 4) Metodologis: Memiliki proses induktif sehingga membutuhkan verifikasi lebih lanjut untuk melihat akurasi dan reabilitas dari hasil temuan

Maka dari itu, paradigma post-positivistik adalah cara pandang yang akan digunakan dalam penelitian berjudul “Analisis Strategi *Internet Marketing* Zeta Bags pada Masa Pandemi COVID-19”

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif. Penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan temuan deskriptif yang berupa kata-kata tertulis dari banyak orang tentang perilaku yang diamati. Penelitian deskriptif digunakan untuk mendapatkan pemecahan masalah melalui penyelidikan

mengenai keadaan subjek atau objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya (Nawawi, 2015).

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk memahami strategi *Internet marketing* yang dilakukan oleh Zeta Bags selama masa pandemi COVID-19 yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara, serta observasi.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Studi kasus adalah sebuah metode penelitian yang menggunakan sumber data yang beragam untuk menjelaskan serta menguraikan aspek-aspek individu, kelompok, atau sebuah peristiwa secara sistematis (Kriyantono, 2020). Penelitian yang dilakukan berfokus pada sebuah kasus yang menarik dan juga penting untuk diteliti. Metode studi kasus juga memiliki beberapa jenis desain yang terbagi antara *holistic* atau *embedded*, yang kemudian terbagi lagi menjadi *single case* atau *multiple case* (Yin, 2018, p. 83). Dalam penelitian ini hanya digunakan *single case (holistic)* dikarenakan fokus penelitian hanya pada satu kasus saja, yaitu terletak pada aktivitas *Internet marketing* yang dilakukan oleh Zeta Bags pada masa pandemi COVID-19.

3.4 Key Informan dan Informan

Informan penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu sebagai sumber informasi yang akan digunakan sebagai data oleh peneliti. Subjek penelitian manusia adalah partisipan yang akan berpartisipasi dalam penelitian atau seseorang yang memiliki data yang dibutuhkan untuk melengkapi data sebuah penelitian (Yin, 2018, p. 126)

Informan adalah partisipan dalam sebuah wawancara yang memberikan informasi dari dirinya beserta bukti-bukti yang dapat mendukung atau menentang pemaparan yang ada (Yin, 2018, pp. 162-164). Informan memiliki peran yang penting bagi sebuah penelitian studi kasus. Informan akan dibagi menjadi dua, yaitu informan kunci atau *key informan* dan informan.

3.4.1 Key Informan

Informan kunci yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah Rommy selaku *Head of Marketing Communication* di Zeta Bags yang merupakan konseptor dari *Internet marketing* Zeta Bags pada masa pandemi COVID-19 yang ingin diteliti.

3.4.2 Informan

Untuk memperkaya data yang diperoleh, peneliti juga mewawancarai MiTa atau admin Zeta selaku *Social Media Officer* dari Zeta Bags.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah metode atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang berupa fakta, informasi, serta keterangan yang nantinya akan digunakan untuk menemukan temuan dalam penelitian yang sedang diteliti (Kriyantono, 2020). Data terbagi menjadi 2, yaitu data primer dan data sekunder.

3.5.1 Data primer

Data ini merupakan data yang didapat langsung dari objek yang diteliti agar diketahui jawaban dari permasalahan atau tujuan penelitian (Hermawan, 2013). Maka dari itu, peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan informan kunci untuk mendapatkan data primer yang dibutuhkan.

3.5.2 Data sekunder

Data ini merupakan data yang didapatkan melalui sumber lain yang bukan merupakan informan kunci (Hermawan, 2013). Data-data tersebut bisa didapatkan melalui berbagai sumber, seperti Internet, *website*, lembaga pendidikan, dan lain-lain. Peneliti juga akan melakukan studi dokumentasi untuk memperkaya data sekunder yang diperlukan. Dokumen tambahan yang digunakan untuk melengkapi data sekunder dalam penelitian ini adalah *website* serta media sosial Zeta Bags itu sendiri.

3.6 Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan metode triangulasi untuk memeriksa keabsahan datanya. Triangulasi merupakan kombinasi dari berbagai metode yang digunakan untuk menilai dan mengkaji fenomena yang saling terkait dari berbagai sudut pandang yang berbeda (Rahardjo, 2012). Triangulasi memiliki empat jenis, yaitu triangulasi metode, triangulasi antar peneliti, triangulasi teori, dan triangulasi sumber data.

1. Triangulasi metode akan dilakukan dengan membandingkan informasi yang diberikan oleh informan kunci dengan fakta yang ada di lapangan melalui wawancara informan-informan lain serta melakukan observasi.
2. Triangulasi antar-peneliti tidak perlu dilakukan dalam penelitian ini
3. Triangulasi teori akan dilakukan untuk membandingkan teori dan konsep yang digunakan dengan data lapangan yang ditemukan
4. Triangulasi sumber data akan dilakukan dengan melakukan observasi terlibat, serta observasi kegiatan Zeta Bags di media sosial

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data perlu dilakukan dalam sebuah penelitian. Terdapat beberapa teknik analisis data yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi masalah penelitian, yaitu penjodohan pola (*pattern matching*), pembuatan eksplanasi (*explanation building*), analisis deret waktu (*time series analysis*), *logic models*, dan *cross-case synthesis* (Yin, 2018).

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penjodohan pola atau *pattern matching* yang merupakan teknik membentuk pola-pola dari variabel independen sebagai variabel penjelas yang kemudian menghadirkan variabel independen-independen lain untuk dijadikan sebagai prediksi penjelasan tandingan (Yin, 2018). Peneliti akan menggunakan tiga tahapan *coding* yaitu *open coding* untuk memberikan kode pada potongan data yang telah

diringkas, *axial coding* untuk mengidentifikasi hubungan antar kode yang telah dibuat, dan *selective coding* untuk mencari variabel inti yang mencakup seluruh data yang ada. Peneliti kemudian akan membandingkan teori dan konsep penelitian dengan hasil penelitian yang ditemukan. Persamaan antara hasil penelitian dengan teori dan konsep yang digunakan akan dijadikan validitas studi kasus pada penelitian ini. Kemudian, hasil tersebut akan memberikan jawaban dari tujuan penelitian ini, yaitu strategi *Internet marketing* Zeta Bags pada masa pandemi COVID-19.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA