

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variable yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian (Sugiyono, 2017). Penelitian yang menggunakan paradigma post-positivistik, yaitu ketika peneliti sudah mengetahui kasus yang terjadi. Dengan paradigma ini, peneliti ingin membahas dan meneliti kasus yang dimaksud lebih dalam. Paradigma *post-positivistik* adalah paradigma yang berusaha mencari sebuah makna dari realitas sosial. Peneliti menggunakan paradigma ini, dengan tujuan untuk memahami sekaligus mendeskripsikan strategi *influencer marketing* dalam membentuk *brand preference* Fore Kopi Indonesia.

3.2 Sifat dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu, kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme digunakan atau interpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (Sugiyono, 2017). Hasil penelitian kualitatif tidak berupa angka, melainkan berupa teks narasi atau deskriptif. Penelitian kualitatif lebih cocok digunakan untuk jenis penelitian yang memahami tentang fenomena sosial dari perspektif partisipan (Sugiyono, 2017). Sumber data penelitian kualitatif diperoleh dari pemahaman melalui interaksi manusia atau sosial, sehingga sifatnya tidak mutlak dan beragam, namun mendalam. Penelitian ini bersifat deskriptif.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian (Arikunto, 2019). Penelitian deskriptif-kualitatif, adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun

rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan (Sukmadinata, 2017). Penelitian deskriptif-kualitatif, sifatnya beragam karena peneliti memiliki kebebasan dalam mengamati objek penelitian, sehingga hasil dari penelitian ini tidak bersifat mutlak dan dapat berubah karena acuannya merupakan realitas sosial, yang dapat berubah setiap saat dengan berbagai keadaan tertentu.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini, yaitu studi kasus. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan studi kasus pada kegiatan kerjasama yang dilakukan oleh PT. Fore Kopi dengan dengan beberapa *influencer marketing*. Studi kasus adalah metode riset yang memanfaatkan sebanyak mungkin data dari berbagai sumber yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi dan peristiwa secara sistematis dan komprehensif (Kriyantono, 2014).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, melalui wawancara yang akan dilakukan dengan pihak *internal* Fore Coffee dari tim *brand partnership*. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin mengetahui permasalahan yang akan diteliti lebih dalam (Sugiyono, 2017). Wawancara yang dilakukan dengan tim *brand partnership* Fore Coffee, bertujuan untuk memperoleh *insight* yang diperoleh oleh Fore Coffee selama melakukan kerjasama dengan *influencer marketing* secara keseluruhan.

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono,

2017). Dalam penelitian ini data sekunder akan diperoleh melalui dokumen dari PT. Fore Kopi Indonesia selama melakukan kerja sama dengan beberapa *influencer marketing*.

3.5 Key Informan dan Informan

Key informan adalah orang utama yang menjadi kunci dari terlaksananya wawancara, *key informan* adalah narasumber yang diwawancarai, sedangkan *informan* adalah seseorang yang membantu peneliti dalam menjalankan penelitian, *informan* yang dimaksud bisa berasal dari kelompok yang diteliti. *Key Informan* atau narasumber yang akan diwawancarai oleh peneliti yaitu, seseorang dari tim *brand partnership* Fore Coffee dan yang akan dijadikan *informan*, yaitu pengikut akun media sosial Instagram Fore Coffee. *Informan* adalah seseorang yang dipertimbangkan dapat mengetahui hasil dari kerjasama yang dilakukan oleh *influencer marketing* dan Fore Coffee, contohnya konsumen atau pengikut media sosial Instagram Fore Coffee.

Pada penelitian ini, *Key Informan* yang diwawancarai yaitu, sebagai berikut:

1. Cindy Soerja sebagai *brand partnership supervisor*

Cindy Soerja merupakan *supervisor* dari tim *brand partnership* Fore Coffee.

Penelitian ini juga membutuhkan *informan* untuk diwawancarai, yaitu:

2. Nadia Lim

Nadia Lim merupakan *content marketing officer* Fore Coffee.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data diperlukan setelah melakukan penelitian dan sudah memperoleh data yang dibutuhkan. Analisis data bertujuan untuk menggambarkan hasil data yang diperoleh dari penelitian yang sudah dilaksanakan. Teknik analisis data adalah proses mencari data, menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit,

melakukan sintesis, menyusun dalam pola, memilih mana yang penting untuk dipelajari, dan membuat kesimpulan yang bisa diceritakan pada orang lain (Zakariah, Afriani, & Zakariah, 2020).

Teknik analisis data yang peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu, menggunakan tiga metode, antara lain:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain (Sugiyono, 2017)

2. Wawancara

Wawancara dalam melakukan pengeksekusiannya cenderung lebih bebas dibandingkan dengan wawancara secara terstruktur (Sugiyono, 2017).

3. Observasi

Observasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengamati sebuah objek penelitian yang terdapat di lingkungan sekitar (Sugiyono, 2017).

3.7 Keabsahan Data

Sebuah penelitian dianggap valid jika sudah melalui tahap uji keabsahan data. Menguji keabsahan data metode penelitian kualitatif, menggunakan istilah berbeda dengan metode kuantitatif (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini uji keabsahan data dilakukan melalui teknik Triangulasi. Teknik Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik yang ada dan sumber data yang ada (Sugiyono, 2017).