

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma menurut Neuman dalam Hadassah (2020) adalah kerangka pengorganisasian umum untuk teori yang mencakup asumsi-asumsi dasar, isu-isu utama, kualitas model penelitian, dan metode pencari jawaban. Secara sederhana, paradigma merupakan bagaimana cara orang memandang atau melihat suatu fenomena atau realitas secara umum.

Penelitian ini menggunakan paradigma *post positivism* dalam melakukan penelitian. Paradigma *post positivism* merupakan paradigma yang tidak percaya pada sebab dan akibat melainkan mengakui bahwa semua sebab dan akibat adalah kemungkinan yang mungkin atau mungkin tidak terjadi. Paradigma ini berusaha untuk melakukan pencarian dan penemuan akan sebuah nilai dari suatu realitas. Dalam praktiknya, paradigma ini sebagai serangkaian langkah yang berhubungan secara logis (Creswell & Poth, 2018). Peneliti memiliki alasan dan tujuan dalam menggunakan paradigma *post positivism* yaitu untuk mendapatkan pemahaman dan mendeskripsikan strategi sebuah perusahaan dalam menerapkan strategi *Integrated Marketing Communications* dalam mendorong minat beli selama masa pandemi.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimulai dengan asumsi dan penggunaan kerangka teoritis yang menginformasikan studi tentang masalah penelitian yang membahas makna yang berasal dari individu atau kelompok. Penelitian kualitatif bergantung pada data jenis tulisan dan gambar (Creswell & Poth, 2018). Jenis penelitian ini bersifat deskriptif karena peneliti ingin menganalisis dan mendeskripsikan secara sistematis dan mendalam berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan. Untuk dapat ditemukannya pengetahuan seluas-luasnya terhadap suatu objek, maka penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang tepat untuk digunakan (Audinovic, 2021).

3.3 Metode Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian kualitatif deskriptif, peneliti menggunakan metode studi kasus. Metode studi kasus adalah metode yang digunakan untuk menyelidiki dan memahami sebuah kejadian atau masalah yang telah terjadi dengan mengumpulkan berbagai macam informasi. Yin (2018) mengatakan bahwa peneliti menggunakan penelitian studi kasus dikarenakan ingin memahami kasus yang ada pada kehidupan nyata dan memiliki anggapan bahwa pemahaman tersebut mungkin melibatkan kondisi kontekstual penting yang berhubungan dengan dirinya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus oleh Yin (2018) dengan tujuan untuk meneliti bagaimana penerapan strategi *Integrated Marketing Communications* yang dilakukan Pegipegi untuk mendorong minat beli selama masa pandemi.

3.4 Partisipan

Partisipan adalah orang yang dapat memberikan informasi secara lengkap dan mendetail terkait data studi kasus yang diteliti serta informasi-informasi tambahan yang dibutuhkan agar tujuan dari penelitian dapat tercapai melalui wawancara (Yin, 2018). Partisipan harus terlibat langsung dengan kasus, gejala, peristiwa, atau masalah yang dibahas.

Peneliti memilih menggunakan metode *purposive sampling* pada penelitian ini dalam memilih partisipan. Dalam menggunakan metode *purposive sampling*, peneliti membutuhkan pertimbangan dan kriteria khusus dalam menentukan sampel. Partisipan dalam penelitian ini adalah pihak yang terlibat langsung dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi *Integrated Marketing Communications* Pegipegi dalam mendorong minat beli selama masa pandemi (Yin, 2018). Terdapat empat partisipan dalam penelitian yaitu:

- a. Ryan Kartawidjaja selaku *Vice President Commercial & Marketing* Pegipegi yang telah berkarir di Pegipegi selama sepuluh tahun.
- b. Kevin Sopannata selaku *Senior Brand Marketing Manager* Pegipegi yang telah berkarir di Pegipegi selama dua tahun.

- c. Busyra Oryza selaku *Senior Manager Corporate Communication* yang telah berkarir di Pegipegi selama empat tahun.
- d. Devi Agustina selaku *Associate Public Relations Manager* yang telah berkarir di Pegipegi selama enam tahun.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah sebuah teknik untuk mendapatkan data atau informasi yang akan digunakan sebagai data pendukung penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah peneliti menggunakan metode wawancara dan studi dokumen untuk mengumpulkan data. Sehingga, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data hasil dari wawancara dan data sekunder berupa studi dokumen.

Wawancara merupakan kondisi dimana terjadi kegiatan tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu. Untuk mempermudah melakukan observasi terhadap partisipan, sebaiknya menggunakan metode wawancara atau *in-depth interview* karena lebih fleksibel (Yin, 2018). Orang yang akan diwawancara memiliki kriteria khusus agar hasil data yang didapatkan memiliki sumber yang terpercaya dan valid.

Sedangkan, studi dokumentasi berarti pengumpulan data yang berasal dari catatan peristiwa yang sudah berlalu. Studi dokumentasi menghasilkan data sekunder berupa dokumen publik seperti dokumen-dokumen berita, konten media sosial, dan lainnya. Studi dokumentasi dapat digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian ini.

3.6 Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif dengan metode studi kasus, terdapat 4 cara yang dapat digunakan dalam melakukan uji keabsahan data, yaitu (Yin, 2018):

- a. Validitas Konstruksi
Data yang dikumpulkan akan diperiksa validitasnya menggunakan tiga taktik yaitu: menggunakan banyak sumber bukti, membangun rangkaian

bukti yang relevan selama mengumpulkan data, dan terakhir membuat draft laporan studi kasus yang kemudian ditinjau oleh *key informan*/.

b. Validitas Internal

Data yang telah dikumpulkan akan diperiksa validitasnya dengan berusaha untuk membangun kausal hubungan, dimana kondisi tertentu diyakini mengarah ke kondisi yang lainnya atau bisa dikatakan menjelaskan bagaimana dan mengapa peristiwa x menyebabkan peristiwa y.

c. Validitas Eksternal

Data yang telah dikumpulkan akan diperiksa validitasnya dengan melihat seberapa besar data yang telah dikumpulkan dari studi kasus dapat digeneralisasikan kepada pihak-pihak yang tidak terlibat dalam proses penelitian studi kasus.

d. Reliabilitas

Data yang telah dikumpulkan akan diperiksa validitasnya apakah prosedur penelitian yang digunakan akan memberikan hasil yang serupa pada penelitian lainnya.

Peneliti menggunakan teknik keabsahan data berupa validitas konstruk dengan menggunakan *multiple sources of evidence*/menggumpulkan berbagai sumber bukti melalui wawancara bersama keempat partisipan yang terjun langsung dalam proses pembuatan strategi *Integrated Marketing Communications* Pegipegi dalam mendorong minat beli selama masa pandemi, dan mengumpulkan studi dokumentasi.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahap interpretasi data yang didapat dari hasil penelitian di lapangan. Terdapat lima teknik untuk menganalisis data, yaitu (Yin, 2018):

1. *Pattern Matching*

Pattern matching atau penjodohan pola adalah metode yang berfungsi untuk memberikan perbandingan pola yang didasarkan pada empiri dengan pola yang telah diprediksi peneliti. Agar dapat membantu dalam memperkuat

validitas dari studi kasus, dibutuhkan pola empiris dan prediksi yang memiliki hasil yang sama.

2. *Explanation Building*

Explanation building atau pembangunan teknik analisis adalah Teknik untuk melakukan analisis data studi kasus dengan cara menjelaskan atau eksplanasi suatu kasus yang berkaitan.

3. *Time Series Analysis*

Time series analysis atau analisis deret waktu adalah metode teknis analisis analog yang mana akan memberikan informasi berdasarkan urutan waktu dengan urutan kejadian yang sudah terjadi.

4. *Logic Models*

Logic models atau model logika adalah teknis analisis yang dalam studi kasus dengan menetapkan rantai kejadian dengan peristiwa yang kompleks dalam waktu tertentu untuk melihat bagaimana aktivitas kompleks tersebut berlangsung.

5. *Cross Case Synthesis*

Cross Case Synthesis adalah teknis analisis data dengan menyusun data untuk studi kasus ganda. Teknik analisis ini akan menggabungkan hasil penelitian dari semua rangkaian studi individu guna memperkuat kejelasan kebenaran penelitian tersebut.

Peneliti menggunakan teknis analisis data *pattern matching* atau penjodohan pola dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan perbandingan terhadap suatu pola yang sudah didapatkan dari hasil data-data yang telah ditemukan melalui pola yang sudah diprediksi terhadap pola nyata yang ada di lapangan. Peneliti menggunakan teknik analisis data *pattern matching* untuk membandingkan hasil penelitian strategi *Integrated Marketing Communications* Pegipegi dalam mendorong minat beli selama masa pandemi dengan teori dan konsep yang telah ada yaitu teori *Integrated Marketing Communications* dengan konsep 6 *Tools of IMC* and *IMC planning process*.