

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma didefinisikan sebagai sebuah cara untuk menafsirkan terjadinya peristiwa yang sangat penting untuk dikuasai oleh peneliti. Paradigma diperlukan oleh seorang peneliti dan harus dipahami dengan baik sebelum peneliti menentukan teknik serta metode riset. Paradigma penelitian kualitatif dibagi menjadi beberapa jenis antara lain paradigma kritis, konstruktivis, positivisme, post-positivisme, dan partisipatoris (Denzin, 2018). Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan paradigma *post-positivistik* dengan pendekatan kualitatif dan bertujuan untuk mendapatkan hasil dari suatu penelitian agar terlihat kecocokan mengenai konsep pemasaran media sosial dalam membentuk *customer engagement*.

Terdapat beberapa hal dasar yang sangat berperan sebagai landasan penelitian dengan paradigma *post-positivistik* (Creswell, 2018), yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan bersifat terkaan (dan antifondasional) atau kebenaran mutlak tidak pernah dapat ditemukan. Dengan demikian, bukti yang ditetapkan dalam penelitian selalu tidak sempurna dan dapat salah. Karena alasan inilah para peneliti menyatakan bahwa mereka tidak membuktikan suatu hipotesis; sebaliknya, mereka menunjukkan kegagalan untuk menolak hipotesis.
2. Riset adalah proses pembuatan klaim dan kemudian menyempurnakan atau meninggalkan sebagian darinya untuk klaim lain yang lebih kuat jaminannya. Sebagian besar penelitian kuantitatif, misalnya, dimulai dengan pengujian teori.
3. Data, bukti, dan pertimbangan rasional membentuk pengetahuan. Dalam praktiknya, peneliti mengumpulkan informasi tentang instrumen berdasarkan langkah-langkah yang diselesaikan oleh partisipan atau dengan pengamatan yang direkam oleh peneliti.

4. Penelitian berupaya mengembangkan pernyataan yang relevan dan benar, yang dapat berfungsi untuk menjelaskan situasi yang menjadi perhatian atau yang menggambarkan hubungan sebab-akibat yang menarik.
5. Bersikap objektif merupakan aspek penting dari penyelidikan yang kompeten; peneliti harus memeriksa metode dan kesimpulan untuk bias. Misalnya, standar validitas dan reliabilitas penting dalam penelitian kuantitatif.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif karena ingin menggali informasi berupa jawaban dari hasil wawancara mengenai strategi pemasaran media yang dilakukan oleh perusahaan Jiniso yang kemudian membentuk *customer engagement* dan mengumpulkan data yang akan didapatkan dari narasumber yang sesuai.

Pendekatan kualitatif diharapkan dapat memberi hasil yang mendalam terkait ucapan, tulisan, dan perilaku yang bisa diamati suatu individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi tertentu yang dikaji dari sudut pandang utuh, komprehensif, dan holistik (Tersiana, 2018).

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi kasus untuk memecahkan kasus yang ingin diteliti. Metode studi kasus merupakan metode empiris yang meneliti fenomena kasus secara mendalam di dunia nyata, terutama apabila batasan antara fenomena dan konten dilihat masih belum jelas (Yin, 2018)

Menurut Yin (2018) ada tiga jenis dalam metode penelitian studi kasus yaitu eksplanatoris, deskriptif, dan eksploratoris. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti cara Jiniso bertahan terutama pada saat pandemi covid-19 dan pemasaran media sosial Jiniso dalam meningkatkan *customer engagement*.

3.4 Key Informan atau partisipan

Penelitian ini membutuhkan *key informan* atau partisipan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Terlibat dalam rancangan pembuatan konten pada akun TikTok @jiniso.id
2. Membuat strategi pemasaran media sosial Tiktok Jiniso
3. Peka terhadap setiap topik yang menjadi tren untuk membuat konten yang sedang ramai diminati public
4. Memegang kendali terhadap konten media sosial

Adapun dalam melakukan penelitian mengenai Pembentukan Customer Engagement melalui Media Sosial (Studi Kasus: Jiniso pada TikTok @jiniso.id), peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan secara terperinci. Beberapa informan yang diwawancarai oleh peneliti yaitu:

1. Jasson Anthonius, selaku *Head Editor & Social Media Handling* dari Jiniso. Jasson bertanggung jawab untuk memantau setiap kegiatan editing video yang nantinya akan diunggah di media sosial khususnya di TikTok resmi Jiniso. Setiap video yang akan diunggah oleh Jiniso ke TikToknya akan terlebih dulu di filter kualitas videonya. Selain itu, Jasson juga bertugas untuk mencari tahu segala sesuatu yang sedang tren di TikTok.
2. Caesar Fergio Ananto, selaku *Content Production Leader & Editor* pada perusahaan Jiniso. Caesar bertanggung jawab untuk mendirect setiap konten yang akan dibuat. Bekerja sama dengan content creator lainnya, Caesar bertugas untuk memvisualisasikan setiap konten yang kemudian akan diunggah oleh Jiniso.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara baik secara daring ataupun tatap muka secara langsung yang akan dipilih oleh partisipan sesuai dengan kesediaannya.

3.6 Keabsahan Data

Terdapat empat jenis penilaian keabsahan data dalam penelitian studi kasus yang didapatkan peneliti untuk membuktikan validitas data dan hasil penelitian (Yin, 2018) yaitu *Construct validity*, *Internal validity*, *External validity*, *Reliability*. Peneliti menggunakan *Construct validity* menentukan perubahan lingkungan yang akan dihubungkan dengan konsep juga tujuan penelitian dan mengidentifikasi langkah operasional yang cocok dengan konsep yang dipakai. Selain itu, sebaiknya perumusan langkah operasional didasarkan pada studi yang telah ada sebelumnya dan punya kemiripan dengan penelitian ini. Penelitian ini mengumpulkan informasi dari berbagai sumber berdasarkan wawancara dengan *key informan* dan *informan*, serta dokumentasi terkait data internal perusahaan dan konten Jiniso yang kemudian informasi tersebut dituangkan dalam sebuah laporan studi kasus.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Yin (2018), untuk melakukan analisis data terdapat 5 cara yaitu, *pattern matching*, *explanation building*, *time-series analysis*, *logic models*, dan *cross-case synthesis*. Peneliti menggunakan teknik analisis data *pattern matching* untuk melakukan analisa data pada penelitian studi kasus dengan melakukan perbandingan pola berbasis empiris atau unsur yang berdasarkan penemuan dalam penelitian studi kasus yang dilakukan dan pola terprediksi atau unsur yang sudah diprediksi sebelum data dikumpulkan, dengan harapan ditemukan hasil yang menunjukkan kemiripan antara pola berbasis empiris dan terprediksi (Yin, 2018).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA