

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah keyakinan yang menjadi dasar tindakan seseorang. Kajian ini menggunakan paradigma *post-positivisme*, yaitu mazhab perbaikan *positivisme* (Trisliatanto, 2020, p. 24). Menurut Creswell (2018), paradigma *post-positivisme* adalah pola pikir yang menentang ide-ide tradisional yang mengandung kebenaran dan pengetahuan mutlak dan tidak dapat dengan benar mengasumsikan semua pengetahuan yang diketahui ketika mempelajari perilaku dan tindakan.

Secara ontologis, *post-positivisme* memiliki perspektif realisme kritis. Ketika mempertimbangkan realitas berbasis realitas, realitas dipandang sebagai sesuatu yang ada dalam realitas menurut hukum alam. Namun, untuk mendukung kenyataan tersebut, pendekatan eksperimen melalui observasi dirasa kurang memadai.

Dalam penelitian ini, peneliti berkomunikasi dengan tim Seven Kombucha untuk melihat dan mendapatkan informasi mengenai strategi *social media marketing* yang digunakan oleh Seven Kombucha dalam membangun *brand awareness* melalui paradigma *post-positivism*. Penggunaan *post-positivism* dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi strategi yang tepat digunakan di Instagram @7.kombucha secara lebih mendalam.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian mengenai strategi *social media marketing* @7.kombucha di media sosial Instagram menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (2018, p. 254), pendekatan kualitatif adalah jenis penelitian yang didasarkan pada data berupa teks dan gambar yang melalui beberapa tahapan unik dengan desain yang berbeda.

Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Menurut Harahap (2020, p. 49), penelitian kualitatif deskriptif dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, gambar dan angka, yang hanya merupakan data pelengkap. Data yang diperoleh berupa transkrip, wawancara, foto lapangan, dokumen pribadi dan data sejenis lainnya.

3.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi kasus sebagai metode. Menurut Creswell (2018, p. 51), metode studi kasus adalah metode yang mengelaborasi hasil analisis mendalam dari suatu kasus nyata.

Menurut Yin (2018, p. 44), metode studi kasus adalah metode yang menyelidiki peristiwa kontemporer dengan mengumpulkan sumber informasi dalam penelitian. Penjelasan studi kasus kualitatif dapat disamakan dengan teori umum. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus untuk memberikan hasil yang menggambarkan mengapa dan bagaimana sesuatu dapat terjadi, sehingga secara keseluruhan studi kasus dengan hasil yang berlawanan dapat diprediksi (Yin, 2018, p.94).

3.4 Informan dan Partisipan

Dalam melakukan wawancara, peneliti membutuhkan beberapa subjek untuk memberikan informasi, yaitu informan dan partisipan. Informan adalah pihak yang membantu peneliti mensukseskan penelitiannya. Partisipan adalah pihak yang dapat membantu peneliti memberikan sumber data dan informasi yang penting bagi proses penelitian karena mengetahui masalah yang diteliti (Yin, 2018, p. 162). Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti telah menentukan kriteria dalam memilih beberapa partisipan, yaitu sebagai berikut:

1. Merupakan individu yang bekerja di Seven Kombucha.
2. Aktif dalam pembuatan konten media sosial Seven Kombucha, khususnya pada konten Instagram Seven Kombucha.

3. Individu yang mengetahui perkembangan dari Seven Kombucha
4. Individu yang terlibat dalam proses penyusunan strategi *social media marketing* Seven Kombucha.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Yin (2018, p. 161), melakukan wawancara mendalam, mengumpulkan dokumen, melakukan observasi, meringkas catatan dan menggunakan perangkat fisik. Penelitian ini mengumpulkan data melalui prosedur wawancara mendalam dengan partisipan dan informan terpilih, serta melakukan observasi di media sosial Instagram.

1. Wawancara

Pada penelitian yang menggunakan metode kualitatif yaitu pengumpulan data diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam dan observasi. Bogdan (2017) mengatakan bahwa wawancara adalah kegiatan interaksi yang dilakukan oleh dua orang dengan tujuan dan dipimpin oleh seseorang yang berkepentingan untuk memperoleh data dan informasi. Ada prinsip dasar dalam wawancara yaitu terlibat dalam diskusi untuk menemukan sudut pandang dan mendapatkan pemahaman untuk memecahkan masalah. Wawancara dapat dilakukan bersamaan dengan dokumentasi serta mendukung orang yang diwawancarai dalam analisis dokumen.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini yaitu melalui konten-konten dan kegiatan pemasaran lainnya yang dilakukan pada media sosial Instagram @7.kombucha.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.6 Keabsahan Data

Menurut Yin (2018, p. 48) terdapat tiga macam pertimbangan dalam keabsahan data pada penelitian deskriptif studi kasus yaitu, *construct validity*, *internal validity*, dan *reliability*.

Menurut Patton dalam Yin (2018, p. 172), ada empat jenis triangulasi, yaitu triangulasi data, triangulasi peneliti, triangulasi teori, dan triangulasi metode. Penelitian ini menggunakan triangulasi data yang memastikan bahwa data dan sumber didasarkan pada hasil wawancara dengan pelapor dan partisipan, dan dokumentasi dengan data dari *brand* di media sosial.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses meneliti dan menyusun data secara sistematis dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Data ini kemudian dijadikan sebagai data tekstual agar mudah dipahami oleh peneliti dan orang lain. Menurut Sugiyono (2016, p. 89), analisis data ini berlangsung sepanjang proses pengumpulan data, sehingga peneliti dapat lebih memahami apa yang terjadi di lapangan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *pattern matching* untuk menemukan kesamaan antara konsep *social media marketing* dengan konsep yang diterapkan dalam praktik. Teknik perbandingan model adalah teknik analisis data yang membandingkan model dengan bukti empiris yang diamati dalam studi kasus dan kemudian memprediksinya menggunakan beberapa alternatif prediksi sebelum memulai pengumpulan data (Yin, 2018, p. 224-225). Pencocokan pola (*pattern matching*) bertujuan untuk memperkuat kebenaran suatu teori atau konsep.