

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Neuman (2014), paradigma penelitian merupakan suatu kerangka pengorganisasian konsep, teori, dan penelitian yang terdiri atas isu utama atau rumusan masalah, berbagai asumsi dasar, model penelitian, dan teknik pengolahan data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dapat dikatakan bahwa paradigma penelitian merupakan kacamata cara pandang dan kerangka berpikir yang akan digunakan oleh peneliti untuk meneliti objek penelitiannya. Penelitian ini akan menggunakan paradigma post-positivistik

Istilah post-positivistik digunakan karena pemikiran ini lahir setelah adanya paradigma positivistik yang menyadari bahwa kita tidak bisa meyakini klaim dari pengetahuan kita sendiri saat sedang mempelajari Tindakan dan perilaku manusia (W. J. Creswell & Creswell, 2018, p. 44). Postpositivist memegang filosofi deterministik di mana efek atau hasil ditentukan oleh suatu penyebab (*cause*). Dengan demikian, masalah yang berusaha dipelajari oleh postpositivist mencerminkan kebutuhan untuk mengidentifikasi dan menilai penyebab yang mempengaruhi hasil, yaitu yang ditemukan dalam proses penelitian. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, pengetahuan yang berkembang melalui lensa postpositivist didasarkan pada observasi dan pengukuran yang teliti dari realitas objektif yang ada di dunia.

Mengingat tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pembangunan citra diri agen properti MR Realty PIK secara daring untuk mempengaruhi klien dalam menentukan agen properti mana yang akan dipilih dan bagaimana *personal branding* atau pembangunan citra diri mempengaruhi proses *personal selling* agen properti MR Realty PIK terhadap klien, paradigma yang cocok digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivistik. Sebab, peneliti hendak mengkaji lebih dalam bagaimana cara agen properti MR Realty PIK yang dapat dikatakan ‘unggul’ untuk mempengaruhi klien dalam memilihnya. Agen properti MR Realty PIK yang unggul dalam bidangnya merupakan efek atau hasil dari strategi *personal branding* dalam *personal selling* yang dibangun, sehingga penyebab inilah yang hendak dikaji lebih dalam berdasarkan observasi dan wawancara mendalam yang akan dilakukan oleh peneliti.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Creswell (2014) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai sebuah penelitian yang memahami dan mengeksplorasi makna di sebuah fenomena, individu atau kelompok yang berasal dari masalah sosial. Berkaitan dengan itu, Setioko (2011) menambahkan bahwa penelitian kualitatif lebih berfokus untuk menggali materi topik penelitian secara lebih mendalam, bukan secara luas. Dikatakan pula penelitian kualitatif dianggap lebih fleksibel daripada penelitian kuantitatif karena tidak terpaku pada sistem matematis tertentu. Pernyataan ini didukung oleh pernyataan Neuman (2014) bahwa apabila

dibandingkan dengan penelitian kuantitatif, penelitian kualitatif cenderung lebih tidak terstandarisasi dan memiliki pilihan pendekatan analisis data yang sangat luas.

Creswell (2018) memaparkan ciri-ciri utama dari suatu penelitian kualitatif yaitu memiliki latar yang natural, peneliti sebagai instrument kunci, menggunakan lebih dari 1 (satu) sumber data, menggunakan metode analisis data induktif dan deduktif, berfokus untuk mempelajari makna yang terkandung dalam diri partisipan mengenai sesuatu, memiliki desain penelitian yang fleksibel yaitu tidak bisa ditentukan secara ketat atau kaku, serta menganggap peran peneliti dan latar belakang pribadi termasuk budaya dan pengalaman penting karena berpotensi untuk membentuk interpretasi peneliti.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Tujuan utama dari penelitian yang bersifat deskriptif adalah untuk menggambarkan atau mendeskripsikan suatu hal yang akan diteliti menggunakan sekumpulan kata-kata untuk menjawab pertanyaan kapan, siapa, di mana, dan bagaimana (Neuman, 2014). Penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif artinya mengamati dan mengulang setiap fenomena-fenomena yang terjadi sebagai bahan pengamatan penelitian. Metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif digunakan untuk memahami makna tersembunyi dibalik sebuah fenomena yang kerap kali sulit dipahami, yang mana hasil penelitian akan dibahas dan dipaparkan dalam bentuk narasi. Adapun, fenomena yang akan dikaji secara mendalam oleh peneliti pada penelitian ini adalah bagaimana strategi pembangunan citra diri agen properti MR Realty PIK secara daring untuk mempengaruhi klien dalam menentukan agen properti mana yang akan dipilih dan

bagaimana *personal branding* atau pembangunan citra diri mempengaruhi proses *personal selling* agen properti MR Realty PIK terhadap klien.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode studi kasus merupakan suatu metode yang pada umumnya digunakan oleh peneliti untuk mengembangkan analisis mendalam mengenai suatu kasus, program, acara, aktivitas, proses, atau satu atau lebih individu (W. J. Creswell & Creswell, 2018, p. 51). Studi kasus merupakan sebuah studi untuk menggali lebih dalam mengenai suatu fenomena dan mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan beberapa prosedur dan dalam kurun waktu yang telah ditentukan (Neuman, 2014, p. 47).

Studi kasus membuat kita berfokus kepada kedalaman sebuah kasus dan mempertahankan perspektif yang nyata dan menyeluruh (Yin, 2018, p. 36). Penelitian ini menggunakan metode studi kasus karena untuk memeriksa sisi manusia dalam transformasi digital, memerlukan pandangan yang komprehensif dan mendalam dari setiap manusia yang hendak digali secara detil (Alavi, Sascha & Habel, 2021). Metode studi kasus membantu penulis untuk secara spesifik mendalami manusia-manusia yang hendak dijadikan informan kunci.

Menurut Neuman (2014, p. 47), metode studi kasus memiliki 3 (tiga) kelebihan, diantaranya adalah:

- Dengan peneliti menjadi *familiar* dengan setiap detil mendalam dari isu atau kasus tertentu, peneliti dapat menciptakan atau membangun teori baru

maupun memberikan kebaruan pada teori yang sudah ada pada kasus tertentu atau situasi tertentu.

- Saat peneliti meneliti kasus tertentu, detail-detail yang rumit mengenai suatu proses sosial dan hubungan sebab-akibat menjadi lebih terlihat. Semakin terlihatnya setiap detail tersebut membantu peneliti untuk mengembangkan pemaparan yang lebih kaya dan komprehensif yang dapat menjelaskan kompleksitas kehidupan sosial.
- Metode studi kasus memberikan bukti yang lebih efektif untuk menggambarkan suatu peristiwa dan proses multifaktor kompleks yang terjadi sepanjang waktu dan ruang tertentu.

Neuman (2014) menyatakan bahwa “*case studies have a detailed focus but tell a larger story*”, yang artinya metode studi kasus digunakan untuk menceritakan sebuah cerita yang besar dengan menggunakan lensa dari sebuah kasus/isu yang kecil. Studi kasus yang akan digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus tunggal yang bersifat eksplanatori, yaitu studi kasus yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu hal dapat terjadi (Yin, 2018, p. 351). Pada penelitian ini, studi kasus yang bersifat eksplanatori digunakan untuk menjelaskan bagaimana strategi pembangunan citra diri agen properti MR Realty PIK secara daring untuk mempengaruhi klien dalam menentukan agen properti mana yang akan dipilih dan bagaimana *personal branding* atau pembangunan citra diri mempengaruhi proses *personal selling* agen properti MR Realty PIK terhadap klien.

3.4 Key Informan dan Informan

Informan dalam penelitian ini adalah 3 (tiga) agen properti aktif MR Realty PIK yang meraih minimal 1 (satu) penghargaan “*Amazing Star 2023*”, yaitu ajang penghargaan yang diadakan oleh MR Realty PIK di tahun 2023. Informan diseleksi berdasarkan usia, yaitu yang berada dalam rentang usia 20-35 tahun. Kriteria ini dibuat karena selaras dengan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, anak muda yaitu generasi Z dan milenials khususnya kini memiliki pergeseran model kerja, mereka cenderung menyukai pekerjaan yang fleksibel secara waktu dan tempat. Ketiga informan yang akan menjadi narasumber pada penelitian ini adalah Angeline, Richard, dan Jeremi.

Angeline merupakan seorang agen properti MR Realty PIK yang berusia 26 tahun dan pada ajang penghargaan *Amazing Star 2023* memperoleh 6 penghargaan, diantaranya adalah *TOP #1 by KPR*, *TOP #1 by unit*, *TOP #3 by co-broking*, *TOP #5 by GCC*, *part of TOP 100*, dan *Golden Starlight MR Japan*. Richard adalah seorang agen properti MR Realty PIK yang berusia 21 tahun dan memperoleh 5 penghargaan yaitu *TOP #3 Star by Unit*, *TOP #6 (B) Star by MR by Co-broking*, *TOP #7 Superstar MR*, *part of TOP 100*, dan *part of MR Golden Starlight*. Sedangkan, Jeremi merupakan seorang agen properti MR Realty PIK yang berusia 23 tahun dan memperoleh 1 penghargaan yaitu *part of TOP 100*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara mendalam secara semi-terstruktur dan observasi. Wawancara dilakukan dengan pedoman

umum, yaitu wawancara yang hanya berpedoman pada gambaran umum isi wawancara, tanpa ada urutan pertanyaan yang diurutkan (Moleong, 2017, p. 187). Wawancara akan dilakukan baik secara daring maupun luring, tergantung pada *availability* informan. Selama wawancara berlangsung, peneliti akan melakukan observasi atas mimik muka, gerakan-gerakan non-verbal, dan juga kepercayaan diri informan saat menjawab pertanyaan dari peneliti. Setelah wawancara dilakukan, peneliti akan membandingkannya dengan hasil observasi, apakah sesuai atau bertolak belakang.

3.6 Keabsahan Data

Uji validitas dan reliabilitas di dalam penelitian kualitatif disebut dengan pemeriksaan keabsahan data. Setiap penelitian perlu memiliki suatu standar untuk melihat tingkat kredibilitas dari hasil penelitian, yang disebut dengan istilah keabsahan data. Hasil wawancara mendalam dengan ketiga informan yang digunakan sebagai unit analisis pada penelitian ini tentu perlu melalui proses pemeriksaan keabsahan data.

Uji kredibilitas pada data penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan berbagai cara. Penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data *internal validity* yang dipaparkan oleh Yin (2018, p. 80). *Internal validity* merupakan uji validitas yang fokus utamanya digunakan untuk studi kasus eksplanatori dimana peneliti berusaha menjelaskan bagaimana dan mengapa sesuatu bisa menyebabkan sebuah efek. Pada dasarnya, studi kasus melibatkan sebuah kesimpulan setiap kali suatu kasus atau peristiwa tidak dapat diamati secara langsung (Yin, 2018, p. 81).

Oleh sebab itu, peneliti menilai bahwa teknik keabsahan data *internal validity* cocok untuk digunakan pada penelitian ini. Pada penelitian ini, peneliti berusaha memberikan kesimpulan bahwa agen-agen yang unggul dibandingkan sesamanya bisa terjadi karena efek dari beberapa upaya ekstra yang dilakukannya dan tidak dilakukan oleh agen-agen biasa lainnya berdasarkan hasil wawancara dengan para informan.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, unit analisis yang digunakan adalah informan wawancara sebagai komunikator dalam Social Information Processing Theory (SIPT). Teknik analisis data pada penelitian ini adalah menganalisis hasil wawancara mendalam dengan ketiga informan agen properti MR Realty PIK. Menurut Miles, Huberman, & Saldana (2014), teknik analisis data penelitian kualitatif memiliki 3 tahapan, yakni:

- *Data Condensation*

Kondensasi data bukanlah suatu hal yang terpisah dari proses analisis, melainkan bagian dari proses analisis tersebut (Miles et al., 2014, p. 31). Kondensasi data pada penelitian ini merupakan suatu proses menyeleksi, menyaring, dan menyederhanakan data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam semi-terstruktur dengan ketiga informan penelitian. Pada proses kondensasi data, peneliti perlu mencari titik bagian-bagian penting dari jawaban wawancara informan yang relevan dengan penelitian agar setiap data yang diperoleh sudah terarah dan tepat sebelum

dilakukan analisis ke tahapan yang selanjutnya. Proses kondensasi data merupakan bentuk analisis yang menyortir, mengorganisir, dan menajamkan data sehingga memudahkan peneliti untuk melanjutkan penelitian ke tahap analisis data selanjutnya hingga ke tahapan penarikan kesimpulan dan verifikasi data.

- *Data Display*

Tahapan kedua dari teknik analisis data adalah penyajian data. Secara umum, *display* merupakan sekumpulan data atau informasi yang telah terorganisir, sehingga memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan tindakan (Miles et al., 2014, p. 31). Manusia mengalami kesulitan dalam memproses informasi atau data dalam bentuk teks yang panjang dan banyak. Oleh sebab itu, diperlukan penyajian teks yang telah terorganisir untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis hasil wawancara mendalam yang berbentuk transkrip.

- *Drawing & Verifying Conclusions*

Tahapan ketiga dalam menganalisis data adalah menarik kesimpulan dan memverifikasi data. Seorang peneliti kualitatif yang kompeten sedari awal tahapan analisis teks sebetulnya telah menginterpretasikan data-data yang diperoleh sambil mengkondensasi dan menyajikan data dengan mempertahankan keterbukaan dan skeptisisme (Miles et al., 2014, p. 32). Hasil interpretasi disimpan oleh peneliti hingga proses analisis data usai dan

melahirkan kesimpulan final yang bisa ditarik dari sekumpulan data tersebut. Namun, penarikan kesimpulan harus diverifikasi dengan cara kembali ke catatan hasil data analisis secara menyeluruh.

Selain ketiga teknik analisis data tersebut, peneliti mengacu pada teknik analisis data penjodohan pola atau *pattern matching*. *Pattern matching* merupakan teknik analisis data yang membandingkan dua pola dan melihat apakah keduanya cocok atau tidak cocok (Yin, 2018, p. 224). Teknik analisis data ini berfokus pada proses dan hasil dalam sebuah studi kasus tertentu sebagai upaya untuk mencocokkan kedua pola “bagaimana” dan “mengapa” (Yin, 2018, p.224). Dasar logika dari *pattern matching* adalah membandingkan pola yang berbasis empiris dengan pola yang telah diprediksi oleh peneliti. Adapun pada penelitian ini, peneliti hendak membandingkan serta menguji data tentang *Social Information Processing Theory* beserta konsep *personal branding* dengan hasil penelitian terkait upaya para agen properti MR Realty PIK yang unggul dalam membangun *personal branding* nya secara daring untuk memengaruhi klien dalam menentukan agen properti mana yang akan dipilih.

3.8 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian berjenis kualitatif yang memperoleh data melalui wawancara dengan 3 (tiga) narasumber agen properti MR Realty PIK. Keterbatasan penelitian ini terletak pada sulitnya mengatur jadwal untuk wawancara mendalam dan penelitian ini hanya dapat mendeskripsikan strategi

pembangunan citra diri agen-agen properti MR Realty PIK, bukan strategi pembangunan citra diri agen properti secara umum dalam cakupan yang lebih besar.

