BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma *Post Positivisme* yang menyatakan bahwa hasil penelitian tidak akan mendapatkan fakta dari sebuah kenyataan, oleh karena itu, hubungan dengan suatu realitas harus bersifat interaktif sehingga perlu menggunakan triangulasi yang meliputi berbagai sumber data (Batubara, 2017, p. 103).

Pengetahuan tersebut terbentuk karena adanya data, bukti dan juga pertimbangan logis, dengan mengumpulkan informasi dengan menggunakan hasil instrument yang sudah diisi oleh informan. Penelitian ini bertujuan untuk merealisasikan suatu realitas yang sesuai dengan penghayatan subjek dalam realitas itu sendiri. Paradigma *Post positivisme* merupakan pemikiran yang menentang gagasan tradisional yang berisi mengenai hal yang mutlak, pengetahuan, serta tidak dapat menganggap seluruh pengetahuan yang diketahui secara benar saat sedang mempelajari Tindakan manusia (Creswell & Creswell, 2018)**.**

Dalam penelitian ini, saya berinteraksi dengan tim OPPO untuk dapat memperoleh informasi mengenai strategi pemasaran media sosial yang digunakan oleh OPPO dalam membentuk *brand engagement* melalui paradigma *Post positivisme*. Penggunaan paradigma tersebut untuk mengindentifikasi dan menentukan strategi yang digunakan oleh OPPO pada media sosial Tiktok.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian mengenai strategi *brand* OPPO dalam membentuk *engagement* dalam penggunaan media sosial Tiktok menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dikenal sebagai metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Menurut Creswell & Creswell (2018, p. 254) menyatakan bahwa penelitian ini didasari oleh data yang berupa teks dan gambar.

Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif, penelitian yang

digunakan untuk menyelidiki suatu kondisi maupun keadaan, hasil akhirnya akan dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian (Arikunto, 2013). Penelitian kualitatif bersifat deskriptif merupakan data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata dan angka, data yang didapatkan juga berupa transkrip, wawancara, dan foto lapangan (Harahap, 2020, p. 49)

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, yang bertujuan untuk menggambarkan dan mengetahui objek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada dan juga pengalaman. Studi kasus digunakan menjadi suatu penjelasan komprehensif yang berkaitan dengan berbagai aspek seseorang, kelompok, organisasi dan situasi masyarakat yang diteliti dan akan di telaah sedalam mungkin (Yin, 2018).

Menurut Yin (2018, p. 44), studi kasus merupakan metode yang menyelidiki suatu peristiwa kekinian dengan mengumpulkan sumber-sumber informasi dan penelitian, metode tersebut memberikan hasil yang menunjukkan mengapa dan bagaiman suatu hal bisa terjadi, sehingga keseluruhan studi kasus dapat diprediksi dengan hasil yang dapat dibandingkan (Yin, 2018, p. 94).

Pengambilan sumber data memakai fakta dan fenomena yang didapatkan melalui data-data yang sudah di ambil dari hasil wawancara kepada informan yang bekerja di perusahaan OPPO yang terkait di bidang strategi pemasaran media sosial.

3.4 Informan

Informan adalah orang yang dianggap lebih mengetahui informasi pokok yang diperlukan dan dibutuhkan untuk bisa melengkapi proses penelitian ini. Informan adalah pihak yang dapat membantu penelitian ini untuk menyediakan sumber data dan informasi yang penting (Yin, 2018, p. 162).

OPPO merupakan perusahaan *gadget* yang memiliki HP mulai harga satu juta hingga lima belas juta rupiah, hal tersebut membuat semua orang suka terhadap HP tersebut karena dapat menyesuaikan *budget* konsumennya. OPPO aktif pada semua media sosial, terutama: Tiktok dan Instagram. Selain itu ia juga

menggunakan *platform* jual beli misalnya: Shopee, Lazada, Tokopedia, Youtube, dan lain-lain.

Berdasarkan pernyataan di atas, penelitian ini membutuhkan kriteria dalam memilih beberapa informan, berikut merupakan kriteria informan:

1. Individu yang bekerja di OPPO dan memahami media sosial OPPO secara detail.
2. Individu yang ikut serta dan menyusun tujuan dan strategi dalam pemasaran media sosial OPPO.
3. Individu yang mengetahui perkembangan pada media sosial OPPO (khusunya Tiktok).

Dari kriteria tersebut, berikut merupakan 3 informan yang bekerja di OPPO:

No.	Nama	Posisi	Jobdesk
1	Ade Pratiwi	Marketing Social Media	- Mengurus media sosial - Perancangan strategi - Memantau data
2	Fauzan Hermansyah	Trainer Marketing OPPO dan Livestreamer	- Merancang strategi - Host Livestreamer
3	Giri Saputra	Key Account Social Media Manager	- Mengawasi media sosial - Leader perancangan strategi - Menganalisa aktivitas media sosial

Tabel 3.1 Profil Informan

Sumber: Data Olahan Penelitian

Berikut merupakan penjelasan detail mengenai jobdesk informan:

1. Ade Pratiwi dipertanggung jawabkan untuk mengurus media sosial OPPO, terutama pada aplikasi Tiktok. Beliau juga ditugaskan untuk memikirkan strategi untuk meningkatkan *engagement* dan *awareness*. Beliau memiliki tugas untuk mengukur data-data yang dihasilkan setiap hari.

2. Fauzan Hermansyah, yang bekerja untuk mengajarkan para penjual yang ingin bekerja sama dengan OPPO. Ia juga merancang strategi untuk membantu para penjual supaya bisa berkembang di media sosial. Fauzan juga merupakan seorang *Host Livestreamer* di OPPO.
3. Giri Saputra, merupakan *leader* di media sosial OPPO. Ia mengawasi tim marketing, merencanakan strategi yang tepat, memberikan jadwal *meeting*, dan menganalisa aktivitas semua media sosial yang dimiliki oleh OPPO. Jika mengalami penurunan, Giri adalah orang pertama yang bergerak untuk antisipasi.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dilakukan untuk pengumpulan data (Yin, 2018, p. 161) adalah wawancara secara mendalam, mengumpulkan data, melakukan observasi dan menggunakan perangkat berbentuk fisik. Hal yang dilakukan pengumpulan data dengan cara:

a. Secara Primer

   Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh dan dinilai mampu memberikan keterangan dan bahan penelitian yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini mewawancarai 3 informan yang bekerja di perusahaan OPPO. Dokumentasi juga dapat dilakukan secara bersamaan saat wawancara berlangsung.

b. Secara Sekunder

   Dengan cara memperoleh acuan dan juga referensi tambahan dari sosial media OPPO dan juga jurnal terkait.

3.6 Keabsahan Data

Menurut Yin (2018, p. 48) menjabarkan dalam penelitian kualitatif menggunakan studi kasus terdapat beberapa cara yang digunakan, yaitu:

1. Validitas konstruk

   Dalam teknik ini terdapat ketetapan ukuran operasional yang benar terhadap

konsep-konsep yang akan diteliti, namun validitas konstruk ini harus dapat memilih tipe-tipe spesifik yang harus diteliti serta menunjukkan ukuran perubahan yang dipilih dan mencerimkan perubahan spesifik.

2. Validitas Internal

   Dalam teknik ini, terdapat kondisi tertentu yang diperhatikan yang menyatakan sebab-akibat.

3. Validitas Eksternal

   Dalam teknik ini terdapat suatu penelitian diluar kasus yang bersangkutan. Berupaya untuk megeneralisasi seluruh rangkaian hasil tertentu terhadap teori yang lebih luas.

4. Realibilitas

   Dalam teknik ini suatu penelitian dilakukan dengan cara pengumpulan data yang dapat di interpretasikan.

Penelitian ini menggunakan validitas konstruk yang merupakan kegiatan untuk mengidentifikasi langkah yang sesuai dengan konsep agar mengetahui perubahan lingkungan dalam konsep dan menghubungkan dengan tujuan awal penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik strategi penjodohan pola, yaitu membandingkan pola data empiris dengan hasil dari wawancara. Menurut Yin (2018, p. 224), menggunakan logika untuk menjadi pembanding pola data empiris dengan pola yang didedikasikan. Kedua pola tersebut memiliki kemiripan dan dapat menguatkan validitas internal.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA