

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian menggunakan paradigma post-positivisme yang memiliki cara pandang saat ini lebih probabilistik, atau memiliki beragam kemungkinan, dibanding prinsip yang sesuai "hukum" (Yin, *Qualitative Research from Start to Finish: 2nd Edition*, 2016). Paradigme post-positivisme merupakan versi yang lebih "lembut" dalam mengakui kondisi probabilistik dan mentolerir ketidakpastian sebagai pengganti pandangan absolut, namun tidak menganut pandangan relativis (2016, p. 338).

Penelitian ini akan diawali dengan menguji teori yang ada, kemudian dianalisis. Paradigma post positivisme digunakan untuk meneliti strategi *copywriting* melalui *emotional storytelling* pada iklan "Pesan dari Rumah" oleh Gojek Indonesia. Peneliti akan menyertakan rangkaian pertanyaan mendalam yang relevan terhadap penelitian ini agar dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya terjadi.

#### 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan tujuan memahami bagaimana orang-orang menghadapi situasi di dunia nyata, karena penelitian kualitatif hadir untuk mempelajari kehidupan sehari-hari sesuai dengan konteksnya dari berbagai macam orang dan apa yang dipikirkan, serta dalam situasi yang berbeda-beda (Yin, *Qualitative Research from Start to Finish: 2nd Edition*, 2016). Prosesnya meliputi pertanyaan sebagai data, dan akan membuat interpretasi dari data yang didapatkan. Penelitian kualitatif memiliki lima metode, yaitu naratif, fenomenologi, *grounded theory*, etnografis, dan studi kasus (Creswell & Creswell, 2017).

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu strategi untuk mendeskripsikan penelitian dengan faktual, sistematis, dan akurat, dengan upaya

memahami makna lebih mendalam, seperti mengapa realitas terjadi, apa motif pelaku sosial, latar belakang seperti apa yang memengaruhi motif, serta pengaruh konteks lain. Ada upaya memverifikasi data, sehingga bukan hanya menjelaskan pertanyaan "apa", tetapi juga menjelaskan pertanyaan "mengapa".

Untuk memahami strategi *storytelling* yang lengkap membahas dari sisi pendekatan emosional dan *copywriting*, perlu pemahaman mendalam mengenai situasi dan kondisi yang dialami oleh objek penelitian. Dengan jenis penelitian kualitatif, serta sifat penelitian deskriptif, maka penelitian ini akan menggunakan *key informan* yang tepat untuk bisa mendapat analisis yang sesuai.

### **3.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus digunakan dalam berbagai situasi untuk berkontribusi dalam pengetahuan baik individu, kelompok, organisasi, sosial, politik, dan fenomena yang berkaitan (Yin, 2014). Metode ini membutuhkan beragam pertanyaan dan penelitian dari berbagai bidang, terutama dalam evaluasi, bagaimana peneliti menghasilkan analisis mendalam dari sebuah kasus, seperti program, acara, aktivitas, proses, atau dari satu atau lebih individu (Creswell & Creswell, 2017). Penelitian dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dalam penelitian kali ini terbatas membahas penelitian kampanye "Pesan dari Rumah" Gojek Indonesia saat pandemi di tahun 2021. Dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok, atau suatu kejadian, periset akan memberikan uraian yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diriset (Kriyantono, 2006). Metode ini membutuhkan berbagai sumber data untuk diteliti, dan bisa diperoleh dari wawancara, sehingga metode ini tepat untuk penelitian kali ini karena akan membahas strategi *copywriting* untuk Gojek Indonesia melalui iklan "Pesan dari Rumah".

### **3.4 Key Informan**

Informan yang dipilih oleh peneliti akan dijadikan subjek penelitian untuk membantu peneliti memahami masalah dan menjawab pertanyaan. Kriteria yang

dicari sesuai dengan kebutuhan penelitian yang memahami secara mendalam mengenai strategi *storytelling* dalam dunia periklanan.

Peneliti akan mencari informan sebagai subjek penelitian. Berikut adalah informan yang dipilih untuk penelitian agar bisa relevan dengan topik

1. Raja Tasha

Informan pertama yang dipilih adalah Raja Tasha, *copywriter* sekaligus *Creative Group Head* yang membuat seluruh *copywriting* pada kampanye "Pesan dari Rumah" Gojek Indonesia. Raja telah bekerja di Gojek Creative Labs, *in-house agency* Gojek Indonesia sejak 2019 hingga awal tahun 2023. Wawancara dilakukan pada 18 Mei 2023, pukul 14.05 WIB menggunakan Google Meet.

2. Dimaz Muktiarto

Informan kedua dalam penelitian ini adalah Dimaz Muktiarto, seorang *Creative Director* di Gojek Creative Labs yang bekerjasama langsung dengan Raja selama proses pembuatan kampanye "Pesan dari Rumah". Dimaz bertanggung jawab atas seluruh *copywriting*, serta *campaign journey* yang dipublikasikan. Dimaz telah bekerja di Gojek Creative Labs sejak 2019 hingga kini. Wawancara dilakukan pada 23 Mei 2023, pukul 13.00 WIB, menggunakan Google Meet.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dapat digunakan untuk metode penelitian studi kasus bisa melalui berbagai sumber, seperti dokumen, rekaman arsip, pengamatan langsung, wawancara, observasi partisipan, dan perangkat fisik (Yin, *Case Study Research 5th Edition: Design and Methods*, 2014).

Pada penelitian ini, wawancara akan menjadi data primer. Wawancara dapat melakukan *face to face interviews* dengan informan, *interview* melalui telepon, atau membuat *focus group discussion* dengan enam sampai delapan peserta di dalamnya untuk mendapatkan data atau informasi yang dibutuhkan (Creswell & Creswell, 2017). Pada penelitian ini, akan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara atau *face to face interview* secara mendalam dengan informan atau subjek penelitian

yang sesuai dengan kriteria yang diberikan. Pertanyaan yang diajukan dalam sesi wawancara bersifat *open-ended questions*, yang berarti jawaban dapat terus berkembang.

Wawancara akan dilakukan dalam bentuk wawancara semistruktur. Pewawancara telah menyiapkan daftar pertanyaan tertulis, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas, dengan tetap terkait permasalahan yang dibahas. Wawancara tersebut akan dilakukan secara virtual menggunakan media Google Meet.

Penggunaan studi dokumen juga dapat mendukung penelitian ini, sehingga akan menjadi sumber data sekunder. Dokumen yang akan mendukung pada penelitian ini didapatkan dari situs resmi, studi kasus Gojek Indonesia pada arsip Citra Pariwisata, serta artikel lain.

### **3.6 Keabsahan Data**

Penelitian studi kasus dengan sifat deskriptif memiliki tiga jenis penilaian untuk keabsahan data (Yin, *Case Study Research 5th Edition: Design and Methods*, 2014):

1. Validitas Konstruk

Melakukan identifikasi setiap langkah operasional sesuai dengan konsep yang telah ditentukan, dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber, membuat rantai bukti, serta laporan studi kasus berdasarkan apa yang didapat dari informan.

2. Validitas Eksternal

Menunjukkan kemungkinan dan cara jika studi kasus dapat digeneralisasi, dilihat dari bentuk pertanyaan penelitian yang diajukan untuk studi kasus, karena bentuk pertanyaan yang dibuat bisa membantu atau justru menghalangi preferensi untuk menemukan generalisasi.

3. Realibilitas

Memastikan jika penelitian akan diulangi oleh peneliti selanjutnya dengan cara atau prosedur yang sama, maka peneliti selanjutnya akan mendapatkan temuan dan kesimpulan yang sama dengan penelitian saat

ini. Hal ini dilakukan dengan cara menggunakan langkah studi kasus secara rinci dan mengembangkan studi kasus dengan basis data.

Penelitian ini akan menggunakan keabsahan data dengan jenis validitas konstruk, dengan cara mengumpulkan data-data dari berbagai sumber, kemudian menggabungkannya, mendapatkan rantai bukti, serta data dari informan, dan membuat laporan studi kasus.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Yin menyebutkan bahwa teknik analisis data pada studi kasus dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut (Yin, *Case Study Research 5th Edition: Design and Methods*, 2014):

#### *1. Pattern Matching*

Proses menjodohkan pola yang didasarkan antara pola berdasarkan empiris dengan pola yang telah diprediksikan atau dengan prediksi alternatif. Jika ada persamaan pada kedua pola, hasilnya akan memperkuat validitas internal dari studi kasus. Kasus yang bersifat deskriptif akan terlihat lebih relevan dengan *pattern matching*.

#### *2. Explanation Building*

Menganalisis data dengan membuat eksplanasi tentang kasus yang bersangkutan. Bentuk ini cocok untuk studi kasus eksplanatoris karena bertujuan untuk mengembangkan gagasan untuk penelitian selanjutnya.

#### *3. Time Series Analysis*

Analisis yang didasarkan pada pendekatan kronologis berdasarkan waktu secara langsung dan juga analog yang fokus terhadap pemeriksaan mengenai perkembangan kejadian situasi yang diteliti.

Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis data *pattern matching* dengan cara membandingkan hasil penelitian dengan konsep dan teori yang telah dijabarkan sebelumnya.