

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivisme. Paradigma ini digunakan untuk mencocokkan realita dengan teori dan konsep yang telah ada. Menurut Creswell (2015) asumsi dasar dari paradigma post-positivisme adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan tidak berlandaskan apapun. Maka dari itu penelitian sering ditemukan kekurangan, keterbatasan dan ketidaksempurnaan. Karena itu, banyak penelitian yang gagal untuk membuktikan hipotesisnya.
2. Penelitian merupakan proses pembuatan suatu klaim. Ketika klaim sudah didapat akan dilanjutkan menjadi klaim yang kebenarannya lebih kuat.
3. Pengetahuan terbentuk oleh karena data, bukti, serta pertimbangan logis. Peneliti memperoleh berbagai informasi dengan memakai instrumen pengukuran yang telah dijawab oleh narasumber atau informan dengan melakukan wawancara dan observasi yang mendalam.
4. Penelitian wajib mengembangkan pernyataan yang benar. Pernyataan dapat mendeskripsikan situasi yang sebenarnya terjadi dari sebuah permasalahan.
5. Sikap objektif. Peneliti harus menguji kembali metode yang digunakan serta kesimpulan yang mengandung bias.

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme untuk menyesuaikan data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber. Paradigma tersebut digunakan untuk mengetahui penyebab yang dapat mempengaruhi suatu hasil yakni bagaimana strategi *content marketing* yang dilakukan oleh 3Mongkis pada platform TikTok nya dapat membangun *customer engagement*.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dengan demikian arti atau pengertian penelitian kualitatif tersebut merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek. Alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci. Menurut Sugiyono (2015) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2015).

Sifat penelitian yang digunakan yaitu sifat penelitian deskriptif karena bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran konten yang digunakan 3Mongkis melalui media sosial TikTok nya. Menurut Moleong (2018) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang terjadi, baik secara alami maupun dibuat oleh manusia (Moleong, 2018, p. 17). Sedangkan menurut Babbie (2013) penelitian deskriptif bertujuan untuk memberi gambaran tentang suatu fakta, gejala dan realita (Babbie, 2013, p. 84) Melalui penelitian ini diharapkan adanya hasil berupa jawaban fakta yang dapat memberikan kejelasan serta validasi mengenai fenomena yang sedang diteliti tersebut.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Yin (2018) studi kasus merupakan strategi yang cocok untuk penelitian dengan pertanyaan 'bagaimana' dan 'mengapa'. Terutama sebuah penelitian yang mempunyai fokus utama pada fenomena masa kini dalam konteks kehidupan yang nyata (Yin, 2018, p. 1).

Penelitian studi kasus akan kehilangan arti jika hanya ditujukan untuk sekedar mendapat gambaran umum tanpa menemukan aspek khusus yang mendalam. Sebaliknya, penelitian studi kasus hasilnya akan kurang mendalam apabila dipusatkan pada salah satu aspek sebelum mendapat gambaran umum tentang kasus tersebut. Studi kasus yang pada penelitian ini ditujukan khususnya bagi merek fesyen lokal 3Mongkis yang menggunakan TikTok sebagai strategi pemasaran kontennya.

Data penelitian studi kasus tidak hanya diperoleh dari kasus yang diteliti namun juga diperoleh dari semua pihak yang mengetahui kasus itu. Dalam kata lain, data penelitian studi kasus bisa diperoleh dari banyak sumber selama masih dalam ranah kasus yang diteliti (Masrukhin, 2014, p. 53).

3.4 Informan

Menurut Bungin (2017) pada suatu penelitian kualitatif, informan tidak selalu harus menjadi wakil dari seluruh objek penelitian, namun yang terpenting informan harus mengetahui dan mampu mendeskripsikan situasi yang sebenarnya mengenai objek yang diteliti. Maka dari itu, subjek penelitian memiliki peran yang sangat penting dalam suatu penelitian untuk memaparkan pemahaman mengenai permasalahan yang sedang diteliti (Bungin, 2017).

Sesuai dengan pemahaman informan di atas, maka terdapat dua orang yang di pilih untuk menjadi informan pada penelitian ini. Kriteria informan pada penelitian ini adalah seseorang yang membentuk strategi *content marketing* dan juga tim *content marketing* pada akun TikTok 3Mongkis yaitu:

- 1) Informan 1 yaitu Ella Hambali yang memiliki jabatan sebagai *Content Strategist* TikTok 3Mongkis dan sudah bekerja selama tiga tahun di perusahaan 3Mongkis sejak 2020. Ella Hambali bertanggung jawab penuh atas strategi pemasaran konten 3Mongkis di media sosial TikTok.
- 2) Informan 2 yaitu Sonya Dea Afifa yang memiliki jabatan sebagai *Content Creator* TikTok 3Mongkis. Sonya Dea Afifa bertanggung jawab pada

penciptaan dan pembuatan konten 3Mongkis mulai dari *shoot video*, *editing* dan *posting* konten 3Mongkis di TikTok.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara peneliti untuk mendapatkan informasi dan fakta-fakta yang ada di lapangan karena tujuan dari melakukan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data. Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data (Sugiyono, 2015). Sedangkan menurut Menurut Satori dan Komariah (2013) pengumpulan data dari pandangan mereka berdua adalah suatu prosedur yang cara sistematis dengan cara memperoleh data yang telah dinilai penting (Satori & Komariah, 2013)

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode wawancara dalam mengumpulkan data. Wawancara adalah kegiatan tanya jawab secara lisan dan tatap muka yang dilaksanakan oleh pewawancara dengan orang yang diwawancarai atau narasumber untuk memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan (Elfrianto & Lesmana, 2022, p. 97). Pada penelitian ini, penulis menggunakan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara mendalam digunakan dalam penelitian kualitatif sebagai salah satu teknik pengumpulan data. Wawancara mendalam dilakukan dengan mengajukan pertanyaan pertanyaan terbuka, yang memungkinkan narasumber memberikan jawaban secara luas (Sukmadinata, 2013). Dalam hal ini metode wawancara mendalam yang dilakukan dengan penulis menyediakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Pada sesi wawancara ini, informan diminta untuk mengemukakan pendapat dan ide-idenya dalam menjawab pertanyaan yang sudah penulis siapkan.

3.6 Keabsahan Data

Sebuah penelitian memiliki kualitas kunci dari penelitian yang ada pada validitas atau keabsahan studi dan yang diteliti. Terdapat empat aspek untuk melakukan uji kualitas dan keabsahan data pada penelitian studi kasus menurut Yin (2018, pp. 79–82) yaitu:

1. Validitas Konstruk

Digunakan untuk mengidentifikasi ukuran operasional terhadap konsep yang diteliti. Untuk meningkatkan validitas konstruk adalah dengan mengumpulkan data yang relevan, serta mengumpulkan multi sumber bukti lalu partisipan atau informan meninjau laporan studi kasus.

2. Validitas Internal

Mengidentifikasi serta menetapkan hubungan sebab akibat. Validitas ini untuk mengimplementasikan penelitian eksplanatori dan kausal.

3. Validitas Eksternal

Keabsahan data menunjukkan apa dan bagaimana temuan studi kasus yang tergeneralisasikan mengarah kepada generalisasi statistik.

4. Validitas Reliabilitas

Keabsahan reliabilitas mengembangkan data dasar penelitian studi kasus yang ditujukan untuk meminimalisir kesalahan dan bias dalam sebuah penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data dengan aspek yang pertama yaitu validitas konstruk. Studi kasus melibatkan inferensi pada setiap peristiwa dapat diamati secara langsung. Menurut Yin (2018) seorang yang melakukan penelitian akan menarik kesimpulan bahwa peristiwa tertentu dihasilkan dari beberapa kejadian sebelumnya, berdasarkan wawancara, serta bukti dokumenter yang telah didapat sebagai bagian dari studi kasus (Yin, 2018, p. 81). Data hasil penelitian akan dianalisis dan diidentifikasi lalu pada akhirnya ditemukan penjelasan dari rumusan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran konten 3Mongkis dalam membangun *customer engagement* pada media sosial TikTok.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data membutuhkan teknik agar penelitian teridentifikasi dengan tepat dan jelas sehingga mudah untuk dicerna serta masalah penelitian terpecahkan. Terdapat lima teknik untuk menganalisis data penelitian studi kasus yaitu perbandingan pola atau *pattern matching*, pembuatan penjelasan atau *explanation building*, analisis

deret waktu atau *time-series-analysis*, model logika atau *logic models*, dan sintesis lintas kasus atau *cross-case synthesis* (Yin, 2018, p. 233).

Pada penelitian ini, teknik analisis data sesuai dengan salah satu penjelasan yang diungkapkan oleh Robert K. Yin yaitu perbandingan pola atau *pattern matching*. Menurut Yin (2018) perbandingan pola adalah proses analisis data studi kasus dengan melakukan perbandingan atau mencocokkan pola empiris berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dengan prediksi dari sebelum pengumpulan data (Yin, 2018, p. 224). Penelitian ini menggunakan teknik analisis perbandingan pola atau *pattern matching* dikarenakan hasil data yang dikumpulkan melalui proses wawancara dan dokumentasi akan dikaitkan dengan konsep yang digunakan sehingga dapat memperkuat keabsahan data penelitian studi kasus.

