

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan suatu model konseptual dan pandangan dunia yang diperlukan sebagai dasar kerangka berpikir yang menjelaskan bagaimana cara berpikir peneliti. Menurut Mulyana, paradigma merupakan sebuah persepsi untuk memahami kerumitan pada dunia nyata yang sudah tertanam pada sosialisasi para praktisinya (Mulyana, 2013).

Paradigma yang digunakan peneliti untuk penelitian ini adalah paradigma post-positivisme. Menurut John W. Creswell, paradigma post-positivisme adalah paradigma determinis yang menentukan efek atau hasil berdasarkan penyebabnya (sebab-akibat). Masalah yang dipelajari oleh paradigma post-positivisme adalah mengidentifikasi penyebab yang berdampak pada hasil. Pengetahuan dalam paradigma post-positivisme didasarkan pada observasi atau pengamatan secara cermat atas kebenaran objektif (realita). Sehingga, dapat melihat suatu akibat dari penggunaan kebutuhan tertentu berdasarkan penyebabnya (Creswell, 2014).

Terdapat 2 asumsi dalam pemahaman paradigma post-positivisme terhadap penelitian kualitatif, antara lain:

1. Reduksionisme

Reductionism atau reduksionisme adalah sebuah pemahaman atas sifat dasar yang kompleks yang disederhanakan lewat interaksi pada bagian-bagiannya. Penelitian adalah sebuah proses yang membuat sebuah klaim yang nantinya disempurnakan atau tidak memedulikan beberapa klaim terhadulu yang dimulai dengan sebuah teori.

2. Pengamatan dan Pengukuran Empiris

Pengamatan dan pengukuran yang empiris akan didapatkan melalui pertimbangan rasional, bukti serta data untuk membentuk sebuah pengetahuan. Perolehan data tersebut dikumpulkan dari informasi yang didapatkan dari seorang atau suatu sumber informasi yang disebut informan.

Peneliti memilih menggunakan paradigma post-positivisme karena peneliti ingin melihat dampak yang diterima Makuku Indonesia dalam membangun *brand awareness* dari strategi *integrated marketing communications* yang dijalankan Makuku Indonesia, melalui pengamatan dari berbagai media komunikasi.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan jenis pendekatan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian dengan pendekatan deskriptif dapat menciptakan pengetahuan yang lebih luas dan membentuk suatu pengertian dalam dunia sosial tertentu (Yin, 2018). Dalam pengaturan dunia nyata, sebuah keterangan dapat menjadi sangat rumit dan dapat mengikutsertakan periode waktu yang panjang, sehingga kondisi tersebut membutuhkan penggunaan metode studi kasus dibandingkan survey ataupun eksperimen. Sifat dari penelitian ini dapat diartikan sebagai sebuah prosedur untuk memecah fenomena yang diteliti dengan memberikan ilustrasi atas keadaan subjek tampak yang diteliti.

Yin juga menyatakan bahwa metode deskriptif memberikan ilustrasi yang lebih mendetail yang berkaitan dengan suatu kasus tertentu mengenai observasi yang dilakukan secara intensif (Yin, 2018). Metode ini ditujukan untuk melihat dan memahami hal yang dituju berdasarkan prosesnya.

Berdasarkan pengertian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penelitian pendekatan kualitatif adalah sebuah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui serta memahami suatu realita yang terjadi secara nyata dengan data yang diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara. Hasil analisa yang

dihasilkan berupa *transcript* wawancara yang dirangkum menjadi sebuah kesimpulan sehingga dapat dilihat relasinya dengan kenyataan yang terjadi di dunia nyata.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif bersifat deskriptif karena melalui penelitian ini peneliti ingin memahami fenomena yang diteliti dan mendapatkan hasil penelitian dengan melakukan wawancara kepada staff Makuku Indonesia yang terlibat dalam penyusunan dan pelaksanaan strategi *integrated marketing communications* untuk membangun *brand awareness* yang dilakukan oleh Makuku Indonesia. Peneliti harus menganalisa data yang didapatkan dengan yang berkaitan (relativisme) dengan dunia nyata. Selain itu, karena penelitian yang dilakukan ini bersifat deskriptif, hasil yang didapatkan dari penelitian ini juga sudah terbukti, tidak sekedar prediktif. Penelitian ini akan mendeskripsikan serta memahami pengetahuan dan sikap dari semua aspek yang telah diteliti.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah metode studi kasus berdasarkan pendekatan Yin. Penelitian dengan metode studi kasus juga bisa diterapkan saat pembatas diantara fenomena dengan realita atau konteks kehidupan nyata cenderung samar atau tidak terlihat secara nyata. Dengan begitu, dapat menciptakan berbagai hal yang perlu ditemukan solusi atau jawabannya (Yin, 2018).

Pemilihan metode studi kasus untuk penelitian ini dipilih dikarenakan peneliti ingin menganalisa bagaimana strategi *Integrated marketing communication* dalam membangun *brand awareness* yang dilakukan oleh Makuku Indonesia. Kemudian, pembuktian dari pada hasil peningkatan *brand awareness* Makuku Indonesia akan diperkuat oleh hasil temuan dari penelitian terdahulu dengan metode kuantitatif.

3.4 Partisipan

Dalam sebuah penelitian kualitatif, seorang informan sangat diperlukan untuk memberikan informasi serta keterangan atas fenomena yang sedang diteliti. Tidak hanya untuk memberikan informasi dan penjelasan kepada peneliti, seorang informan juga ikut serta memberikan kontribusi dalam memberikan fakta dan bukti lainnya untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Serta membuka akses atas sumber lainnya yang berkaitan dengan fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini juga terdapat 3 partisipan dari internal Makuku Indonesia yang terlibat dengan masalah yang ingin diteliti.

Partisipan yang pertama dalam penelitian ini adalah salah satu *staff* Makuku Indonesia, Novita, bergabung dengan Makuku Indonesia pada tahun 2020 dengan jabatan *assistant director branding* di Makuku Indonesia. Saat ini Novita merupakan *assistant director of branding & Key opinion leaders manager* di Makuku Indonesia. Yang bertanggung jawab atas aktivitas seluruh aktivitas *integrated marketing communications* yang dijalankan oleh Makuku Indonesia dimana *brand activation* menjadi salah satu kegiatannya. Selain itu, Novita juga bertanggung jawab atas pemilihan *brand ambassadors* Makuku Indonesia, guna mempromosikan Makuku Indonesia secara efektif dan efisien. Selain pemilihan *brand ambassador* Novita juga bertanggung jawab atas komunikasi dan menjaga hubungan dengan *brand ambassadors* yang dimiliki Makuku saat ini.

Partisipan yang kedua untuk penelitian ini juga merupakan salah satu *staff* Makuku Indonesia, Tiffany, bergabung dengan Makuku Indonesia sejak 2021 dengan jabatan *Marketing Planner* dibawah departemen *Branding & Marketing* Makuku Indonesia. Yanti bertanggung jawab atas analisa pasar, analisa *trend*, dan membuat strategi pemasaran untuk dijadikan sebuah kampanye dari Makuku Indonesia yang nantinya dijadikan pesan utama dalam berbagai aktivitas *integrated marketing communications* yang dilaksanakan oleh Makuku Indonesia.

Partisipan yang ketiga untuk penelitian ini juga merupakan salah satu *staff* Makuku Indonesia, Davina, bergabung dengan Makuku Indonesia sejak 2020 dengan jabatan asisten direktur *E-commerce* merangkap *manager E-commerce* Makuku Indonesia. Davina bertanggung jawab atas analisa pasar, analisa *trend*, dan pengembangan Makuku Indonesia dari berbagai platform *E-commerce* di Indonesia.

Ketiga partisipan diatas dipilih karena mereka mampu memberikan data yang aktual dan tepat atas fenomena yang ingin diteliti oleh peneliti dari pihak internal Makuku Indonesia, sehingga dapat dijadikan acuan utama dalam menjalankan penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah sebuah cara atau teknik yang dilakukan oleh peneliti demi mendapatkan informasi dan data yang dapat digunakan untuk dijadikan data pendukung dalam menjalankan penelitian. Berdasarkan pendapat Yin, pengaturan kenyataan dapat memberikan suatu penjelasan yang sangat rumit, oleh karena itu metode penelitian studi kasus perlu melakukan wawancara, obeservasi serta studi dokumentasi menjadi jalan menggumpulkan data yang secara efektif (Yin, 2018). Dalam mengumpulkan data untuk penelitian yang dilakukan peneliti, peneliti memilih melakukan *in-depth interview* atau wawancara mendalam dengan kedua informan diatas, serta menambahkan data hasil observasi dan studi dokumentasi sebagai data pendukung dalam melakukan penelitian ini.

Di dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data melalui wawancara secara langsung dengan informan. Metode *in-depth interview* atau wawan cara mendalam sebaiknya dilakukan secara fleksibel guna mempermudah peneliti dalam melakukan observasi terhadap partisipan atau narasumber yang bersangkutan(Yin, 2018). Akan tetapi, dalam penelitian ini

peneliti memilih untuk melakukan wawancara secara semi-terstruktur karena peneliti telah memiliki garis besar pertanyaan yang ingin ditanyakan.

Kemudian, hasil dari *in depth-interview* yang dilakukan akan dibuktikan dan dihubungkan dengan hasil obeservasi pada media sosial Makuku Indonesia, serta diperkuat dengan data yang didapatkan dari penelitian terdahulu maupun hasil observasi peneliti.

3.6 Keabsahan Data

Pembuktian validitas sebuah data dan hasil penelitian dengan metode studi kasus menurut Yin, menggunakan 4 jenis validitas untuk membuktikan kebasahan data hasil penelitian(Yin, 2018), yaitu :

1. *Construct Validity*

Construct validity merupakan uji validitas yang dapat dilakukan dengan dua cara, yang pertama dengan menghubungkan konsep yang spesifik dan hubungkan dengan tujuan penelitian. Yang kedua adalah dengan melakukan identifikasi terhadap langkah operasional mengenai konsep dengan mengutip penelitian terdahulu dengan pola yang sama. Strategi komunikasi pemasaran terpadu digunakan sebagai landasan pertama dalam penelitian ini. Konsep tersebut digunakan untuk melihat hubungan strategi *integrated marketing communication* dalam meningkatkan *brand awareness* yang dilakukan oleh Makuku Indonesia.

2. *Internal Validity*

Internal Validity merupakan uji validitas yang berkaitan dengan hubungan sebab akibat dimana suatu kondisi tertentu dipercaya disebabkan oleh kondisi tertentu lainnya, sehingga peneliti mencoba untuk menganalisa hubungannya melau informasi dari pihak internal. Dalam aspek ini, sumber

informasi dari pihak internal dimaksud adalah para informan yang merupakan *staff* Makuku Indonesia.

3. *External Validity*

External validity merupakan sebuah uji validitas yang digunakan untuk menunjukkan apa serta bagaimana sebuah studi kasus dapat digeneralisasikan dengan informasi pendukung melalui sumber eksternal. Dalam aspek ini peneliti memperoleh data melalui sumber eksternal dari hasil observasi, serta temuan penelitian terdahulu. Yang bertujuan untuk membuktikan strategi yang diterapkan benar mampu membangun *brand awareness* dari Makuku Indonesia.

4. *Reliability*

Reliability adalah sebuah demonstrasi pada operasi sebuah penelitian seperti cara pengumpulan data yang mengulang dengan hasil yang sama untuk meminimalisi kesalahan dalam penelitian, melalui informan dan data yang bisa dipercaya.

Dalam aspek ini, peneliti memilah data hasil temuan observasi, wawancara, data serta temuan dari penelitian terdahulu dari sumber-sumber yang kredibel, sehingga hasil penelitian yang didapatkan bisa dipercaya.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini adalah teknik analisis *pattern matching* yang dikemukakan oleh Yin. *Pattern matching* merupakan sebuah teknik analisis data dengan cara membuat perbandingan antara bukti nyata yang didapatkan dari observasi dengan prediksi dari sebuah teori (Yin, 2018).

Analisis data dalam penelitian kualitatif ini telah dilakukan pada saat merumuskan masalah serta menjelaskan masalah yang ingin diteliti. Sebelum

melakukan wawancara dan observasi di lapangan, penelien ini mengacu kepada strategi komunikasi pemasaran terpadu, penelitian ini juga mengacu kepada aktivitas *brand activation* yang menggunakan *brand ambassador* untuk melaksanakan strategi *integrated marketing communication* dengan tujuan meningkatkan *brand awareness* di khalayak. Setelah melakukan wawancara, peneliti menganalisa jawaban dari pertanyaan wawancara yang dilakukan dan membandingkannya dengan berbagai konsep yang digunakan dalam penelitina ini. Sesudah itu data yang sudah diterima nantinya akan disusun dan disederhanakan sehigga dapat menggambarkan kesimpulan akhir dari penelitian yang dilakukan. Sehingga ketika semua data telah dikumpulkan, peneliti akan mendapatkan hasil akhir yang akan dipertajam, dikonfirmasi, serta direvisi untuk mendapatkan kesimpulan akhir untuk penelitian ini.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA