

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Peneliti pada penelitian ini menggunakan paradigma post positivism. Paradigma ini meyakini adanya hubungan atau korelasi sebab dan akibat yang memiliki kemungkinan yang sangat tinggi untuk menentukan akibat dan hasil akhir. Sehingga masalah apa yang diteliti untuk mencerminkan kebutuhan untuk mencari tahu dan menilai penyebab yang mempengaruhi hasil (Creswell, 2016).

Kesinambungan paradigma dengan apa yang diteliti peneliti adalah bahwa penelitian ini ingin meneliti sumber pesan atau komunikator yaitu *Host Live Shopping* dari Jacqueline. Peneliti meneliti bagaimana *brand* Jacqueline memilih *host live shopping* untuk berjualan melalui fitur *live streaming* TikTok. Karena jika dari komunikator sudah sesuai kriteria dan memenuhi ciri ciri utama dari komunikator dalam komunikasi persuasif, nantinya akan mempengaruhi performa hasil penjualan selama *live* berlangsung.

Terdapat juga berbagai macam asumsi yang menjadi kunci dari paradigma post positivism diantaranya:

1. Pengetahuan yang dibentuk melalui pendekatan ini bersifat tidak mutlak. Maka dari itu bukti yang dikumpulkan tidak akan cukup sempurna dan bisa banyak kesalahan.
2. Proses penelitian membantuk suatu klaim dan mengikuti terus menerus tentang klaim ditinggalkan atau diperbaiki.
3. Pengetahuan yang dibentuk dalam paradigma ini berasar pada informasi yang didapatkan dari bukti, data dan pertimbangan logis yang dilakukan peneliti.
4. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan pertanyaan yang akurat dan juga sesuai sehingga mampu menjelaskan situasi atau hubungan penyebab yang menarik untuk ditelusuri kembali.
5. Salah satu elemen yang paling penting dalam penelitian adalah objektivitas.

Dilihat dari penjelasan mendalam tentang paradigma post positivism, peneliti memutuskan untuk menjadikannya sebagai paradigma penelitian peneliti dikarenakan ingin mencari tahu bagaimana strategi penentuan komunikator atau *host brand* Jacqueline pada Live Shopping TikTok.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Kualitatif adalah jenis penelitian yang dipilih peneliti. Menurut Moleong (2017), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang nantinya akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari perilaku atau tindakan orang yang diamati.

Penelitian ini bersifat deskriptif, karena penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang mendalam tentang fenomena secara alami atau buatan manusia sehingga hasil subjek ini nantinya akan dianalisis atau dideskripsikan dengan cara yang khusus (Adiputra et al., 2021). Penelitian ini akan dibahas secara deskriptif untuk menjelaskan secara terperinci dan menyeluruh perihal strategi komunikasi persuasif *brand* Jacqueline dalam memilih *host live shopping* TikTok.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah studi kasus. Metode studi kasus adalah untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif dan juga rinci terhadap suatu fenomena yang diteliti (Yin, 2018).

Dengan menggunakan metode studi kasus, peneliti dapat memahami pemahaman secara mendalam tentang apa yang mau diteliti. Karena peneliti sendiri ingin menelusuri fenomena *live shopping* yang saat ini sedang sangat *viral* di media sosial khususnya TikTok yang juga turut dimanfaatkan oleh *brand* Jacqueline.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.4 Pemilihan Informan Penelitian

Informan yang dipilih adalah informan yang pastinya relevan dan ada keterikatan pada topik penelitian peneliti. Teknik pemilihan informan peneliti menunggunakan teknik *purposive sampling*. Dikarenakan pemilihan informan yang dilakukan peneliti tidak secara acak tetapi melihat adanya hubungan atau relevansi dengan topik penelitian (Sugiyono, 2020).

Informan di bawah atau yang terpilih ini dibagi menjadi dua kategori yaitu satu orang berprofesi sebagai TikTok *Specialist* dan tiga informan yang lain adalah yang berprofesi sebagai TikTok *Host Live Shopping*. Informan yang memiliki kriteria yang bersifat homogen yaitu cantik, semuanya beretnis tionghoa dan mengerti akan dunia *live shopping* dan kecantikan.

Infoman yang peneliti pilih adalah informan yang memiliki kredibilitas yang nyata dalam hal dunia *live shopping*. Terdapat empat informan yang mampu mewakili dan menjawab tujuan serta pertanyaan penelitian diantaranya:

1. Farrah Diba yang berprofesi sebagai TikTok *Specialist* Jacqueline.
2. *Host Live Shopping* Jacqueline yang bersifat homogen atau memiliki kemiripan diantaranya:
 - a. Angel Vanessi
 - b. Sani Elysia
 - c. Emiliana Natalie Velda

Narasumber ini dipilih untuk mengupas lebih dalam tentang strategi penentuan komunikator atau *host brand* Jacqueline pada *host live shopping* TikTok.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Wawancara semi-terstruktur secara mendalam adalah teknik pengumpulan data yang peneliti pilih untuk penelitian ini. Dengan menggunakan strategi memperoleh data secara terbuka. Dimana narasumber sudah mengetahui dan menyetujui menjadi informan yang sedang diteliti oleh peneliti. Wawancara semi terstruktur ini merupakan salah satu jenis wawancara yang mengkombinasikan keuntungan dari wawancara yang terstruktur dan tidak. Wawancara ini memiliki fleksibilitas untuk baik penanya dan penjawab melakukan improvisasi saat wawancara berlangsung,

Menurut Creswell & Creswell (2018), wawancara semi terstruktur adalah jenis wawancara yang cocok untuk penelitian kualitatif karena wawancara ini mengandalkan daftar pertanyaan yang sudah dirancang peneliti dengan baik namun penanya juga harus memiliki keterbukaan pada tanggapan yang muncul dari narasumber saat wawancara sedang berjalan. Sehingga bila dipersingkat, wawancara semi terstruktur ini adalah wawancara yang memberikan kesempatan untuk pengumpulan data tentang narasumber atau informan dengan tanpa mengikat dari pertanyaan yang cenderung kaku.

Dari penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur karena penelitian ini akan mewawancarai *host live shopping* dan juga *TikTok Specialist* yang memiliki *point of view* yang berbeda-beda. Sehingga pada saat wawancara pun, peneliti membebaskan informan untuk menjawab secara leluasa tanpa di batasi apapun agar tidak cenderung kaku.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Triangulasi adalah teknik keabsahan data yang peneliti pilih. Sehingga data yang dikumpulkan diawal bisa dikatakan akurat dan juga kredibel. Menurut Sugiyono (2020), triangulasi memiliki tujuan untuk pemeriksaan ulang terhadap kevalidan data dengan membandingkan data yang diperoleh dengan membandingkan peneliti sebanyak dua atau lebih. Maka dari itu pada penelitian ini, peneliti memilih triangulasi sumber data sebagai teknik keabsahan data.

Peneliti menggunakan triangulasi untuk keabsahan data dikarenakan peneliti mewawancarai beberapa narasumber yaitu empat orang diantaranya satu TikTok *Specialist* dan tiga orang *host live shopping* dari Jacqueline.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebuah proses mengorganisasikan dan juga menruntutkan yang didapat peneliti dan akhirnya data tersebut dikategorikan dengan fokus masalah penelitian yang kemudian disusun secara sistematis sehinggampu terjawab melalui kesimpulan dan menjawab pertanyaan penelitian (Samsu,2017).

Metode studi kasus memiliki beberapa cara yaitu lima teknik analisis data yaitu *pattern, matching, explanation building, time-series analysis, logic models,* dan *cross case synthesis* (Yin, 2018). Karena metode penelitian ini menggunakan studi kasus, maka peneliti memilih *pattern matching* sebagai teknik analisis data. Definisi dari *pattern matching* menurut Yin (2018), adalah sebuah teknik yang membandingkan pola-pola data yang diperoleh dengan pola- pola yang sudah ada pada teori atau hipotesis yang dipakai dalam penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara secara daring dan juga melakukan dokumentasi yang merupakan pola prediksi setelah itu, di bandingkan dengan pola empiris yaitu teori atau konsep, sehingga nanti dari sana akan tau kesesuaian dari data yang ditemukan.

