

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan sebuah kerangka berpikir yang digunakan peneliti tentang sebuah fenomena yang bersangkutan. Paradigma menjadi pandangan dasar dari pokok bahasan ilmu untuk menemukan suatu yang baru untuk diteliti dan dikaji (Salma, 2022). Paradigma penelitian dapat memunculkan pendekatan-pendekatan dalam penelitian sebagai acuan atau alat bantu saat penelitian dilakukan. Paradigma penelitian digunakan untuk mencari pertanyaan-pertanyaan data penelitian.

Terdapat empat jenis paradigma yang secara umum digunakan dalam penelitian yaitu paradigma positivisme, paradigma post-positivisme, paradigma konstruktivisme, dan paradigma kritis (Irawati et al., 2021). Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivisme, dimana paradigma ini memandang adanya peran dan subjek yang menentukan ada atau tidaknya realitas. Paradigma ini percaya bahwa realita itu benar adanya. Dalam aspek ontologi, paradigma post-positivisme menganut *critical realism*, dimana realitas ada dalam kenyataan, tetapi mustahil bagi peneliti untuk melihat realitas secara sempurna. Dalam aspek epistemologi, subjek dari paradigma post-positivisme bersifat objektif, dimana hubungan peneliti dengan realitas tidak dapat dipisahkan. Aspek aksiologi menyelidiki nilai-nilai, dimana dilakukan dengan bereksperimen dan melihat kebenaran apabila berinteraksi dengan objek yang diteliti (Sundaro, 2022).

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme, dimana fenomena yang diangkat membahas transisi yang dilakukan oleh Makarizo dalam penggunaan fitur keranjang kuning sebelum, saat, dan sesudah penutupan TikTok Shop. Fenomena ini menjadi menarik karena sebelumnya Makarizo menggunakan fitur keranjang kuning dalam *posting* konten dan melakukan *live streaming*. Namun, setelah ditutupnya TikTok Shop, fitur keranjang kuning hilang sehingga Makarizo

harus melakukan strategi baru dalam *posting* konten dan melakukan *live streaming*. Saat ini, TikTok Shop telah kembali dibuka, Makarizo kembali menggunakan fitur keranjang kuning dengan menerapkan strategi-strategi baru dalam *posting* konten dan melakukan *live streaming*.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian dengan jenis kualitatif dengan sifat deskriptif. Menurut Creswell dalam (Salma, 2023), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti masalah manusia dan sosial. Dalam penelitian kualitatif, hasil penelitian akan berdasarkan laporan dan analisa yang didapatkan di lapangan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang diangkat. Dengan menggunakan penelitian kualitatif, maka peneliti dapat melihat gambaran dari fenomena yang diteliti. Jenis penelitian kualitatif fokus kepada pengamatan yang mendalam. Penelitian kualitatif memiliki dua jenis sifat yaitu deskriptif dan eksploratif.

Menurut Mukhtar dalam “Peran Pustakawan Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Repositori Perpustakaan Perguruan Tinggi Pada Perpustakaan Universitas Indonesia” (Reyhan et al., 2019), penelitian kualitatif deskriptif adalah sebuah metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan terhadap penelitian dalam satu waktu tertentu. Dengan sifat deskriptif, maka fenomena yang diteliti dapat tergambar secara utuh dan mendalam. Sedangkan sifat eksplanatori adalah pencarian hubungan sebab akibat dan menghasilkan gagasan baru dari fenomena yang diteliti (Morissan, 2019)

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif. Penelitian ini ingin mendalami tentang bagaimana Makarizo bertransisi dalam menggunakan fitur keranjang kuning di aplikasi TikTok pada sebelum, saat, dan sesudah penutupan TikTok Shop.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode studi kasus. Studi kasus adalah sebuah penelitian tentang sebuah peristiwa tanpa intervensi dari peneliti. Sehingga,

dalam penelitian yang menggunakan metode penelitian studi kasus, peneliti tidak menjadi bagian dari objek penelitian. Peneliti hanya mendatangi untuk menganalisis (Hafizha, 2023). Studi kasus memiliki tujuan untuk memahami individu secara mendalam tentang perkembangannya dan penyesuaian dengan lingkungannya. Tidak hanya itu, studi kasus juga bertujuan untuk mempelajari tentang latar belakang keadaan dalam interaksi lingkungan, individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat (Assyakurrohim et al., 2022).

Dalam mengaplikasikan metode studi kasus kedalam penelitian ini, maka peneliti akan mengambil kasus dari *brand* Makarizo yang menggunakan fitur keranjang kuning TikTok Shop sebagai salah satu strategi *marketing*-nya. Pengumpulan data akan dilakukan dengan cara wawancara. Peneliti memilih narasumber yang bekerja langsung di *brand* Makarizo dalam menjalankan kegiatan *marketing* dengan aplikasi TikTok. Peneliti telah memilih Cantika Oryza Savira (*brand activation*), Putiari Alaina Rizki (*social media & content marketing*), dan Priskilla Theresia Tetrasetya (*live stream host*) sebagai narasumber dalam penelitian ini. Wawancara akan dilaksanakan secara *online* via Zoom. Nantinya, hasil dari wawancara tersebut akan dianalisis untuk melihat bagaimana Makarizo melakukan *live streaming* sebelum, saat, dan sesudah ditutupnya TikTok Shop.

3.4 Pemilihan Informan Penelitian

Penelitian ini membutuhkan informan untuk mendalami tentang strategi *brand* Makarizo dalam melakukan *live streaming* setelah ditutupnya TikTok Shop. Informan memberikan kontribusi dalam bentuk jawaban agar peneliti bisa mendapatkan hasil dari penelitian. Menurut Moelong dalam (Arifa, 2023), informan adalah seseorang yang memberikan informasi terkait dengan topik penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti.

Informan dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Dengan teknik *purposive sampling*, maka informan dicari tidak dengan secara *random* namun dengan sebuah seleksi berdasarkan informasi yang dapat diberikan yang berkaitan dengan penelitian (Clark et al., 2021). Informan yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah seseorang yang secara langsung berada

dalam Makarizo dan mengelola strategi *marketing* yang dilakukan Makarizo di aplikasi TikTok. Peneliti membutuhkan informan dengan kriteria sebagai berikut:

3. Mengatur setiap *live streaming* yang dilakukan Makarizo, mulai dari jadwal *live*, harga, dan promo selama *live*.
4. Mengatur pembuatan konten di Makarizo untuk meningkatkan *live streaming* yang dilaksanakan.
5. Berperan sebagai *host live* Makarizo di masa sebelum, saat, dan setelah penutupan TikTok Shop.

Berdasarkan kriteria diatas, informan yang telah ditentukan dalam penelitian ini adalah,

3.4.1 Cantika Oryza Savira (*Brand Activation*)

Cantika Oryza Savira adalah bagian dari *marketing staff* di Makarizo. Sebagai *marketing staff* di Makarizo, tugas dari Cantika adalah meng-*handle* bagian *brand activation* yang memantau dan mengatur *live streaming* yang dilakukan setiap harinya untuk TikTok *brand* Makarizo. Cantika menjadi pengambil keputusan dan penentu target dalam kegiatan pemasaran Makarizo melalui *live streaming*. Maka dari itu, peneliti memilih Cantika untuk menjadi narasumber karena ia dapat memberikan informasi yang paling relevan dalam penelitian ini terkait *live streaming* Makarizo yang dilaksanakan di aplikasi TikTok sebelum, saat, dan sesudah penutupan TikTok Shop.

3.4.2 Priskilla Theresia Tetrasetya (*Live Stream Host*)

Priskilla Theresia Tetrasetya adalah salah satu *live stream host* Makarizo. Setiap harinya, Priskilla melakukan *live streaming* di aplikasi TikTok. Peneliti merasa bahwa Priskilla cocok untuk menjadi narasumber untuk memberikan informasi terkait kegiatan *live streaming* Makarizo sebelum, saat, dan sesudah penutupan TikTok Shop.

3.4.3 Putiari Alaina Rizki (*Content Creator*)

Putiari Alaina Rizki merupakan bagian dari *marketing staff* Makarizo yang meng-*handle content creator* Makarizo. Puti mengepalasi segala konten yang di *upload* dalam media sosial Makarizo. Puti juga mengatur *content* yang di *upload* di akun TikTok Makarizo. Maka dari itu, peneliti memilih Puti untuk menjadi narasumber karena ia dapat memberikan informasi terkait *content creation* yang dilaksanakan oleh Makarizo sebelum, saat, dan sesudah penutupan TikTok Shop.

3.4.4 Kevin Sanly Putera (Dosen Komunikasi)

Kevin Sanly Putera menjadi dosen komunikasi sejak tahun 2021 yang berfokus di *digital marketing, communication for sustainable communication, interpersonal communication, dan intercultural communication*. Peneliti memilih Kevin untuk menjadi narasumber ahli untuk membantu pembahasan peneliti dalam melihat bagaimana Makarizo menerapkan *live selling* dan *content creation*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara untuk mendapatkan data yang dapat menjawab penelitian. Pengumpulan data memiliki hubungan erat dengan masalah dari penelitian. Terdapat berbagai teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, kuisisioner, studi pustaka, dan lain-lain (Teniwut, 2022). Data dibagi menjadi dua, data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui bukti pribadi seperti kuisisioner, studi kasus, ataupun wawancara. Data sekunder adalah data yang didapatkan dari data yang sebelumnya sudah ada dalam jurnal, *website*, penelitian sebelumnya, dan lain-lain (Maulid, 2022). Penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data primer berupa wawancara. Data sekunder yang akan digunakan adalah jurnal dan penelitian sebelumnya.

3.5.1 Data Primer

3.5.1.1 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dikumpulkan dengan tanya jawab secara langsung kepada narasumber. Peneliti akan mengumpulkan data primer melalui wawancara ini. Dalam wawancara, terdapat 3 jenis bentuk wawancara yaitu wawancara berstruktur, wawancara tak berstruktur, dan wawancara campuran (Gama, 2016). Penelitian ini menggunakan wawancara berstruktur. Wawancara terstruktur berarti wawancara ini memiliki tujuan agar dapat mengumpulkan informasi yang dibutuhkan, dan peneliti sudah mengetahui informasi apa yang akan didapat.

3.5.2 Data Sekunder

3.5.2.1 Jurnal

Jurnal adalah catatan yang dibuat tentang suatu pemikiran, kegiatan, ataupun peristiwa. Jurnal memuat sebuah hasil penelitian yang sebelumnya telah dilakukan (Kurnia, 2023). Jurnal dapat membantu peneliti untuk membandingkan hasil penelitian yang ditemukan dalam penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Peneliti akan membandingkan kegiatan *live streaming* dan *content marketing* yang dilakukan di aplikasi TikTok di sebelum, saat, dan sesudah penutupan TikTok Shop dengan penelitian sebelumnya.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi. Triangulasi merupakan pendekatan untuk menggali dan mengolah data kualitatif. Triangulasi merupakan gabungan dari berbagai metode untuk mengkaji fenomena yang terkait dari perspektif yang berbeda. Triangulasi digunakan untuk menguatkan temuan.

Terdapat tiga macam triangulasi yaitu triangulasi metode, triangulasi sumber data, dan triangulasi teori (Pradistya, 2021). Penelitian ini menggunakan

triangulasi sumber data, dimana dari informan yang ada, akan dilihat hasil wawancara dari masing-masing informan untuk mengolah data.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara bagi peneliti untuk mengolah data yang ia dapatkan menjadi sebuah informasi melalui observasi, survei, wawancara, dan lain-lain (Hafizha, 2023). Dalam metode penelitian studi kasus, menurut Yin dalam (Thabroni, 2021), teknik analisis untuk studi kasus dibagi menjadi tiga yaitu, *pattern matching*, *explanation building*, dan *time-series analysis*. Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis data *pattern matching*. Teknik *pattern matching* membutuhkan dua elemen atau lebih untuk bisa mendeteksi sebuah pola (Svith, 2023). Teknik ini akan mengamati elemen dari tiap narasumber yang terlibat *live streaming*. Teknik ini akan membuktikan validitas dari penelitian ini.

