

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian merupakan serangkaian ilmiah dalam membuat persepsi untuk memecahkan masalah penelitian sedangkan kesimpulan berupa kebenaran ilmiah. Kebenaran ilmiah merupakan kebenaran yang sifatnya terbatas pada kemampuan daya pikir rasional manusia. Oleh sebab itu, kebenaran ilmiah sifatnya tidak tetap dan peneliti dapat melakukan uji ulang terhadap penelitian terdahulu. paradigma penelitian merupakan hubungan antara variabel yang diteliti berdasarkan rumusan masalah yang kemudian dicari jawabannya.

Paradigma dibagi menjadi beberapa bentuk yang postpositivisme, transformatif, konstruktivisme, dan pragmatis. Menurut Creswell (2014), Memahami mengenai paradigma dapat membuat peneliti lebih terstruktur dalam Menyusun pendekatan penelitian yang sesuai dengan filosofis dan teoritis yang dianut. Post-positivism merupakan paradigma penelitian yang diambil oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini. Paradigma post-positivist dilakukan dengan mengumpulkan data dan teori yang ada yang digunakan untuk memperkuat ataupun membuktikan jika adanya misinformasi atau kesalahan untuk nantinya dilakukan perbaikan atau revisi. (Creswell, 2014)

Asumsi dalam paradigma post-positivist menurut Creswell (2014)

1. Kebenaran tidak ada yang mutlak dan bersifat sebuah dugaan, pengumpulan data dan bukti dapat sewaktu-waktu terbukti salah atau kurang tepat.
2. Pembentukan klaim dilakukan dalam paradigma ini. Klaim yang sudah ada dapat menjadi titik fokus penelitian atau dengan memfokuskan pada klaim lain yang lebih rinci untuk subjek atau objek yang diteliti.
3. Informasi dalam penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan data, pertimbangan, dan bukti dari sumber yang terpercaya.

4. Pengembangan pernyataan yang menggambarkan penelitian dengan relevan.
5. Memiliki sikap yang objektif dalam proses penelitian, melakukan pemeriksaan metode dan kesimpulan sehingga hasilnya menjadi valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

Peneliti menggunakan paradigma post-positivism dalam penelitian ini, hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang nyata dengan melakukan wawancara langsung dengan informan yang berkecimpung langsung pada penerapan strategi komunikasi pemasaran. Setelah pengumpulan data dan juga beberapa perspektif baru dari informan, maka hasil dari penelitian ini menghasilkan penelitian yang baru dan khas sesuai dengan penggabungan dari data dan teori yang ada.

Penelitian dengan paradigma ini juga membuat peneliti memahami strategi yang digunakan oleh Sepatu Kanky dalam kolaborasi bersama Dr.Tirta, namun di sisi yang sama juga dapat menyadari bahwa data tersebut dan juga interpretasi dari mereka memiliki kemungkinan untuk dipengaruhi oleh berbagai faktor subjektif.

### **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif studi kasus dari Robert K.Yin dengan dukungan data lain yang diambil dari studi pustaka berupa buku, jurnal sampai dengan media sosial perusahaan. Selain itu, peneliti juga memperoleh data sesuai dengan prosedur kualitatif, yaitu melalui proses wawancara yang dilakukan dengan pihak-pihak terkait dari *brand* Sepatu Kanky untuk memperoleh data yang diperlukan pada metode studi kasus.

Menurut Sahir (2021, p. 6), terdapat dua jenis metode dalam penelitian yaitu kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang dasarnya lewat suatu fenomena dengan pendekatannya melalui data yang dianalisis secara deskriptif dengan didukung pengetahuan yang luas dari peneliti. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang memiliki tingkat variasi yang lebih rumit, membutuhkan sampel dalam jumlah yang banyak, namun metode ini lebih sistematis dan mutlak datanya.

Jenis penelitian dibedakan berdasarkan jenis data yang dibutuhkan secara umum menjadi dua. Menurut Hikmawati (2017), jenis penelitian tersebut, yaitu:

#### 1. Penelitian Primer

Penelitian Primer mengumpulkan data dan informasi melalui sumber pertama (responden). Data tersebut didapatkan lewat pertanyaan tertulis dengan beberapa cara lewat kuisioner atau lisan lewat wawancara. Kategori yang termasuk dalam penelitian ini adalah studi kasus, survei, dan riset eksperimental.

#### 2. Penelitian Sekunder

Penelitian ini mendapatkan data, namun tidak langsung dari sumber pertamanya. Penelitian ini juga dikenal sebagai penelitian yang digunakan oleh peneliti dengan melalui studi kepustakaan dan digunakan oleh para peneliti yang menganut metode kualitatif.

Peneliti menggunakan jenis kualitatif dengan tujuan agar bisa menganalisis secara detail dan rinci mengenai strategi Komunikasi pemasaran Sepatu Kanky dalam kolaborasi dengan Dr.Tirta lewat media sosial. Menurut Sahir (2021, p. 4), terdapat tiga aspek penelitian dalam menyusun sebuah penelitian, yaitu:

##### 1. Aspek Ontologis

Aspek ini merupakan sudut pandang dari peneliti tentang bagaimana mereka melihat subjek penelitian dengan nyata, membuat asumsi tentang subjek yang diteliti, dan membandingkan dengan kumpulan asumsi yang ada, lalu pada akhirnya ditarik sebuah kesimpulan.

Dalam penelitian ini, aspek ontologis akan melibatkan pemahaman peneliti mengenai realitas dari strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan dalam kolaborasi antara Sepatu Kanky dan Dr.Tirta, pengamatan nyata terhadap strategi promosi yang dilakukan lewat media sosial, event marketing, kampanye iklan, dan aktivitas promosi yang lain, asumsi

mengenai kolaborasi dengan Dr.Tirta meningkatkan penjualan dari Sepatu Kanky. Perbandingan asumsi dengan melakukan perbandingan dengan perusahaan lain dengan strategi promosi yang serupa, atau dengan data historis penjualan Sepatu Kanky ini dengan dua periode waktu yang berbeda, yaitu sebelum dan sesudah melakukan kolaborasi dengan Dr.Tirta.

## 2. Aspek Epistemologis

Aspek epistemologis merupakan sudut pandang peneliti untuk menentukan langkah terbaik untuk melakukan pengumpulan data dan mempelajari subjek penelitian menggunakan metode ilmiah yang dilengkapi dengan cara berpikir ilmiah. Penelitian ini melakukan aspek epistemologis, atau cara peneliti mendapatkan pengetahuan dan memvalidasinya adalah dengan mencari metode pengumpulan data yang tepat, yaitu dengan melakukan wawancara dengan sumber langsung dari bidang sosial media dan sales dari Sepatu Kanky dan menganalisis konten dari kampanye Komunikasi pemasaran di media sosial Sepatu Kanky dan Dr, Tirta. Peneliti juga menggunakan teori dan konsep yang relevan dengan pembahasan penelitian untuk memahami dan mengevaluasi strategi promosi. Konsep yang dikumpulkan dapat menjadi dasar yang kuat untuk melakukan analisis, disertakan juga dengan memvalidasi dan memverifikasi data yang ada.

## 3. Aspek Aksiologis

Aspek aksiologis merupakan sudut pandang peneliti mengenai bagaimana mendeskripsikan dan memprediksi berbagai fenomena yang sesuai dengan subjek dalam penelitian, Melibatkan penilaian peneliti mengenai nilai dan dampak dari strategi promosi yang digunakan dalam kolaborasi.

Dalam penelitian ini, terdapat penilaian terhadap strategi yang dilakukan, memastikan bahwa informasi atau strategi yang digunakan tersebut jujur, tidak menyesatkan, dan menghormati konsumen. Peneliti

mendeskripsikan dampak sosial dan ekonomi dari strategi promosi ini dengan cara kolaborasi ini dapat memberikan dampak dalam persepsi masyarakat terhadap merek Sepatu Kanky dan juga dampaknya terhadap penjualan dari Sepatu Kanky. Peneliti mendapatkan pemahaman mendalam mengenai nilai-nilai, manfaat, dan dampak dari strategi promosi dalam kolaborasi bersama Dr.Tirta, juga mengetahui bagaimana strategi ini berkontribusi dalam tujuan yang lebih besar dan berkelanjutan.

### **3.3 Metode Penelitian**

Menurut Robert K.Yin dalam buku “*Case Study Research*” pada tahun 2014, metode studi kasus merupakan orientasi pada perspektif yang realistis dengan mengasumsikan adanya realitas, penelitian studi kasus juga dapat menghasilkan informasi yang unggul dan mengakui bahwa informasi yang didapatkan memiliki makna yang beragam dan bergantung pada penelitinya. Studi kasus memiliki kekuatan yang unik dalam kemampuannya untuk mendapatkan informasi melalui bukti, dokumen, wawancara dan juga observasi dengan subjek penelitian (Yin, 2014). Penelitian ini berfokus pada identifikasi juga menelaah secara detail mengenai pemahaman permasalahan dalam penelitian, tentu dengan melakukan teknik pengumpulan data, seperti observasi dan melakukan wawancara dengan pihak yang bersangkutan sampai mendapatkan hasil yang dapat divalidasi dan merupakan data yang kuat.

### **3.4 Key Informan dan Informan (Studi Kasus)/Unit Analisis (Analisis Isi)**

Informasi rinci dan mendalam dapat diperoleh oleh peneliti dengan melakukan wawancara dengan key informan dengan membahas poin-poin penting mengenai strategi yang dilakukan oleh Sepatu Kanky dalam kolaborasi bersama Dr.Tirta. Wawancara memiliki kelebihan yaitu memiliki fokus langsung kepada sumber yang dapat memberikan informasi lengkap secara mendetail, terstruktur, dan sesuai dengan bidangnya.

Penggunaan teknik *purposive sampling* digunakan oleh peneliti dilakukan untuk memilih informan sesuai dengan ketentuan dan juga konsep yang diambil agar selaras dan terstruktur. Informan yang sesuai juga dapat memberikan informasi

yang lengkap dan spesifik. Menurut Yin (2014), wawancara memiliki kelebihan yang kuat dalam pengumpulan data dan memberikan informasi yang rinci.

Partisipan pertama selaku key informan dari penelitian ini adalah Andrew Stefanus selaku *Creative Director, Head of Sales and Social Media* dari Sepatu Kanky. Peneliti memilih *Head of Sales and Social Media* karena secara langsung terlibat dengan perencanaan dan pembuatan strategi dalam membuat promosi dan juga konten yang ada pada media sosial dalam kolaborasi bersama Dr.Tirta ini. Beliau juga bertanggung jawab secara langsung dalam kolaborasi dengan Dr.Tirta.

Partisipan kedua selaku informan adalah Olga Felicia Cahyono selaku *CMO (Chief Marketing Officer)* dari Sepatu Kanky. Peneliti memilih untuk melakukan wawancara dengan beliau karena beliau memiliki kedudukan tinggi dan memiliki pengetahuan utuh mengenai produk dan perusahaan dari Sepatu Kanky. Selain itu, beliau juga aktif untuk ikut turun dalam proses pemasaran dan pendekatan dengan Dr.Tirta dalam kolaborasi “*Story Sensu*” ini. Beliau juga ikut berkontribusi dalam membuat keputusan dari strategi dan ide yang akan dilakukan.

Partisipan ketiga selaku informan adalah Dhimas selaku *Social Media Specialist* dan *Content Creator* dari Tiktok. Peneliti memilih Dhimas karena beliau turun langsung dalam lapangan dan membuat konten dan sales lewat media sosial. Dhimas juga berhasil untuk membuat akun Tiktok milik Sepatu Kanky mengalami kenaikan sebesar 100.000 followers dari sekitar 50.000 menjadi 157.200 followers dalam satu tahun. Sepatu Kanky, dengan ini peneliti dapat menilai bahwa Dhimas menjadi informan yang tepat untuk membahas perihal strategi yang digunakan dalam pembuatan konten di Tiktok.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Hikmawati (2017), terdapat tujuh teknik pengumpulan data yaitu triangulasi data, dokumentasi, skala bertingkat (*rating scale*), observasi, wawancara, angket/kuesioner, dan tes. Dalam membuat penelitian yang dapat dipertanggung jawabkan, penelitian studi kasus perlu memperhatikan sumber yang dikumpulkan dan memastikan bahwa setiap sumber dapat dikaitkan dan memiliki



kesinambungan. Interview atau wawancara merupakan dialog yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dari partisipannya. Wawancara dibagi menjadi tiga yaitu wawancara terpimpin, wawancara bebas, dan wawancara bebas terpimpin. (Hikmawati, 2017, hal. 35)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara bebas terpimpin, narasumber dapat menggunakan bahasa sehari-hari namun tetap dengan terstruktur sesuai dengan konsep yang memacu pada penelitian ini. Data yang dibutuhkan dapat sesuai mengenai strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Sepatu Kanky dalam kolaborasi dengan Dr.Tirta dengan cara melakukan teknik wawancara mendalam dengan pertanyaan yang terstruktur dan sudah ditetapkan menjadi sumber utama pertanyaan.

Selain itu, peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi melalui media sosial Sepatu Kanky di Instagram dan Tiktok akun perusahaan. Menurut Yin (2018), teknik pengumpulan data dengan dokumentasi yaitu mengambil data lewat surat, dokumen pribadi, *e-mail*, dokumen internal, memo, kalender, artikel, laporan, dengan tujuan agar penelitian dapat menjadi lebih spesifik dan terstruktur.

### **3.6 Keabsahan Data**

Menurut Yin (2018) metode penelitian studi kasus memiliki beberapa cara untuk menguji keabsahan data, yaitu:

1. Validitas Konstruk

Pengujian data dengan mencocokkan hasil data dengan langkah pola empiris rasional melalui konsep dan pola yang digunakan peneliti

2. Validitas Internal

Pengujian data yang mengemukakan hasil dari hubungan sebab akibat antara kejadian tertentu dan menjelaskan bagaimana terjadinya kejadian yang lain.

### 3. Validitas Eksternal

Pengujian data yang menunjukkan hubungan data dari luar penelitian dengan informasi pendukung dari sumber yang berbeda.

### 4. Reliabilitas

Pengujian data dengan melihat kesamaan hasil data dari penelitian yang sama yang telah dilakukan sebelumnya dan diteliti kembali di masa yang akan datang.

Dalam penelitian ini, keabsahan data yang digunakan adalah validitas konstruk. Peneliti menggunakan konsep juga teori mengenai strategi komunikasi pemasaran dan mencocokkan dengan hasil data temuan yang peneliti temukan dalam penelitian.

## 3.7 Teknik Analisis Data

Dalam metode penelitian studi kasus, terdapat tiga cara untuk menganalisis data penelitian. Menurut Yin (2018), tiga analisis data tersebut adalah:

#### 1. Penjodohan pola (Pattern Matching)

Pencocokan pola empiris dengan teori atau pola yang sudah diprediksi sampai sesuai dengan konsep penelitian yang ditetapkan.

#### 2. Eksplanasi

Analisis data studi kasus melalui sebuah penjelasan dari kasus yang diteliti.

#### 3. Analisis deret waktu

Analisis data dengan cara eksperimen sehingga terdapat penjelasan melalui susunan waktu yang sesuai dengan kronologis.