

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Neuman dalam Hadassah (2020) memaparkan paradigma sebagai kerangka organisasi umum untuk teori-teori yang meliputi isu-isu utama, asumsi-asumsi dasar, metode pencari jawaban, dan kualitas model penelitian. Dapat dikatakan bahwa paradigma merupakan sebuah persepsi seseorang sebuah fenomena ataupun realitas secara umum.

Paradigma *post positivism* akan digunakan pada penelitian ini dimana paradigma ini adalah paradigma yang tidak percaya pada sebab dan akibat, namun memercayai bahwa seluruh sebab dan akibat ialah sesuatu yang mungkin terjadi atau bahkan tidak terjadi sama sekali. Paradigma ini berfokus pada penemuan dan pencarian nilai dari realitas. Paradigma *post positivism* memiliki peran sebagai rangkaian langkah yang saling berkesinambungan secara logis dalam praktiknya (Creswell & Poth, 2018). Alasan dan tujuan penelitian ini menggunakan paradigma *post positivism* yakni untuk mendapatkan pemahaman serta mendeskripsikan strategi *Social Media Marketing* yang diimplementasikan sebuah organisasi dalam meningkatkan *brand image*.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian jenis ini merupakan jenis penelitian yang dibentuk dari sebuah asumsi dan penerapan kerangka teoritis dengan pemaparan studi terkait masalah penelitian. Jenis penelitian ini juga menjabarkan makna dari individu maupun kelompok yang dipelajari. Creswell & Poth (2018) menjelaskan bahwa data jenis tulisan dan gambar sangat penting untuk penelitian. Kemudian, penelitian ini sifatnya deskriptif dikarenakan peneliti bertujuan untuk menganalisis serta mendeskripsikan sebuah kasus secara mendalam dan lebih sistematis melalui data-data yang telah ditemukan di lapangan. Jenis penelitian deskriptif adalah metode

paling tepat untuk digunakan pada penelitian ini untuk mendapatkan pengetahuan seluas-luasnya terkait sebuah objek (Valentia, 2023).

3.3 Metode Penelitian

Metode studi kasus adalah metode yang digunakan dalam melaksanakan penelitian kualitatif deskriptif pada penelitian ini. Metode studi kasus ialah metode yang dilakukan demi memahami serta menyelidiki suatu masalah atau kejadian yang telah terjadi di masa lampau dengan mengumpulkan berbagai jenis data ataupun informasi. Peneliti menggunakan penelitian studi kasus dengan tujuan untuk memahami kasus yang terjadi di dunia nyata dan percaya bahwa pemahaman ini mungkin memerlukan kondisi kontekstual penting yang memiliki kaitan dengannya. Metode penelitian studi kasus yang dipaparkan oleh (Yin, 2018) digunakan oleh peneliti untuk meneliti bagaimana penerapan strategi *Social Media Marketing* (Instagram) yang dilakukan The Sounds Project dalam membangun *brand image*-nya.

3.4 Partisipan & Informan

Partisipan adalah seseorang yang memiliki peran dalam memberikan informasi yang lengkap dan jelas seputar seluruh data terkait studi kasus yang hendak diteliti serta informasi-informasi tambahan yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian pada proses wawancara (Yin, 2018). Kasus, gejala, peristiwa, atau masalah yang dibahas harus melibatkan partisipan secara langsung. Sedangkan, informan adalah seseorang yang bersifat pasif dan tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih partisipan dan informan dengan penuh pertimbangan serta memenuhi kriteria khusus untuk memberikan informasi yang lengkap dan detil. Partisipan pada penelitian ini yakni pihak yang memiliki keterlibatan secara langsung dalam merancang serta mengimplementasikan strategi *Social Media Marketing* The Sounds Project dalam membangun *brand image* (Yin, 2018). Sedangkan, informan merupakan seseorang yang memiliki pengetahuan atau pengalaman mengenai *Social Media Marketing* dari The Sounds Project. Partisipan yang sekiranya terlibat dalam penelitian ini adalah pihak internal yang secara

langsung terlibat dalam melaksanakan kegiatan Social Media Marketing dan informan yang terlibat adalah pihak eksternal yang menjadi perwakilan audiens The Sounds Project. Partisipan dan informan pada penelitian ini meliputi:

- a. Bela Pristica selaku *Head of Digital Content & Promotion* The Sounds Project yang telah berkarir di The Sounds Project selama 2 tahun.
- b. Maria Gresiana selaku *Head of Media relations* The Sounds Project yang telah berkarir di The Sounds Project selama 2 tahun.
- c. Gerhana Banyubiru selaku *Founder & CEO* The Sounds Project yang telah membangun dan berkarir di The Sounds Project selama 9 tahun.
- d. Rena Ariela Julita selaku perwakilan *loyal audience* The Sounds Project selama 2 tahun terakhir yang berperan menjadi informan pada penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi yang nantinya akan digunakan sebagai data pendukung pada penelitian yang sedang dilakukan. Pada penelitian ini, metode wawancara, studi dokumen, dan observasi adalah metode yang digunakan peneliti pada proses pengumpulan data. Dapat dikatakan bahwa seluruh informasi dan data yang digunakan peneliti merupakan data primer yang didapatkan dari proses wawancara, kemudian data sekunder yang didapatkan dari studi dokumentasi.

Wawancara adalah sebuah situasi dimana terjadinya kegiatan tanya jawab dilakukan secara lisan dengan maksud tertentu yang melibatkan dua orang atau lebih. Metode wawancara atau juga disebut *in-depth interview* dinilai merupakan metode yang lebih cocok dalam melakukan karena sifatnya lebih fleksibel (Yin, 2018). Untuk memastikan seluruh data yang terkumpul berasal dari sumber yang terpercaya dan valid, orang yang diwawancarai harus memenuhi kriteria khusus.

Kemudian, studi dokumentasi adalah strategi mengumpulkan data yang didapatkan dari catatan kejadian sebelumnya. Data-data sekunder seperti dokumen publik merupakan data yang diperoleh dari studi dokumentasi, contohnya, konten

media sosial, dokumen berita dan sebagainya. Studi dokumentasi juga akan berperan sebagai data dan informasi pendukung pada penelitian ini.

3.6 Keabsahan Data

Menurut pemaparan Yin (2018), pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif, khususnya pada metode studi kasus, terdapat empat cara yang dapat diterapkan, yakni:

a. Validitas Konstruk

Tiga taktik akan digunakan untuk memeriksa validitas data yang dikumpulkan, yang meliputi: penggunaan banyak sumber bukti, pembuatan rangkaian bukti sesuai dan relevan selama proses pengumpulan data, serta pembuatan perencanaan laporan studi kasus yang akan ditinjau oleh partisipan dan informan.

b. Validitas Internal

Seluruh data yang terkumpul validitasnya akan ditinjau untuk membentuk kausal hubungan serta mengetahui apakah sebuah kondisi tertentu berhubungan dengan kondisi lain atau untuk menjelaskan alasan penyebab dan akibat dari suatu peristiwa.

c. Validitas Eksternal

Setiap data yang terkumpul dari studi kasus akan ditelaah untuk memastikan bahwa data tersebut dapat digeneralisasikan pada pihak-pihak terlibat dalam proses penelitian.

d. Reliabilitas

Data yang terkumpul akan ditinjau untuk memastikan bahwa metode penelitian yang diterapkan akan menghasilkan sebuah hasil yang sebanding dengan penelitian lainnya.

Pada penelitian ini, teknik pengujian keabsahan data berupa validitas konstruk akan dilakukan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan *multiple sources of evidence* atau pengumpulan berbagai definisi konseptual yang dirumuskan oleh para ahli dengan melakukan wawancara dengan partisipan yang memenuhi kriteria khusus yang secara langsung terjun dalam proses perancangan dan implementasi

strategi *Social Media Marketing* (Instagram) The Sounds Project dalam membangun *brand image*, serta mengumpulkan studi dokumentasi sebagai data pendukung.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan dimana perolehan data dari penelitian di lapangan diinterpretasikan. Dalam menganalisis data, terdapat lima teknik yang dapat digunakan (Yin, 2018), yaitu:

1. *Pattern Matching* (Penjodohan Pola)

Pattern matching atau yang dikenal sebagai penjodohan pola adalah metode yang bertujuan untuk melakukan perbandingan antara pola empiris dengan pola yang diprediksi peneliti. Pola empiris dan prediksi harus memiliki hasil yang sama untuk mendukung validitas studi kasus.

2. *Explanation Building* (Pembangunan Teknik Analisis)

Teknik analisis data jenis ini merupakan teknik untuk menganalisis data studi kasus, yakni dengan memberikan eksplanasi atau penjelasan yang berkaitan dengan kasus tertentu.

3. *Time Series Analysis* (Analisis Deret Waktu)

Teknik ini merupakan teknik menganalisis analog yang nantinya akan diperoleh sebuah informasi dalam runtunan waktu dengan runtunan kejadian sebelumnya.

4. *Logic Models* (Model Logika)

Teknik *Logic models* atau yang dikenal dengan model logika adalah teknik analisis dengan menetapkan urutan peristiwa yang bertautan selama periode tertentu untuk menyaksikan berlangsungnya suatu aktivitas yang kompleks.

5. *Cross Case Synthesis* (Sintaksis Lintas Kasus)

Cross Case Synthesis atau sintaksis lintas kasus merupakan teknik analisis data yang menggunakan data yang disusun untuk studi kasus ganda. Hasil dari analisis nantinya akan menyatukan temuan dari setiap kumpulan studi masing-masing individu untuk meningkatkan validitas pada penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis data dengan menggunakan teknik *pattern matching* atau yang disebut teknik penjodohan pola. Peneliti akan membandingkan pola yang telah diprediksi dan telah ditemukan dengan pola di lapangan. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknik ini untuk melakukan perbandingan mengenai hasil penelitian strategi *Social Media Marketing* dalam meningkatkan *brand image* dengan teori serta konsep yang telah ada, yakni teori *Social Media Marketing* dan *Brand Image*.

