

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

(Batubara, 2017) menjelaskan Paradigma merupakan perspektif riset yang digunakan peneliti yang berisi bagaimana cara pandang (*world views*) peneliti melihat realita, bagaimana mempelajari fenomena, cara-cara yang digunakan dalam penelitian dan cara-cara yang digunakan dalam menginterpretasikan temuan. (Lincoln & Denzin, 2011) menyebutkan bahwa Paradigma Konstruktivisme menyatakan bahwa realitas itu merupakan konstruksi mental, berdasarkan pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik sehingga tergantung pada orang yang melakukannya. Yang berarti, realita yang terjadi pada seseorang tidak bisa digeneralisasikan kepada semua orang. Ini membuat Paradigma Konstruktivisme cocok dengan penelitian kali ini. Paradigma ini menekankan bahwa pengetahuan dibangun secara sosial dan subjektif, di mana realitas tidak terlepas dari interpretasi individu. Dalam konteks analisis strategi komunikasi melalui media sosial Instagram oleh PT Asia Rumah Utama (Linktown), pendekatan konstruktivis memungkinkan peneliti untuk memahami bahwa strategi tersebut dapat dilihat dari perspektif berbeda dan dapat diinterpretasikan oleh pengguna media sosial secara beragam.

#### 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang cocok adalah penelitian kualitatif. Di mana Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam fenomena yang diteliti, dalam hal ini, analisis strategi komunikasi melalui media sosial Instagram oleh PT Asia Rumah Utama (Linktown). (Dr. Nursapia Harahap, 2020) memberikan Sifat yang bisa digunakan dan sesuai dengan penelitian ini adalah Pendekatan Analisis Deskriptif. Yang melakukan proses pengumpulan data dengan

melakukan observasi, wawancara, analisis dan dokumentasi. Jika format ini bukan format numerik, mereka akan ditempatkan di situs survey. Analisis data berupa penjelasan situasi yang diteliti sedangkan penyajiannya berupa penjelasan cerita. kualitatif akan memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dengan lebih mendalam aspek-aspek seperti konteks, makna, dan pengalaman yang terlibat dalam penggunaan media sosial perusahaan properti tersebut.

### **3.3 Metode Penelitian**

Metode Penelitian yang digunakan adalah Penelitian studi kasus. (Lincoln & Denzin, 2011) menjelaskan bahwa Penelitian lapangan (Case Study). Atau sering disebut sebagai ‘penelitian lapangan’. Penelitian ini dilakukan guna mempelajari secara intensif tentang interaksi lingkungan, serta keadaan lapangan penelitian secara apa adanya tanpa dibuat-buat. (Yin, 2018) juga menjelaskan bahwa semakin banyak pertanyaan kita yang berusaha menjelaskan tentang beberapa hal yang kontemporer seperti “Bagaimana dan Mengapa” suatu fenomena sosial. Maka, penelitian studi kasus akan semakin efektif. Studi kasus juga akan menjadi relevan jika pertanyaan kita memerlukan deskripsi yang luas dan mendalam tentang fenomena sosial yang akan diteliti. (Cresswell & Poth, 2018) juga menjelaskan bahwa penelitian studi kasus adalah salah satu jenis pendekatan kualitatif yang penelitiannya mengeksplorasi kehidupan nyata sebuah kasus atau beragam kasus melalui pengumpulan data yang mendalam. Dengan menggunakan metode penelitian Case Study diharapkan peneliti dapat melihat fenomena secara langsung dan dapat menanyakan hal tersebut kepada narasumber tanpa dibuat-buat. Sehingga mendapatkan data yang actual dan bisa sesuai dengan apa yang sedang diteliti oleh peneliti.

### **3.4 Pemilihan Informan Penelitian**

Creswell & Poth (2018) mengatakan bahwa key informan maupun informan dalam sebuah penelitian bisa diartikan sebagai partisipan atau peserta pada

penelitian kualitatif yang memiliki sudut pandang pada suatu isu. Sehingga, mereka adalah salah satu aspek penting yang dimiliki oleh peneliti dikarenakan peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan cerita dan pengalaman mereka. Untuk Informan penelitian yang akan dipakai di penelitian kali ini memiliki kriteria seperti: Berumur 24-35 Tahun, berpartisipasi aktif dalam media Instagram, memiliki andil ataupun jabatan selama berada di Linktown, dan sudah berkecimpung selama 1 tahun atau lebih.

1. Owner Linktown Property (1 orang berumur 32 Tahun)
2. Head of creative Linktown Property (1 Orang berumur 24 Tahun)

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Denzim dan Lincoln dalam (Dr. Nursapia Harahap, 2020) memberikan Sejumlah teknik pengumpulan data kualitatif yang umumnya digunakan dalam penelitian kualitatif antara lain Teknik:

- (1) Observasi
- (2) Wawancara
- (3) Catatan lapangan dan memo analitik,
- (4) Elisitasi dokumen,
- (5) Pengalaman personal, dan
- (6) Partisipasi dalam kaji tindak.

Teknik Pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah melalui hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi peneliti dengan Informan yang sudah disebutkan diatas. Di mana Peneliti akan meminta pandangan masing-masing informan dan narasumber untuk memberikan pendapat mereka selama bekerja di Linktown dan dapat bisa memberikan keterangan dengan jabatan-jabatan mereka yang berbeda-beda. Sehingga peneliti bisa menemukan data-data yang actual dan juga tidak dibuat-buat dikarenakan adanya observasi, wawancara, dan dokumentasi

yang langsung menuju kepada pengalaman dari masing-masing informan dan apa yang sudah mereka jalani selama ini.

### **3.6 Teknik Keabsahan Data**

Setelah proses pengumpulan data. Peneliti akan melakukan Teknik pengabsahan data. Ini dilakukan untuk menguji apakah data yang didapatkan peneliti sudah sesuai dan tidak melenceng dari apa yang sudah direncanakan. Peneliti juga akan menggunakan konsep Triangulasi sumber data dari (Rahardjo, 2010) yaitu dengan menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Miles dan Huberman dalam (Dr. Nursapia Harahap, 2020) menguraikan serangkaian langkah-langkah yang bisa digunakan dalam menganalisis data kualitatif, sebagai berikut:

- Pertama-tama, data yang didapatkan dari wawancara dengan narasumber diolah melalui reduksi data. Setelah pengumpulan data primer dan sekunder, dilakukan proses penyaringan, pembuatan tema, pengategorian, fokus data sesuai dengan bidangnya yaitu strategi konten yang digunakan Linktown di Instagram. Peneliti melakukan penataan data agar sesuai dengan apa yang diteliti dan tidak melenceng. Selanjutnya, dilakukan pemeriksaan ulang terhadap data dan pengelompokannya berdasarkan strategi konten yang

sedang diteliti. Setelah direduksi, data yang relevan dengan tujuan penelitian dideskripsikan dalam kalimat-kalimat, menciptakan gambaran komprehensif tentang permasalahan penelitian.

- Kedua, penyajian data dilakukan. Setelah mendapatkan intisari dari data yang banyak akhirnya data yang bermanfaat disajikan di dalam tulisan. Bentuk analisis ini dilakukan dengan menyajikan data dalam bentuk narasi, di mana peneliti menjelaskan temuan dalam narasi yang koheren, hubungan berurutan, dan sistematis antar kategori.
- Ketiga, melakukan penarikan kesimpulan. Meskipun kesimpulan telah diuraikan selama reduksi data, namun kesimpulan tersebut belum bersifat final dan masih dapat mengalami penambahan atau penyesuaian. Oleh karena itu, pada tahap ini, kesimpulan dibuat berdasarkan bukti-bukti data lapangan yang akurat dan faktual.

Untuk penelitian kali ini saya akan menggunakan *Pattern matching* (Yin, 2018) Dimana pola dari penelitian dicocokkan dengan pertanyaan yang dilontarkan disaat wawancara. *Pattern matching* sendiri didasarkan pada empiris pola—yaitu, pola yang didasarkan pada temuan dari studi kasus—dengan memprediksi satu (atau dengan beberapa prediksi alternatif, termasuk rivalnya) yang dibuat sebelum kita mengumpulkan data. Data yang dikumpulkan juga harus memenuhi kriteria *trustworthiness, credibility, transfer-ability, dan confirmability*. Artinya setiap data yang dikumpulkan harus kredibel, bisa dipercaya, pemaknaan yang didapatkan bisa ditransfer kan pada fakta lain yang tidak digarap secara langsung, dan dapat dikonfirmasi pada kenyataan.

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