

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma *post positivism*. *Post positivism* merupakan sebuah paradigma yang tidak percaya adanya sebab dan akibat, tetapi mengakui bahwa segala bentuk sebab dan akibat merupakan kemungkinan yang mungkin atau tidak mungkin terjadi. *Post positivism* merupakan paradigma yang berusaha untuk membuat pencarian dan penemuan mengenai sebuah nilai dari realitas. Berdasarkan praktiknya, paradigma ini merupakan sebuah rangkaian langkah yang memiliki hubungan logis (Creswell & Path, 2018).

Alasan penelitian ini menggunakan paradigma *post positivism* adalah karena ingin mendapatkan jawaban dan pendeskripsian strategi media sosial dari perusahaan McDonald's Indonesia dalam melakukan komunikasi krisis selama menghadapi masa boikot.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat deskriptif. Kualitatif merupakan penelitian yang diawali dengan asumsi dan kerangka teoritis, yang memberikan informasi studi mengenai permasalahan penelitian yang membahas makna yang bersumber dari individu atau kelompok. Jenis penelitian kualitatif bergantung dengan data jenis dari gambar dan tulisan (Creswell & Path, 2018).

Penelitian ini bersifat deskriptif dikarenakan ingin mencari tahu dan mendeskripsikan, serta mendalami secara sistematis berdasarkan berbagai fakta yang ditemukan. Untuk menemukan pengetahuan yang luas pada sebuah objek, penelitian deskriptif merupakan sifat yang tepat untuk digunakan.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan sebuah metode yang digunakan untuk meneliti dan menyelidiki

kejadian atau masalah yang telah terjadi, dengan cara mengumpulkan berbagai macam informasi (Yin, 2018). Penelitian menggunakan metode studi kasus karena memiliki keinginan untuk memahami kasus yang hadir di kehidupan nyata di sekitar kita, dan beranggapan bahwa pemahaman tersebut bisa saja melibatkan kondisi kontekstual penting yang memiliki hubungan dengan dirinya.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus yang bertujuan untuk memahami penerapan strategi media sosial dari McDonald's Indonesia dalam melakukan komunikasi krisis selama menghadapi masa boikot.

3.4 Key Informan dan Informan

Pada penelitian ini, terdapat beberapa informan yang menjadi informan untuk melengkapi hasil penelitian. Informan yang dipilih adalah mereka yang terjun secara langsung dalam menangani krisis McDonald's Indonesia. Informan dalam penelitian ini merupakan orang yang memiliki keterlibatan secara langsung terhadap peristiwa dan masalah yang dibahas.

3.4.1 Key Informan

Key informan merupakan mereka yang menjadi faktor penting dalam memberikan wawasan mengenai permasalahan tersebut, dan memberikan akses pula kepada informan lain yang juga memiliki bukti pendukung atau sebaliknya (Yin, 2018). Pada penelitian ini, yang menjadi *key informan* adalah Adnin Ardhas selaku *Group Account Director* yang telah berkarir di Publicis Groupe Indonesia selama 5 tahun. Dalam proses wawancara ini, data bukti yang dapat diberikan oleh Adnin Ardhas adalah mengenai posisi McDonald's Indonesia pada masa boikot ini sesuai dengan arahan global, serta bagan mengenai strategi dan taktik yang digunakan McDonald's Indonesia pada masa boikot.

3.4.2 Informan

Pada penelitian ini, yang menjadi informan adalah:

- a. Timothy Laksmna selaku *Associate Social Media Director* yang telah berkarir di Publicis Groupe Indonesia selama 3 tahun

- b. Bhara Felder selaku *Group Account Director* yang telah berkarir di Publicis Groupe Indonesia selama 9 tahun

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara sebuah cara yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau data yang nantinya akan digunakan sebagai data pendukung. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara. Jadi, data yang terdapat pada hasil penelitian ini merupakan data primer yang adalah hasil dari wawancara.

Wawancara adalah sebuah kondisi yang terdapat kegiatan tanya jawab secara lisan antar dua orang atau lebih yang memiliki tujuan tertentu. Untuk memudahkan kegiatan observasi terhadap para informan, akan lebih baik jika menggunakan metode *in-depth interview* atau wawancara dikarenakan lebih fleksibel (Yin, 2018). Namun, dalam mewawancarai juga harus memilih nara sumber yang tepat sesuai dengan kriteria agar mendapatkan hasil yang terpercaya dan valid.

3.6 Keabsahan Data

Penelitian ini akan dikatakan terpercaya atau tidaknya setelah dilakukan uji keabsahan data. Pada penelitian ini, teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi data. Triangulasi data ini bisa didapatkan melalui beberapa sumber, seperti observasi, *interview*, dan analisis dokumen (Creswell & Path, 2018). Penggunaan dari triangulasi ini dilaksanakan dengan cara mencari informasi dari informan yang berpartisipasi dalam pembuatan strategi media sosial dan komunikasi krisis McDonald's Indonesia dalam menghadapi boikot, dengan cara menyusun dan memberikan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan teori. Hal ini akan mendapatkan hasil wawancara yang menjadi sumber kredibilitas data, dan akan dikonfirmasi kembali oleh informan lainnya terkait penyusunan strategi yang ada.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah *pattern matching* atau pencocokan pola. *Pattern matching* merupakan sebuah cara untuk membandingkan pola yang berdasarkan pada temuan dari studi kasus, dengan memprediksi sebelum mengumpulkan data. Hal ini disebut sebagai pola empiris. Jika pola yang diprediksi tampak mirip dan serupa, maka hasil yang ada dapat digunakan untuk membantu studi kasus dan memperkuat validitas internalnya. (Yin, 2018). Jadi, cara *pattern matching* ini digunakan dengan cara membandingkan pola dari hasil yang telah actual dengan pola yang sebelumnya diprediksi.

Pada penelitian ini, pola prediksi adalah pola yang digunakan sebagai kerangka pikiran dari penelitian. Pola dari hasil adalah pola yang dihasilkan dari proses wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah itu, jawaban dari hasil wawancara akan dianalisis dan dibandingkan kembali dengan teori yang telah ada. Setelahnya, data yang ada akan disusun untuk menghasilkan kesimpulan. Jadi, penelitian ini akan membandingkan hasil penelitian strategi komunikasi krisis McDonald's Indonesia melalui media sosial dalam menghadapi boikot dengan teori konsep yang telah ada, yaitu strategi komunikasi krisis di media sosial dengan 4 tahap.

