

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Pasaribu dalam Listianingrum et al (2021), dasar kepercayaan utama atau metafisika dari sistem berpikir adalah paradigma. Oleh karena itu, paradigam membawa konsekuensi praktis dalam memilih permasalahan berupa berperilaku, berpikir, interpretasi, dan kewajiban. Di dalam buku Haryono (2020), Egon G. Guba dan Yvon S. Lincon (2009) mendefinisikan paradigma sebagai sistem kepercayaan fundamental yang didasarkan pada asumsi-asumsi metodologis, ontologis, dan epistemologis.

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini dengan Judul “Strategi Pemasaran media sosial (Unhinged Marketing) Toko Lucky Bundle di Instagram Dalam meningkatkan Brand Awareness” adalah paradigma post-positivisme. Post-positivisme menerima penelitian sebagai sesuatu yang progresif, positif, dan mengarah pada perubahan ilmiah jika dilakukan secara objektif dan sistematis (Flick, 2022)). Komponen-komponen seperti teori, pertanyaan penelitian, desain, pengumpulan dan analisis data, serta hasil penelitian berasal dari struktur ini, dan mungkin tidak dipertanyakan jika diterapkan dengan ketat (Flick, 2022). Paradigma post-positivis berpendapat bahwa peneliti tidak dapat memperoleh kebenaran dari kenyataan jika mereka menciptakan jarak dari kenyataan yang ada serta hubungan penelitian ini harus interaktif (Batubara, 2017).

Penelitian kualitatif postpositivisme sering dikaitkan dengan metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara (termasuk catatan peneliti, rekaman audio dan video, dan diskusi terarah) serta kumpulan artefak dan teks (misalnya objek dan dokumen). Dalam desain penelitian yang telah ditentukan sebelumnya atau fleksibel, informasi yang tersedia dianggap mengharuskan peneliti untuk seakurat mungkin. Post-positivisme mempunyai ciri-ciri reduksionisme, logika, empiris, berorientasi sebab-akibat, dan bersifat deterministik berdasarkan teori apriori (Creswell, 2018).

Pandangan yang dikenal sebagai paradigma post-positivisme berpendapat bahwa pemahaman sepenuhnya tentang dunia luar tidak akan pernah cukup (Haryono, 2020). Menurut Denzin & Lincoln (2013) dalam Haryono (2020), penelitian yang menggunakan paradigma positivis atau post-positivis harus berpegang pada empat kriteria dasar, yaitu:

1. Validitas internal atau keakuratan hasil penelitian dalam memetakan fenomena yang diteliti
2. Validitas eksternal, yaitu sejauh mana hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada kondisi atau konteks berbeda yang identik dengan tempat penelitian dilakukan:
3. Reliabilitas, yaitu sejauh mana suatu hasil penelitian dapat diulangi atau diproduksi oleh peneliti lain
4. Objektivitas adalah sejauh mana hasil penelitian tidak bias.

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme karena paradigma ini sesuai dengan penelitian yang melibatkan peneliti untuk terjun secara langsung dalam mencari kebenaran dari hasil data yang didapatkan dan meminimalisir adanya jarak antara peneliti dengan subjek. Oleh karena itu, peneliti bisa memahami secara langsung permasalahan pada penelitian ini, yaitu strategi pemasaran media sosial pada Lucky Bundle.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Lucky Bundle Store di Instagram ini, jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan sifat penelitian penelitian, yaitu deskriptif.

Penelitian kualitatif menawarkan cara pandang sosial terhadap fenomena atau realitas sebagai sesuatu yang tidak terpisah atau berada di luar diri manusia, melainkan berada di dalamnya, relatif, subjektif, dan memerlukan penjelasan (Haryono, 2020). Menurut Monique Henink et al. (2011) dalam Haryono (2020), penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mempelajari lebih lanjut tentang pengalaman dengan menggunakan metode tertentu seperti wawancara

mendalam, diskusi fokus grup (FGD), observasi (pengamatan), analisis isi, metode virtual, dan riwayat hidup atau biografi. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti mengidentifikasi masalah dari sudut pandang peneliti dan memahami makna dan interpretasi yang diberikan kepada tindakan, peristiwa, atau objek

Pada penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sepanjang saat proses penelitian berlangsung. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mengetahui atau menjelaskan perilaku dan kepercayaan, menemukan proses, dan memahami konteks pengalaman manusia. Dikarenakan pengumpulan data pada penelitian kualitatif ini tidak terbatas pada kategori tertentu saja. Menurut Patton (1990) dalam Haryono (2020), penelitian kualitatif memungkinkan para peneliti untuk mempelajari masalah tertentu secara menyeluruh dan mendalam. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif dengan tujuan menemukan teori baru sering disebut sebagai penelitian deskriptif-eksploratif.

Dalam penelitian kualitatif, pendekatan deskriptif adalah pendekatan analisis di mana peneliti tetap dekat dengan data, menjelaskan data dengan menggunakan kerangka kerja dan interpretasi yang terbatas, dan mengelompokkan data ke dalam tema-tema tertentu (Creswell, 2023). Singkatnya, penelitian kualitatif deskriptif menggunakan bahasa sehari-hari peserta, memberikan sedikit interpretasi dari teori atau kerangka kerja yang sudah ada sebelumnya, mengambil sampel yang paling variatif, dan membagi data menjadi tema-tema (Creswell, 2023).

3.3 Metode Penelitian

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode studi kasus. sebagai metode kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk mempelajari lebih lanjut tentang satu atau lebih orang, termasuk program, kejadian, aktivitas, proses, atau individu (Creswell, 2018). Menurut Creswell (2018) kasus-kasus ini dibatasi oleh waktu dan aktivitas, jadi peneliti harus menggunakan berbagai teknik pengumpulan data selama periode waktu tertentu untuk mengumpulkan informasi yang detail.

Terdapat beberapa ciri-ciri dalam metode studi kasus menurut Creswell, di antaranya:

1. Penelitian studi kasus dilakukan dengan mengidentifikasi kasus tertentu dari entitas tertentu, seperti individu, kelompok kecil, organisasi, komunitas, atau bahkan hubungan tertentu. Pada dasarnya, spesifikasi kasus yang dapat diidentifikasi dalam penelitian studi kasus adalah batasan dan parameter yang jelas, seperti waktu dan lokasi.
2. Studi kasus dapat dilakukan dengan tujuan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang masalah atau masalah tertentu. Pemahaman mendalam ini berasal dari berbagai sumber data, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Jika temuan studi kasus hanya berasal dari satu sumber data, akan sulit untuk memahami secara menyeluruh.
3. Dalam studi kasus, data dapat berupa satu atau lebih unit (konteks). Analisis deskriptif biasanya digunakan untuk memberikan gambaran lebih lengkap tentang apa yang terjadi dalam studi kasus tertentu.
4. Studi kasus biasanya berakhir dengan peneliti membuat kesimpulan yang menjelaskan hasilnya dengan pola atau penegasan.

3.4 Pemilihan Key Informan dan Informan Penelitian

Informan adalah subjek studi kasus yang akan diteliti dan memberikan informasi pendukung melalui analisis atau pemahaman dari sudut pandang yang berbeda dari partisipan (Yin, 2018). Peneliti menggunakan *purposive sampling* dalam pemilihan informan.

Menurut Sugiono (2017) dalam Dermawansyah & Rizqi (2021), teknik *purposive sampling* adalah metode untuk mengambil sampel dari sumber data dengan mempertimbangkan persyaratan tertentu untuk memilih informan. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena peneliti memiliki kriteria informan tersendiri berupa seseorang yang memahami secara mendalam atau

expert dalam bidang pemasaran media sosial bahkan seseorang yang memang membuat konten maupun strategi pemasaran media sosial Toko Lucky Bundle.

Pada penelitian ini terdapat dua informan terpercaya yang akan diwawancarai pada proses penelitian. Informan pertama adalah Resa selaku Video Content Creator. Alasan terpilihnya Resa sebagai informan adalah karena Resa ikut andil dalam membuat konten-konten yang diunggah oleh Lucky Bundle di Instagram. Selanjutnya informan kedua, yaitu Ridho Utama yang merupakan Marketing Manager di Lucky Bundle. Terpilihnya sang Marketing Manager adalah karena Ridho ahli di bidang pemasaran media sosial, khususnya di jejaring sosial Instagram yang digunakan Lucky Bundle dan merupakan seseorang yang membuat strategi pemasaran media sosial Lucky Bundle. Pemilihan informan ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang lebih sesuai mengenai strategi komunikasi pemasaran khususnya pemasaran media sosial yang dilakukan Lucky Bundle di Instagram. Lebih lanjut, berikut tabel data informan:

Tabel 3. 1 Data Informan

No	Nama	Usia	Pendidikan	Jabatan
1.	Resa Prasetya	27 tahun	D3 Broadcast	Video Content Creator
2.	Ridho Utama	32 tahun	Bachelor of Communication and Media Studies at University of California	Marketing Manager

Selanjutnya, terdapat satu key informan yang akan diwawancarai pada penelitian ini, yaitu Kevin Sanly Putera yang merupakan seorang praktisi media sosial. Saat ini Kevin sedang melanjutkan studinya di The University of Queensland Australia. Terpilihnya key informan ini adalah karena ia sebelumnya

pernah mengajar sebagai dosen mata kuliah Social Media and Mobile Marketing di Universitas Multimedia Nusantara selama dua tahun. Kevin juga telah membuat buku dengan Judul *Strategi Pemasaran Media Sosial dan Mobile*. Melihat pengalaman tersebut dapat dikatakan bahwa Kevin memiliki pengetahuan mengenai strategi pemasaran media sosial baik segi teoritis maupun praktis sehingga peneliti bisa memastikan mengenai strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh Lucky Bundle dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness*. Berikut merupakan tabel yang berisikan data lebih lanjut mengenai key informan atau triangulator:

Tabel 3. 2 Data Triangulator atau key Informan

No	Nama	Usia	Pendidikan	Jabatan
1.	Kevin Sanly Putera	26 tahun	S2 Marketing Communication of LSPR Communication Business and Institute	Mahasiswa doktoral di University of Queensland

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Yin (2018), terdapat enam cara dalam melakukan pengumpulan data pada metode studi kasus di antaranya artefak fisik, wawancara, observasi langsung, dokumentasi, catatan arsip, dan observasi partisipan. Namun, menurut Marshall & Rosman (2016) dalam Yin (2018) perlu diingat bahwa daftar sumber-sumber tersebut dapat sangat luas. Ini termasuk film, foto, dan kaset video; teknik proyektif dan tes psikologis, kinesik, etnografi, proksemik, dan riwayat hidup. Berikut merupakan penjelasan lebih lanjut mengenai data primer dan data sekunder yang digunakan:

a. Data Primer

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi, dan observasi yang termasuk kedalam dua jenis

data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dan sekunder adalah dua jenis sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Menurut Krisyanto dalam Listianingrum et al (2021) data yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan disebut sebagai sumber data primer. Observasi dan wawancara merupakan dua teknik pengumpulan data yang masuk ke dalam data primer.

1. Observasi

Observasi dapat mencakup kegiatan pengumpulan data formal dan santai di mana observasi ini adalah ketika peneliti menulis catatan lapangan tentang perilaku dan aktivitas setiap orang di lokasi penelitian (Creswell, 2023). Catatan lapangan ini dibuat dengan cara yang tidak terstruktur atau semi terstruktur. Ini bisa berarti mengawasi proses pembuatan pemasaran media sosial Lucky Bundle. Pengamatan langsung dapat dilakukan secara tidak formal selama kerja lapangan. Ini termasuk saat mencari bukti tambahan, seperti hasil wawancara yang dikumpulkan. Seringkali, bukti observasi berguna untuk memberikan informasi tambahan tentang subjek yang sedang dipelajari.

2. Wawancara

Pada bagian ini, menurut Creswell (2023) peneliti melakukan wawancara tatap muka atau wawancara telepon dengan partisipan atau melakukan wawancara kelompok terfokus dengan enam hingga delapan orang yang diwawancarai di setiap kelompok. Wawancara ini melibatkan pertanyaan yang tidak terstruktur dan umumnya bersifat terbuka dan dimaksudkan untuk memperoleh pandangan dan pendapat dari para peserta. Wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam. Pada bagian ini informan yang akan diwawancarai adalah Resa Prasetya dan Ridho Utama sebagai informan dan Hanif sebagai key informan atau triangulator.

b. Data Sekunder

Selain data primer terdapat juga data sekunder. Menurut Listianingrum et al (2021) data sekunder merupakan data yang dikumpulkan melalui penelitian literatur yang relevan pada buku, catatan, dan Internet. Berikut merupakan beberapa data sekunder yang digunakan pada penelitian ini:

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan segala bentuk informasi yang berhubungan dengan topik penelitian dan biasanya berupa dokumentasi. Menurut Creswell (2023) dokumen tersebut dapat berupa dokumen publik, seperti surat kabar, risalah rapat, laporan resmi atau dokumen pribadi, seperti jurnal dan buku harian pribadi, surat, email). Pada penelitian ini dokumentasi bisa berupa kumpulan foto dan video konten-konten dari Lucky Bundle dalam melaksanakan komunikasi pemasaran khususnya pemasaran media sosial di Instagram dan bukti foto manfaat dari penerapan pemasaran media sosial yang digunakan berupa *exposure* Lucky Bundle hingga membuat para pelanggan maupun calon pelanggan berdatangan ke toko secara langsung.

2. Internet

Selain dokumentasi, data sekunder pada penelitian ini juga didapatkan melalui jurnal, buku, dan berita elektronik

Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan beberapa Langkah. Pertama, peneliti melakukan observasi pada toko Lucky Bundle cabang Serpong sebagai toko pertama dari Lucky Bundle. Observasi ini dilakukan dengan cara langsung mengunjungi ke Toko Lucky Bundle dan melihat Instagram Lucky Bundle dengan username @luckybundle.co. Peneliti mengamati konten-konten yang diunggah sebagai bentuk pemasaran media sosial pada Instagram Lucky Bundle dan mengamati secara langsung *exposure* yang didapatkan oleh Lucky Bundle baik berupa banyaknya peminat melihat dari jumlah followers maupun ramainya pengunjung. Terlebih Lucky Bundle ini menggunakan konten yang diadaptasi dari luar negeri, yaitu *unhinged marketing*. Untuk bisa lebih memahami permasalahan

yang ada berupa strategi pemasaran media sosial Toko Lucky Bundle, peneliti menggunakan studi kasus pada penelitian ini.

Langkah kedua, peneliti melakukan wawancara kepada informan dan key informan atau triangulator. Informan ini di antaranya Resa dan Ridho. Kedua informan ini memiliki peran penting dalam menjalankan pemasaran media sosial Toko Lucky Bundle. Setelah wawancara dengan informan, peneliti melakukan wawancara dengan key informan, yaitu Kevin selaku praktisi pemasaran media sosial. Key informan memiliki peran untuk mempertegas jawaban yang didapatkan dari informan baik segi praktis maupun teoritis. Sebelum melakukan wawancara tentunya peneliti bertanya dan meminta izin terlebih dahulu apakah peneliti boleh mewawancarai ke dua informan.

Langkah selanjutnya, hasil wawancara dengan kedua informan dikumpulkan dan kemudian di transkrip. Tidak hanya itu, peneliti juga akan menganalisis hasil wawancara tersebut dengan hasil observasi. Peneliti juga akan mengumpulkan dokumentasi berupa transkrip hasil wawancara maupun foto sebagai bukti pelengkap dari hasil wawancara dan observasi. Hal ini ditujukan agar peneliti bisa memberikan gambaran jelas mengenai bagaimana strategi pemasaran media sosial (*unhinged marketing*) yang dijalankan oleh Lucky Bundle bisa meningkatkan *brand awareness*.

Langkah keempat, peneliti akan melakukan reduksi atau kondensasi data. Kondensasi data ini dilakukan agar data di mana peneliti akan meringkas atau memilih kembali data yang didapatkan agar pada saat dipaparkan pada hasil penelitian, data yang digunakan bisa lebih sesuai dengan apa yang diteliti.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Terdapat beberapa jenis dalam melakukan keabsahan data, di antaranya uji kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, serta konfirmabilitas. Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji kredibilitas (*credibility*) dengan menggunakan Triangulasi.

Dalam penelitian kualitatif, data dapat dianggap kredibel hanya jika ada persamaan antara fakta dan laporan peneliti. Perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif, penggunaan bahan referensi, dan pengecekan anggota adalah cara untuk menguji kredibilitas atau kepercayaan data penelitian kualitatif (Mekarisce, 2020). Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data untuk menguji kredibilitas adalah dengan menggunakan triangulasi.

Triangulasi adalah di mana peneliti bisa menilai kekuatan hasil studi kasus, meningkatkan validitas konstruk dari ukuran yang digunakan, dan memastikan konvergensi data dari berbagai sumber bukti (Mekarisce, 2020). Menurut Flick U (2022), kombinasi data dari berbagai sumber disebut triangulasi data. Menurut Creswell (2023) data yang diperoleh bisa dari berbagai sumber seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Tujuan dari teknik ini adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, dan interpretatif dari penelitian kualitatif. Triangulasi juga dapat didefinisikan sebagai proses pemeriksaan data melalui berbagai sumber yang disebut dengan triangulasi sumber dan menjadi teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini.

Triangulasi sumber adalah adanya kemungkinan untuk melakukan triangulasi sumber dengan melakukan pengecekan data yang telah diperoleh dari berbagai sumber. Menurut Listianingrum (2021), triangulasi sumber data adalah proses menemukan kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data dan pendekatan. Pada triangulasi sumber ini, yang akan diwawancarai adalah key informan atau informan kunci.

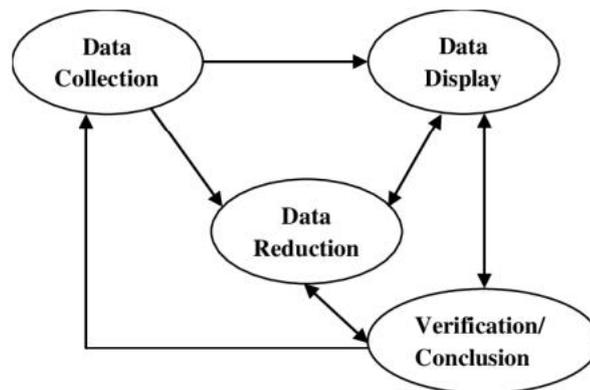
Informan kunci adalah individu yang bermanfaat yang memiliki pengetahuan mendalam tentang suatu topik dan bersedia untuk berbagi pengetahuan mereka dengan orang lain (Flick, 2022). Informan kunci seringkali memainkan peran penting dalam keberhasilan sebuah studi kasus. Orang-orang ini dapat memberi peneliti wawasan tentang suatu masalah dan juga memberi akses ke sumber daya lainnya yang mungkin mempunyai bukti yang menguatkan atau bertentangan (Creswell, 2018). Key informan atau triangulator yang akan diwawancarai pada

penelitian ini, yaitu Kevin Sanly Putera yang merupakan praktisi pemasaran media sosial.

Pada penelitian berjudul Strategi Pemasaran media sosial (*Unhinged Marketing*) Toko Lucky Bundle di Instagram dalam Meningkatkan *Brand Awareness* ini, cara menguji kredibilitas data adalah dengan menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber di mana peneliti akan bertanya kepada triangulator mengenai kebenaran dan memverifikasi dari hasil wawancara yang didapatkan bersama dengan informan.

3.7 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah menurut Miles & Huberman. Terdapat tiga teknik analisis data menurut Miles & Huberman, di antaranya adalah kondensasi data, data display, dan drawing and verifying conclusions (Primasari & Supena, 2021). Berikut merupakan bentuk model analisis data Miles & Huberman dalam Primasari & Supena (2021):



Gambar 3. 1 Bentuk Analisis Data Miles & Huberman

Sumber: Primasari & Supena (2021)

Berikut penjelasan mengenai kondensasi data, data display, dan Drawing and Verifying Conclusions menurut Miles & Huberman (2014):

1. *Data Condensation* (kondensasi data)

Kondensasi data adalah proses pemilihan, fokus, penyederhanaan, abstraksi, dan/atau transformasi data dalam korpus (isi) catatan lapangan tertulis, transkrip wawancara, dokumen, dan materi empiris lainnya.. Selama proyek yang berorientasi kualitatif, terjadi kondensasi data. Proses kondensasi dan transformasi data berlanjut selama pengumpulan data. Ini termasuk menulis ringkasan, pengkodean, mengembangkan tema, membuat kategori, dan menulis memo analitik. Jadi bisa di bilang analisis yang mempertajam, menyortir, memfokuskan, membuang, dan mengatur data sehingga kesimpulan "akhir" dapat ditarik dan diverifikasi dikenal sebagai kondensasi data (Miles et al., 2014). Data kualitatif dapat diubah dengan berbagai cara, seperti dengan menyeleksi, meringkas atau memparafrasekan, memasukkan ke dalam pola yang lebih besar, dan seterusnya.

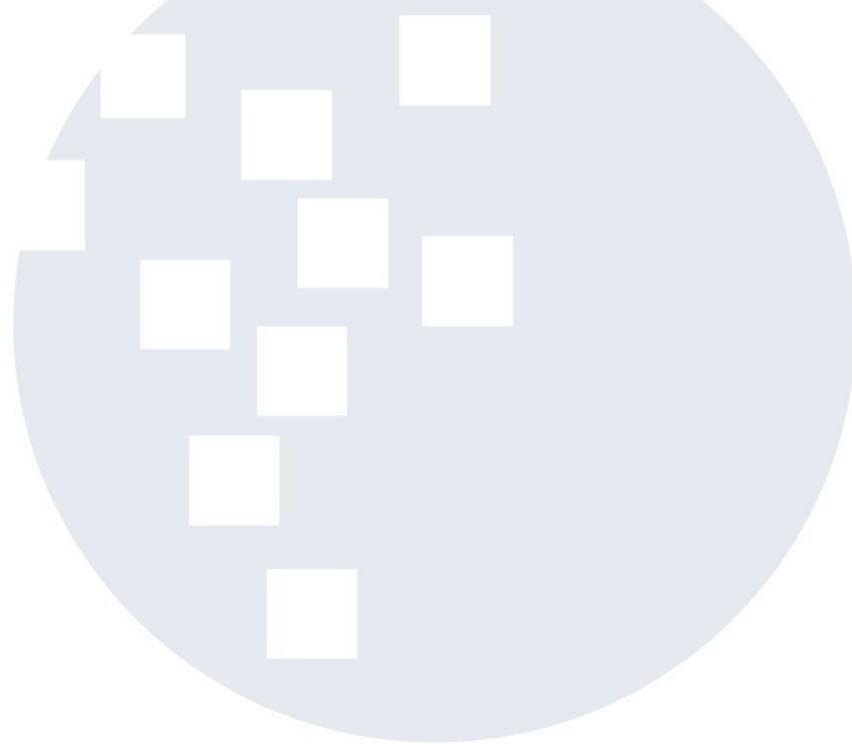
2. *Data Display*

Tampilan data adalah kumpulan data yang terkompresi dan terorganisir yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan tindakan. Seorang peneliti dapat dengan mudah membuat kesimpulan yang terburu-buru, parsial, dan tidak berdasar jika hanya menggunakan teks yang Panjang. Oleh karena itu dibutuhkan pengelompokan data atau dipisahkan ke dalam kategori-kategori agar lebih mudah. Pengelompokan ini bisa berupa banyak jenis matriks, grafik, bagan, dan jaringan. Dalam bagian ini, tujuannya adalah untuk mengumpulkan informasi yang sistematis dan mudah dipahami sehingga analis dapat melihat apa yang terjadi dan membuat kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan atau beralih ke langkah analisis berikutnya yang disarankan oleh tampilan. Kegiatan analisis di sini adalah merancang tampilan. Ini termasuk menentukan baris dan kolom matriks untuk data kualitatif serta menentukan jenis data mana yang harus dimasukkan ke dalam sel.

3. *Drawing and Verifying Conclusions*

Dalam penelitian kualitatif, penarikan kesimpulan masih bersifat sementara karena hasilnya dapat menjawab rumusan masalah atau sebaliknya.

Kesimpulan ini juga menghasilkan temuan baru yang belum pernah terjadi sebelumnya. Pada tahap penyajian data, kesimpulan yang dapat dipercaya dapat dibuat hanya jika didukung dengan data yang tepat.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA