

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan kerangka konseptual yang digunakan oleh peneliti untuk memandang dan memahami realitas atau fenomena tertentu. Paradigma penelitian memiliki keterkaitan yang erat dengan pengertian, metode, teori, hubungan antar model, serta keberadaan instrumen yang menjadi dasar untuk mengarahkan seluruh proses penelitian. Dalam penelitian ini, post-positivisme adalah suatu bentuk modifikasi dari positivisme. Terdapat konsep *verstehen* atau 'pemahaman' yang dikembangkan Weber sebagai teknik hermeneutik dimana harus mengumpulkan pengetahuan mengenai dunia sosial. Konsep Weber menurut Fox dalam Zaini et al. (2022) berakal pada adanya pengakuan bahwa peneliti harus memahami realitas sosial bukan dari pengamat, namun dari perspektif subjek, serta dibandingkan dalam isolasi, memahaminya harus dalam totalitas.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Menurut Walidin, et.al. dalam Fadli (2021) penelitian kualitatif ini merupakan suatu proses penelitian dalam mendapatkan pemahaman mengenai fenomena-fenomena manusia atau fenomena-fenomena sosial. Penelitian kualitatif ini berjalan dengan membuat gambaran yang holistik dan kompleks yang dapat tersaji melalui kata-kata, menuliskan laporan pandangan terinci yang didapat dari informan, serta dilakukan pada latar setting yang alamiah.

Sedangkan penelitian deskriptif menurut Arikunto dalam Sa'adah et al. (2023) merupakan jenis penelitian yang tujuannya untuk melakukan investigasi atas suatu kondisi, keadaan, atau kejadian tertentu, yang hasilnya tersaji dalam bentuk laporan penelitian.

3.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian dengan titik sentral pada strategi komunikasi pemasaran *E-Commerce* shopee ini, peneliti menggunakan studi kasus. Tergolong dalam jenis penelitian kualitatif, studi kasus ini menurut Yin (2017) adalah sebuah metode empiris yang menguraikan fenomena kontemporer atau kasus dengan mendalam, konteksnya dalam dunia nyata, utamanya saat antara fenomena dan konteks batasannya mungkin tidak terlihat jelas. Penelitian ini bertujuan untuk mencari makna, melakukan penyelidikan proses, hingga memperoleh pemahaman yang komprehensif dan holistik mengenai KUCA.OFFICIAL di Shopee sebagai fenomena kontemporer.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian *single-case study*, menurut Yin (2014) kasus tunggal merupakan desain yang tepat dalam beberapa keadaan, dan lima alasan kasus tunggal yaitu, memiliki kasus kritis, tidak biasa, umum, mengungkap, atau longitudinal diberikan di bawah ini. Studi kasus tunggal dianalogikan dengan eksperimen tunggal, dan banyaknya kondisi yang sama yang membolehkan eksperimen tunggal juga dapat memperkenankan studi kasus tunggal. Keunikan dari kasus ini adalah KUCA.OFFICIAL hanya memiliki toko secara online dan tidak memiliki toko secara offline, sehingga desain penelitian *single-case study* ini dapat mengungkap strategi pemasaran yang dilakukan oleh KUCA.OFFICIAL.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih *e-commerce* sebagai fokus utama penelitian, terutama karena *e-commerce* sedang menjadi topik yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. Penelitian ini berfokus pada *E-Commerce* shopee yang digunakan oleh brand KUCA.OFFICIAL untuk mencapai minat beli konsumen.

3.4 Key Informan dan Informan

Dalam penelitian ini, pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh informasi dengan melakukan kategorisasi peserta dari target yang sesuai dengan kriteria penelitian (Yin, 2014). Informan yang dipilih oleh peneliti diharapkan dapat mendukung penelitian ini. yaitu *Chief Marketing Officer* di brand

KUCA.OFFICIAL, Praktisi *marketing* komunikasi dan juga *customer*
KUCA.OFFICIAL.

Berikut ini *Key informan* dan Informan dalam penelitian ini :

Key informan

Nama :Rio Ricardo

Selaku :*Chief Marketing Officer* KUCA.OFFICIAL

Rio sudah bekerja di KUCA.OFFICIAL selama 3 tahun. Rio adalah lulusan dari Universitas Pradita dengan jurusan DKV (Desain Komunikasi Visual). Jobdesk yang di lakukan Rio di dalam KUCA.OFFICIAL ini sendiri adalah bertanggung jawab atas semua yang berkaitan dengan *marketing*, seperti sosial media *marketing*, *E-Commerce* dan juga *Marketing* secara *offline*.

Informan 1

Nama :Ambar

Selaku :Praktisi *Marketing* Pemasaran

Ambar sekarang bekerja sebagai *brand* strategist di agensi periklanan yang ia dirikan sendiri bernama Yoo Creative (PT. Yoonoia Creative Lab). Sebelum menjalankan ini semua, Ambar pernah bekerja sebagai digital *marketing* trainer di Surabaya.

Informan 2

Nama :Vito Montela

Selaku :Customer kursi *gaming* KUCA.OFFICIAL

Vito memiliki hobi bermain *game mobile* dan juga komputer yang membuat ia membutuhkan kursi *gaming* dan membelinya di KUCA.OFFICIAL, Vito memiliki kursi *gaming* KUCA.OFFICIAL ini sudah lebih dari 7 bulan

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Yin (2014) terdapat 6 sumber bukti dari studi kasus yaitu: dokumentasi, arsip, wawancara, observasi langsung, observasi partisipan dan artefak fisik. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan data dari proses strategi pemasaran yang dilakukan *brand* KUCA.OFFICIAL dalam menarik minat beli konsumen. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan juga wawancara dalam penelitian ini.

1) Dokumentasi

Menurut Yin (2017) dokumentasi bermanfaat meskipun dapat mengandung bias serta tidak selalu akurat. Faktanya, sumber bukti ini harus digunakan penuh hati-hati dan tidak seharusnya diterima sebagai rekaman literal dari kejadian yang telah terjadi. Dokumentasi yang peneliti gunakan berupa dokumentasi *online* yaitu halaman toko online dari KUCA.OFFICIAL di shopee.

2) Wawancara

Menurut Yin (2014) wawancara adalah salah satu sumber bukti yang paling penting karena dapat mendukung dengan mengusulkan penjelasan pertanyaan bagaimana dan mengapa dari kejadian-kejadian penting, serta wawasan yang merefleksikan perspektif *relativisme* peserta. Peneliti melakukan wawancara dengan orang-orang terkait dengan *brand* KUCA.OFFICIAL. Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan singkat dan tetap terbuka melalui online (*zoom meeting*) dan offline (secara langsung). Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi serta permasalahan secara mendalam tentang strategi komunikasi pemasaran KUCA.OFFICIAL di *E-Commerce* shopee.

3) Observasi langsung

Bukti observasional berguna dalam menghadirkan informasi tambahan mengenai topik yang sedang diteliti dengan asumsi bahwa fenomena yang menjadi perhatian tidak murni bersifat historis, beberapa kondisi sosial atau lingkungan yang relevan akan tersedia untuk diamati (Yin, 2017). Dengan melakukan observasi langsung, dapat menghasilkan data yang sangat berharga untuk melengkapi wawancara dengan masing-masing informan penelitian.

Pada penelitian ini, observasi dilakukan pada aplikasi Shopee yaitu pada akun toko KUCA.OFFICIAL. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi secara langsung ke tempat KUCA.OFFICIAL menjual produknya secara *live streaming* di Shopee. Kedua observasi ini, pada aplikasi Shopee dan observasi secara langsung, dilakukan oleh peneliti untuk mengamati secara lebih mendalam lagi mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh KUCA.OFFICIAL dalam *E-Commerce* Shopee. Subbab ini menjelaskan tentang teknik pengumpulan data yang terdiri dari dua jenis utama: data primer dan data sekunder.

4) Artefak fisik

Menurut Yin (2017) adalah artefak fisik atau budaya, contohnya perangkat teknologi, alat atau instrumen, karya seni, atau bukti-bukti fisik lainnya. Artefak ini dapat menjadi bagian penting dalam studi kasus secara holistik, seperti dalam penelitian ini di mana KUCA.OFFICIAL merupakan *brand* kursi *gaming*, sehingga kursi *gaming* itu sendiri sumber bukti yang berguna dan tergolong sebagai artefak fisik.

3.6 Keabsahan Data

Menurut Gibbert dalam Yin (2017) untuk menguji keabsahan data terdapat 4 poin yaitu validitas konstruksi, validitas internal, validitas eksternal, dan reliabilitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga poin tersebut, sebagai berikut:

1) Validitas konstruksi

Validitas konstruksi dengan melakukan identifikasi dari langkah-langkah operasional yang sesuai untuk konsep yang sedang diteliti. Dalam memenuhi uji validitas konstruk, penelitian ini memastikan mencakup dua langkah yaitu menetapkan perubahan lingkungan berdasarkan konsep-konsep tertentu (dan

mengaitkannya dengan tujuan awal penelitian) dan mengidentifikasi ukuran operasional yang sesuai dengan konsep-konsep tersebut (sebaiknya memilih mengutip referensi penelitian yang memiliki kecocokan yang sama). Untuk itu, peneliti menggunakan berbagai sumber bukti dan key informan bisa melakukan review dari studi kasus ini.

2) Validitas eksternal

Validitas ini memperlihatkan apakah dan bagaimana temuan penelitian dari studi kasus dapat digeneralisasikan. Peneliti menggunakan studi kasus yang memulai pertanyaan bagaimana dan mengapa dalam sebuah situasi. Peneliti menggunakan teori bauran komunikasi pemasaran untuk dapat mengeneralisasi temuan.

3) Reliabilitas

Reliabilitas ini dengan memperlihatkan bahwa operasi suatu penelitian seperti prosedurnya dalam pengumpulan datanya dapat diulang, dengan hasil yang sama. Peneliti menggunakan protokol studi kasus, membuat database dan memelihara rangkaian bukti.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa penelitian kualitatif perlu memastikan keabsahan data dengan menggunakan teknik pemeriksaan tiga poin di atas. Penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memenuhi standar keabsahan guna memastikan keakuratan dan ketelitian hasil penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi yang dapat digunakan untuk menjaga keabsahan data dalam konteks penelitian kualitatif.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Yin (2017) analisis data pada desain penelitian studi kasus ini tidak seperti analisis statistik, karena panduan atau formulanya itu terbatas. Sebab, hal ini bergantung pada gaya berpikir empiris yang ketat dari seorang peneliti itu sendiri, bersama dengan penyajian bukti yang memadai dan pertimbangan yang cermat terhadap interpretasi alternatif.

Teknik analisis data pada penelitian ini memakai teori dari Miles et al. (2014) dimana terdiri dari kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/ verifikasi data. Berikut adalah rangkuman teknik analisis data yang menurut Miles et al. (2014):

1) Kondensasi data

Tahapan ini merupakan proses memilih yang berfokus pada simplifikasi, abstraksi, dan transformasi data yang berasal dari catatan-catatan lapangan. Seperti yang diketahui, selama penelitian kualitatif berjalan, proses reduksi data ini berlangsung terus menerus. Kondensasi data merupakan analisis yang mempertajam, mengelompokkan, mengarahkan, menghilangkan yang tidak relevan, dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diperoleh dan diverifikasi.

2) Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, tahapan penyajian data dilakukan melalui teks yang sifatnya deskriptif. Data yang didapat dari lapangan disampaikan dalam bentuk teks tanpa manipulasi atau tambahan yang tidak relevan dengan penelitian, dengan tujuan agar penyajian data yang telah direduksi mencerminkan keadaan yang sesungguhnya. Dalam penelitian ini, peneliti berupaya menyajikan data secara akurat dan sesuai dengan masalah serta situasi yang ada pada objek penelitian.

3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Setelah semua data terkait dengan permasalahan penelitian telah terkumpul, serta dikaitkan dengan teori yang relevan, kesimpulan yang tepat dan sesuai dengan jenis serta permasalahan penelitian dapat diperoleh. Dengan mempertimbangkan berbagai data yang telah dikumpulkan, disusun dengan bingkai pemikiran dan teori yang relevan, kesimpulan akhir dapat disusun sesuai dengan tujuan penelitian dan tetap terfokus pada permasalahan yang diteliti.