

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah cara pandang peneliti dalam menafsirkan peristiwa atau perilaku manusia. Paradigma juga diartikan sebagai sebuah teori, prosedur dan asumsi yang diyakini mengenai bagaimana peneliti melihat sebuah peristiwa (Kriyantono, 2024). Denzin & Lincoln mengemukakan paradigma sebagai “*a basic set of belief that guide action..it is human construction.*” Yang artinya paradigma adalah suatu keyakinan yang mengandung prinsip-prinsip pokok terhadap kenyataan yang pada akhirnya mengarahkan pada cara meriset kenyataan tersebut (Kriyantono, 2024).

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan peneliti yaitu paradigma *post-positivisme*. Paradigma *post-positivisme* permasalahan yang diteliti mencerminkan kebutuhan dalam mengidentifikasi dan menilai apa yang menyebabkan hasil yang memengaruhi suatu fenomena. Pada paradigma *post-positivisme*. Pengetahuan berkembang berdasarkan hasil observasi yang cermat dari realitas yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari (Creswell, 2014). Paradigma *post-positivisme* memiliki prinsip *critical realist* yang artinya tidak ada satu-satunya realitas yang benar-benar objektif karena adanya hubungan saling ketergantungan atau pengaruh antara individu dengan objek yang diteliti (Kriyantono, 2024). Peneliti menggunakan paradigma *post-positivisme* karena sesuai dengan topik penelitian yang sedang dilakukan. Untuk mengetahui bagaimana strategi *social media*

marketing Kopi Kamu dalam meningkatkan *customer engagement* di Jakarta. Paradigma *post-positivisme* dapat mengembangkan pertanyaan yang relevan, mendeskripsikan situasi yang sedang terjadi, dan juga menggambarkan keselarasan antara tujuan dari definisi paradigma dengan tujuan penelitian yang pada akhirnya, peneliti dapat menganalisis strategi apa yang digunakan Kopi Kamu dalam meningkatkan *customer engagement* di Jakarta.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Riset kualitatif memiliki upaya untuk menggali konstruksi terhadap suatu realitas dengan tujuan untuk mengeksplorasi dan memahami konstruksi dan makna yang terjadi dalam interaksi dan relasi komunikasi secara ilmiah (Kriyantono, 2024). Kualitatif deskriptif merupakan strategi dalam menganalisis data dengan mendeskripsikan, memaparkan, serta menggambarkan data tentang sebuah realitas (Kriyantono, 2024). Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti dapat mendeskripsikan data secara sistematis, sesuai fakta, dan akurat dengan menggali kedalaman informasi data sedalam-dalamnya sehingga data yang dihasilkan berupa kalimat atau narasi yang dapat membangun sebuah cerita.

Dengan begitu, peneliti harus menggali data sebanyak mungkin tanpa harus menggunakan teori sebagai acuan pencarian data (Kriyantono, 2024). Maka dari itu, penelitian ini selanjutnya akan memuat data-data berupa narasi agar dapat memberikan gambaran dan penjelasan pada penelitian ini. Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan, memberikan gambaran, dan mendeskripsikan hasil penelitian

dengan melihat data yang relevan dan menggali informasi secara mendalam mengenai strategi *social media marketing* Kopi Kamu dalam meningkatkan *customer engagement*.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode studi kasus adalah suatu serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci, dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut. Peristiwa yang bisa disebut kasus adalah hal yang terjadi secara aktual, yang realitas, yang sedang berlangsung, dan bukan sesuatu yang telah terjadi atau sudah lewat (Rahardjo, 2017).

Studi kasus merupakan sebuah riset yang menyelidiki fenomena yang terjadi di kehidupan nyata dan adanya batasan antara fenomena dan konteks yang tidak terlihat jelas dan memanfaatkan bukti dari multisumber (Yin, 2022). Dalam metode studi kasus, Yin (2022) menjelaskan perihal suatu peristiwa yang menjawab pertanyaan “mengapa“ dan “bagaimana“ suatu fenomena sosial dapat terjadi. Metode studi kasus ini relevan dan dapat menjawab pertanyaan yang memerlukan jawaban dengan deskripsi yang jelas dan lengkap pada suatu realitas yang dihasilkan dari beberapa metode yaitu dokumentasi, rekaman arsip, wawancara, dan observasi (Yin, 2022).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan beberapa langkah dalam mengimplementasikan studi kasus,. Pertama, peneliti mengidentifikasi masalah

dengan melihat penerimaan masyarakat kepada penyandang down syndrome dengan memberikan kesempatan kerja sesuai dengan bakat yang dimiliki. Kedua, peneliti melihat Kopi Kamu menjadi coffee shop pertama di Jakarta yang memberikan kesempatan untuk para penyandang down syndrome memiliki pekerjaan. Ketiga, peneliti melakukan riset terhadap kegiatan social media marketing yang dilakukan Kopi Kamu dalam meningkatkan customer engagement. Keempat, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan data yang kredibel. Kelima, peneliti melakukan analisis data dengan teknik penjadohan pola antara konsep social media marketing dengan hasil wawancara yang didapatkan.

3.4 Key Informan dan Informan

Penelitian ini membutuhkan partisipan untuk mendapatkan data yang akan diolah. Informan adalah orang yang dapat memberikan informasi lisan tentang sesuatu yang ingin diketahui melalui wawancara atau jawaban tertulis. Dalam memilih sampel atau informan, peneliti harus memilih partisipan yang memahami masalah yang diteliti, memiliki pengalaman langsung, atau sebagai pelaku dari masalah yang diteliti. Memilih informan sebagai langkah awal dalam menjaga validitas dan realibilitas data (Kriyantono, 2024).

Dengan judul penelitian “Strategi *Social Media Marketing* Kopi Kamu dalam Meningkatkan *Customer Engagement*”, penelitian ini berfokus pada konsep *social media marketing* dari Kopi Kamu dalam upayanya meningkatkan *customer engagement*. Maka dari itu, penelitian ini akan melaksanakan wawancara dengan bagian internal Kopi Kamu yaitu Gabriel J. P selaku general manager Kopi Kamu

sebagai informan dan Sari Ramadanty selaku dosen ahli dalam bidang *Social Media Marketing* sebagai *key informan* untuk menjaga kredibilitas data.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian studi kasus kali ini, data yang digunakan merupakan sebuah bukti yang dapat memberikan pengaruh dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data menjadi hal yang penting dalam penelitian karena data yang didapat, nantinya akan dianalisis dan diambil kesimpulan dari permasalahan yang ada. Beberapa cara dilakukan dalam pengambilan data yang dijelaskan oleh Yin (Yin, 2022), ditinjau berdasarkan teknik pengumpulan data, maka teknik yang akan dilaksanakan adalah dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *social media marketing* Kopi Kamu dalam meningkatkan *customer engagement*, memerlukan pendekatan secara mendalam dengan partisipan untuk menggali informasi realitas yang terjadi, sehingga penelitian ini menggunakan beberapa teknik dalam proses pengumpulan datanya yaitu dengan wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara

Salah satu teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian yaitu wawancara. Teknik wawancara ini adalah komunikasi yang terjadi dua arah untuk mendapatkan informasi dari partisipan. Teknik wawancara ini biasanya dilakukan melalui percakapan tatap muka antara pewawancara (peneliti) dengan partisipan (narasumber) yang dimana dalam penelitian ini partisipannya yaitu Gabriel selaku General Manager Kopi

Kamu yang bertanggung jawab dalam media sosial dan Sari Ramdanty selaku dosen ahli dalam bidang *social media marketing*. Jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara semiterstruktur yang termasuk dalam kategori *in-dept interview* (Yin, 2022). Dengan menggunakan jenis wawancara semiterstruktur, peneliti dapat menemukan permasalahan yang terjadi secara lebih terbuka dan lebih luas karena partisipan secara terbuka dapat dimintai pendapat dan ide-ide lainnya yang dapat mendukung data yang akan dianalisis.

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dapat menambah dan mendukung bukti dari sumber-sumber lain, seperti artikel, dokumen administratif, agenda kantor, dan makalah. Pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi berbentuk rekaman/video, foto, dan artikel.

3.6 Keabsahan Data

Dalam menguji keabsahan data dalam penelitian kualitatif ditekankan pada uji validitas serta reliabilitas. Dikarenakan dalam penelitian kualitatif ini, kriteria umum pada data penelitian harus mencakup uji kredibilitas, konfirmasi kepercayaan, dan ketergantungan dari data yang dihasilkan melalui hasil wawancara dan observasi (Yin, 2022). Keabsahan data dalam melakukan penelitian ini sangat diperlukan untuk menunjukkan suatu fakta yang dapat menjadi bukti acuan yang konkret berupa data *valid* yang diperoleh dan diberikan peneliti.

Keabsahan data diperoleh melalui teknik pemeriksaan data. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data yaitu (Yin, 2022):

1. Validitas Konstruk

Menetapkan ukuran operasional yang benar untuk konsep-konsep yang akan diteliti. Dalam validitas konstruk ini menggunakan multisumber bukti dan membentuk rangkaian bukti.

2. Validitas Internal

Validitas internal ini digunakan pada penelitian eksplanatoris dan kausal. Teknik ini untuk menemukan adanya hubungan kausal yang dimana pada kondisi tertentu diperlihatkan, untuk mengarahkan kondisi lain, sebagaimana dibedakan dari hubungan semu. Pada teknik ini dilakukan dengan menggunakan perbandingan pola, penyusunan eksplanasi, dan analisis deret waktu.

3. Validitas Eksternal

Teknik ini untuk menetapkan ranah di mana temuan suatu penelitian dapat divisualisasikan.

4. Reliabilitas

Teknik ini menunjukkan pelaksanaan suatu penelitian (prosedur pengumpulan data) dapat diinterpretasikan, dengan hasil yang sama.

Pada penelitian ini, teknik keabsahan data yang digunakan merupakan hasil dari validitas internal dengan melakukan wawancara bersama informan secara langsung. Penelitian ini tidak hanya melakukan wawancara, tapi juga menggunakan

dokumentasi dalam menjelaskan kegiatan strategi *social media marketing* yang dilakukan Kopi Kamu.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam analisis data, Menurut Yin dalam bukunya (Yin, 2022) terdapat 3 teknik analisis dominan, yaitu :

1. Penjodohan Pola

Teknik analisis dengan penjodohan pola ini membandingkan pola yang sudah ada yang didasarkan atas fakta yang ada dengan pola yang diprediksikan. Apabila kedua pola memiliki kesamaan, maka data hasil yang diperoleh dapat menguatkan validitas internal studi yang bersangkutan. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan teknik analisis data penjodohan pola untuk memperoleh data yang lebih mendalam, lebih spesifik, dan memiliki kesimpulan.

2. Pembuatan Eksplanasi

Menganalisis data studi kasus dengan cara membuat dan memaparkan penjelasan atau eksplanasi tentang kasus yang bersangkutan. Teknik analisis ini bertujuan untuk mengembangkan gagasan-gagasan yang dapat dipakai untuk penelitian berikutnya, sehingga teknik analisis ini relevan untuk studi kasus eksplanatoris.

3. Analisis Deret Waktu

Teknik analisis data ini dilakukan dengan mengurutkan secara rinci serangkaian kejadian sesuai dengan deret waktunya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis penjadohan pola. Dengan teknik penjadohan pola, peneliti dapat membandingkan prediksi atau gagasan yang dimiliki dengan data yang peneliti kumpulkan dengan melakukan wawancara bersama pihak Kopi Kamu. Setelah peneliti melakukan analisis data menggunakan teknik penjadohan pola, apabila ditemukan persamaan pola antara gagasan yang diprediksikan dengan data hasil wawancara, maka dapat memperkuat validitas konstruk pada penelitian ini

