

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah seperangkat asumsi dasar dan cara pandang untuk memahami suatu fenomena – yang nantinya akan membentuk bagaimana peneliti melihat objek studinya, sekaligus menentukan metode penelitian yang tepat untuk digunakan dalam mempelajari fenomena tersebut (Given, 2008, p. 591). Paradigma yang dipakai dalam penelitian ini adalah *constructivism* atau konstruktivisme. Paradigma ini berangkat dari pemahaman bahwa individu membangun makna dari dunia tempat mereka hidup dan bekerja melalui pengalaman yang diarahkan pada suatu objek atau fenomena tertentu (Creswell & Poth, 2018, p. 21). Realitas bukanlah sesuatu yang objektif, tetapi sebagai hasil konstruksi dalam proses interaksi sosial, budaya, dan kelompok (Bungin, 2009, p. 50). Paradigma konstruktivisme biasanya menggali makna dengan cara mengobservasi dan wawancara kepada partisipan untuk mendapatkan data karena peneliti ingin mengerti fenomena dari sudut pandang yang mengalaminya (Given, 2008, p. 116). Dalam konteks penelitian ini, pemahaman peneliti akan dibangun melalui interaksi dengan partisipan, sehingga hasil penelitian akan mencerminkan cara pandang pelaku yang ada di dalam dinamika internal komunikasi di Flock-Finch Agency.

Penelitian ini menggunakan tradisi *cybernetics* atau sibernetika. Tradisi *cybernetics* atau sibernetika melihat komunikasi dan bagaimana informasi berproses dari *feedback* (West & Turner, 2021, p. 28). Tradisi ini terdiri dari sistem kompleks yang memandang komunikasi dalam kerangka sistem, di mana setiap elemen yang saling berinteraksi akan memengaruhi satu sama lain dan membentuk suatu kesatuan yang lebih besar daripada sekadar penjumlahan bagian-bagiannya (Littlejohn et al., 2017, p. 42). Robert T. Craig pada buku Littlejohn (2017, p. 42) menambahkan bahwa komunikasi dalam tradisi ini tidak hanya dilihat sebagai pertukaran pesan, tetapi sebagai bagian dari proses sistemik yang mencakup masukan (*input*), pengolahan (*processing*), dan yang dikeluarkan (*output*), serta

pengaruh dari lingkungan eksternal yang kembali memberi *feedback* pada sistem. Tradisi ini memiliki karakteristik interdependensi, pengaturan diri, dan kontrol yang memungkinkan sistem tetap stabil dan mencapai tujuannya.

Setiap sistem merupakan bagian dari sistem yang lebih besar sehingga membentuk sebuah kompleksitas yang berlapis (Littlejohn et al., 2017, p. 42). Tradisi sibernetika meminta kita untuk mengerti bahwa komunikasi tidak hanya sebagai proses informasi, tetapi bagaimana sebuah individu masuk ke dalam lingkungan komunikasi dengan kemampuan proses informasi yang berbeda (West & Turner, 2021, p. 28). Tradisi ini memungkinkan untuk melihat Flock-Finch Agency sebagai sebuah sistem sosial yang terus beroperasi secara otonom dan memiliki dinamika internalnya untuk merespons berbagai *iritasi*.

Penelitian ini menggunakan konteks komunikasi organisasi – komunikasi di dalam dan antara lingkungan yang besar (West & Turner, 2021, p. 31). Organisasi merupakan kumpulan dari individual yang tersusun dalam sebuah hierarki dengan tujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Tubbs & Moss, 2006, p. 469). Proses komunikasi yang diteliti berada dalam konteks organisasi. West & Turner (2021, p. 31) menambahkan dalam konteks ini, penelitian yang bisa dilakukan berputar di susunan kekuasaan dan hierarki, budaya dan kehidupan organisasi, moral pekerja, dan lain-lain.

Dalam pandangan komunikasi organisasi, organisasi terbuat dari aktivitas komunikasi (Littlejohn et al., 2017, p. 303) – sehingga seluruh dinamika internalnya bergantung pada bagaimana komunikasinya terus ada dan berlangsung. Dalam dunia industri yang terus berkembang, organisasi dituntut untuk mampu beradaptasi, termasuk dalam cara mereka berkomunikasi secara efektif internalnya (Tubbs & Moss, 2006, p. 470). Dengan melihat komunikasi di dalam konteks organisasi, maka penelitian ini dapat melihat bagaimana AI dapat diintegrasikan ke dinamika komunikasi internal yang terus berkembang di dalam Flock-Finch Agency.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Jenis kualitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk memahami makna yang dikonstruksi oleh individu / kelompok terhadap suatu fenomena sosial, khususnya dalam konteks AI dan dinamika internal Flock-Finch Agency. Sejalan dengan penjelasan Creswell & Poth (2018, p. 7) yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif dimulai dengan kerangka teoritis yang interpretatif untuk mengeksplorasi makna subjektif yang diberikan oleh partisipan terhadap fenomena yang dialami. Denzin et al., (2024, p. 14) menambahkan bahwa penelitian kualitatif terdiri atas serangkaian praktik interpretatif dan material yang bertujuan untuk membuat dunia menjadi dapat dipahami, misalnya lewat wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumentasi, dan lain-lain.

Penelitian ini bersifat deskriptif karena berfokus pada penggambaran secara rinci mengenai dinamika internal sistem sosial Flock-Finch Agency dan kaitannya dengan AI. Penelitian deskriptif tidak menekankan pada angka atau perhitungan, melainkan pada data berbentuk kata-kata atau gambar (Sugiyono, 2013, p. 13). Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk menjelaskan dan merangkum fenomena sosial yang terjadi secara alami dalam masyarakat menjadi objek penelitian (Bungin, 2009, p. 68).

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus menurut Robert E. Stake (1995). Studi kasus adalah metode penelitian yang di mana sebuah atau beberapa fenomena diteliti secara mendalam (Given, 2008, p. 68). Menurut Creswell & Poth (2018, p. 96), studi kasus adalah pendekatan kualitatif di mana peneliti mengeksplorasi fenomena nyata yang berjalan seiring waktu dengan mendalam melalui berbagai sumber data, seperti wawancara, observasi, dokumen, serta laporan dengan menjelaskannya dalam laporan deskripsi studi kasus.

Stake (1995, p. 3) menekankan bahwa studi kasus dapat menangkap kompleksitas dari suatu kasus. Dirinya membagi studi kasus ke dua jenis utama

yaitu *intrinsic case study* dan *instrumental case study*. Studi kasus intrinsik dilakukan ketika peneliti memiliki ketertarikan khusus pada kasus itu sendiri, sedangkan studi kasus instrumental dilakukan ketika sebuah kasus dijadikan pandangan dan sarana instrumen untuk memahami isu dan fenomena yang lebih besar.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus instrumental (Stake, 1995), karena kasus Flock-Finch Agency dipilih karena kemampuannya untuk merepresentasikan fenomena yang lebih luas, yaitu integrasi AI dalam industri periklanan. Penelitian ini akan mengeksplorasi dinamika internal Flock-Finch Agency dan bertujuan memahami bagaimana sistem sosial dalam agensi periklanan merespons dan menyesuaikan diri terhadap AI.

3.4 Key Informan dan Informan

Pemilihan informan dalam penelitian kualitatif merupakan langkah penting agar data yang diperoleh relevan dan mendalam. Bungin (2009, p. 110) menjelaskan bahwa peneliti harus memilih informan yang dapat memberikan informasi secara detil mengenai fenomena yang sedang dikaji. Penelitian ini menggunakan pendekatan *purposeful sampling* (Creswell & Poth, 2018, p. 148) di mana peneliti akan dengan sengaja memilih individu atau sebuah grup yang dapat dengan baik memberikan data tentang masalah penelitian.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini akan membutuhkan partisipan yang dapat menginterpretasikan fenomena apa yang ada di dalam penelitian. Dalam konteks studi kasus, Stake (1995, p. 56) mengatakan bahwa dalam studi kasus, pemilihan sumber data harus terdiri dari mereka (partisipan) yang “terbaik” – dalam artian mereka yang paling bisa membantu kita mengerti kasus dari penelitian ini.

Penelitian ini akan mengklasifikasikan informan menjadi key informan dan informan. Key informan adalah individu yang memiliki pengetahuan tentang fenomena mereka dan merepresentasikan sumber yang efisien dalam memberikan informasi, kompetensi seorang key informan seringkali diukur dari kemampuan mereka untuk memberikan perspektifnya tentang sebuah fenomena ataupun

fungsinya di dalam sebuah fenomena (Given, 2008, p. 477). Sedangkan informan merupakan mereka yang memiliki informasi atau pengetahuan tambahan dan dianggap dapat memberikan wawasan tentang topik penelitian.

Pemilihannya akan dilakukan berdasarkan kerangka kerja penelitian ini – dengan memandang industri periklanan, khususnya Flock-Finch Agency sebagai sistem sosial (Luhmann, 1995) dan operasional internalnya dengan model sistem kreativitas (Csikszentmihalyi, 2014). Key informan dan informan yang dipilih adalah mereka yang menjadi bagian dari proses komunikasi internal organisasi dalam perspektif sistem sosial, serta mewakili elemen dalam sistem kreatif – seperti *creators, field, dan domain*.

3.4.1 Key Informan

Key informan yang dipilih pada penelitian ini merupakan representasi dan mewakili peran penting dalam model sistem kreativitas (Csikszentmihalyi, 2014) – mereka merupakan pelaku utama yang menjalankan dan mengarahkan proses kreatif dalam agensi. Key informan yang disesuaikan dengan kerangka kerja penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Key Informan Penelitian

Elemen dari model sistem kreativitas (Csikszentmihalyi, 2014)	Nama	Keterangan
Field – mereka yang mengevaluasi ide termasuk Account, Strategists (Planners), Digital, dan Director.	Ulfa Yusa	Senior Account Executive Flock-Finch Agency
	Tyas	Senior Brand Strategist Flock-Finch Agency
	Lembu Wirowo Jati	Executive Creative Director Flock-Finch Agency
	Tri Halimah	Social Media Specilists Flock-Finch Agency
	Angga Pratama	Project Manager Flock-Finch Agency

Creators – dilihat dari mereka yang merupakan pelaku utama dalam proses produksi ide kreatif, yaitu Creative Department.	Evan Alam Yohansyah	Graphic Designer Flock-Finch Agency
	Haris Prasidya	Senior Art Director Flock-Finch Agency
	Laurensius Dextraldi	Copywriter Flock-Finch Agency
	Arga Maula	Motion Artist Flock-Finch Agency

Sumber : Data Olahan Penelitian (2025)

Key Informan di atas merupakan representasi dari pekerjaan proses kreatif yang membangun dinamika internal dalam Flock-Finch Agency. Setiap partisipan merupakan pelaku kreatif pada elemen sistem model kreativitas.

3.4.2 Informan

Informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan keterlibatannya dalam dinamika internal Flock-Finch Agency. Mereka bukan pengambil keputusan utama, namun memiliki pengalaman langsung dengan topik penelitian. Informan yang disesuaikan dengan kerangka kerja penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Informan Penelitian

Nama	Keterangan
Lia Fransisca	Social Media Officer Flock-Finch Agency

Sumber : Data Olahan Penelitian (2025)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data di dalam penelitian kualitatif biasanya bisa menjadi empat kelompok utama yaitu: wawancara (*one-on-one*, interaksi seseorang ke grup, interaksi di dalam dunia digital), observasi (dari partisipan hingga non-partisipan), literatur (dari privat hingga publik), dan materi audio-visual (dokumentasi) (Creswell & Poth, 2018, p. 161). Sejalan dengan apa yang Stake (1995, p. 64) jelaskan bahwa dalam studi kasus, pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan review dokumen merupakan cara yang bisa dimanfaatkan.

Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan yang sudah dituliskan di atas, maka penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- A. Wawancara mendalam – merupakan teknik pengumpulan data yang secara umum adalah sebuah proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan key informan / informan (Bungin, 2009, p. 111). Stake (1995, p. 64) menyatakan bahwa wawancara adalah jalan utama untuk melihat deskripsi dan interpretasi orang lain yang tidak dapat dilihat atau diobservasi.
- B. Observasi – pengumpulan data dengan observasi bisa dilakukan oleh peneliti dengan pengamatan sebagai partisipan ataupun peneliti (Creswell & Poth, 2018, p. 163). Observasi berfungsi agar peneliti mendapatkan pengertian yang lebih atas kasusnya (Stake, 1995, p. 60). Stake (1995, p. 60) menambahkan, saat melakukan observasi peneliti harus fokus ke topik utama dan kondisi yang dapat memengaruhi analisis peneliti terhadap topik tersebut.
- C. Studi pustaka – dokumen sama memiliki alur berpikir yang sama dengan observasi dan wawancara, ketiganya harus berjalan secara terorganisir agar bisa mendapatkan informasi menarik (Stake, 1995, p. 68). Dokumen yang dikumpulkan dapat berupa jurnal studi, dokumen personal (e-mail, surat, dll), dokumen organisasi (laporan strategi, data grafis, dll), dokumen publik (memo, blogs, archive, dll), serta autografi atau biografi (Creswell & Poth, 2018, p. 163).
- D. Dokumentasi – bisa disebut juga dengan materi audiovisual, merupakan cara pengumpulan data di mana peneliti bisa mengambil gambar atau video dengan partisipan, merekam suara, dan hal-hal lain yang berbentuk audiovisual yang nantinya akan memperkuat argumen peneliti di dalam penelitiannya (Creswell & Poth, 2018, p. 163).

3.6 Keabsahan Data

Dalam studi kasus, Stake (1995) melihat validitas data bisa menggunakan sebuah protokol bernama triangulasi. Triangulasi data dibutuhkan oleh peneliti untuk

mendapatkan konfirmasi yang dibutuhkan, meningkatkan kredibilitas dari interpretasi, dan menunjukkan kesamaan dalam suatu pernyataan.

Norman Denzin pada buku Stake (1995) menyebutkan ada empat tipe triangulasi data; triangulasi sumber data, triangulasi peneliti, triangulasi teori, dan triangulasi metode. Penelitian ini akan melihat keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sebagai berikut:

- A. Triangulasi sumber data – merupakan cara peneliti melihat sebuah kasus tetap “sama” di waktu, tempat, dan orang yang berbeda (Stake, 1995, p. 112). Triangulasi sumber data merupakan cara peneliti untuk melihat bahwa hasil observasi dan laporan memberikan makna yang sama di situasi yang berbeda.
- B. Triangulasi metode – di mana peneliti menggunakan beberapa pendekatan yang berbeda di dalam studi kasusnya untuk “mengungkap” gambaran yang lebih kaya dan akurat serta “meniadakan” bias yang mungkin “menyesatkan” dan tidak relevan pada topik penelitian (Stake, 1995, p. 114).

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap penting dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menginterpretasikan dan menarik makna dari data yang telah dikumpulkan. Analisis data dalam penelitian ini merujuk pada pendekatan dari Stake (1995, p. 74) yang menyatakan dua cara strategis utama yaitu *direct interpretation* dan *categorical aggregation*.

- A. *Direct Interpretation* – sebuah cara untuk mengambil makna secara langsung dari satu kejadian, wawancara, atau dokumen tertentu tanpa menggeneralisasikannya. Setiap fenomena dilihat sebagai potensi untuk menghasilkan pemahaman baru tentang topik penelitian.
- B. *Categorical Aggregation* – mengumpulkan berbagai fenomena atau pernyataan yang memiliki kemiripan, lalu dikelompokkan untuk menemukan pola berulang.

Dalam proses analisis ini, peneliti juga akan memperhatikan pola-pola (*patterns*) dan korespondensi (*correspondence*) (Stake, 1995, p. 78), untuk melihat konsistensi antar kondisi yang muncul dari data. Pencarian pola ini menjadi langkah penting untuk melanjutkan kepada proses interpretasi data dan bisa dilakukan sejak tahap awal pengumpulan data.

Untuk memperkuat teknik analisis data, penelitian ini menggunakan sistematika pengolahan data oleh Miles et al. (2014, p. 80) yang dijelaskan di dalam tahapan-tahapan berikut:

- A. *Data Condensation* – atau yang diketahui sebagai langkah reduksi data, membuat peneliti dapat mengambil materi yang terfokuskan, lebih bermakna, agar nantinya dapat mengumpulkan data yang banyak untuk menjadi data yang bisa dianalisis.
- B. *Heuristic Reading* – yaitu proses membaca data secara seksama untuk menemukan pola atau makna tersembunyi yang relevan dengan fokus penelitian.

Untuk mereduksi data, salah satu caranya adalah untuk melakukan langkah *coding* untuk mencari berbagai *codes* atau kode – sebuah label makna simbolik terhadap informasi atau data yang diperoleh (Miles et al., 2014, p. 79). *Coding* dilakukan dalam dua tahap yaitu:

- A. *First Cycle Coding (Open Coding)* – tahapan awal yaitu untuk menetapkan kode awal pada data-data yang relevan. Satu pernyataan dapat diberi lebih dari satu kode jika memiliki makna yang kompleks.
- B. *Second Cycle Coding (Axial & Selective Coding)* – setelah melihat kode yang didapatkan dari tahapan awal coding, tahap selanjutnya adalah untuk meringkasnya menjadi kategori atau tema yang lebih kecil. Tahapan ini dilakukan sejalan dengan pendekatan Stake (1995, p. 74) dalam mencari pola dan korespondensi antar fenomena untuk memperkuat interpretasi data

Penelitian ini memadukan pendekatan dasar dari Stake (1995) dengan tahapan sistem analisis data dari Miles et al. (2014) untuk menjaga kedalaman

pemaknaan Stake (1995) menamahkan bahwa kasus yang dipilih dapat menjadi sebuah *naturalistic generalizations* – sebuah konsep yang memperlihatkan pada pemahaman mendalam dan reflektif dari pembaca terhadap suatu kasus sehingga mereka dapat menarik kesimpulan sendiri.

Dengan menggunakan teknik analisis data ini, penelitian ini berupaya untuk memahami dinamika sistem sosial Flock-Finch Agency secara mendalam, khususnya keterkaitannya dengan praktik penggunaan AI dan komunikasi internal.

