

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan suatu kerangka pikir yang membahas fenomena serta teori, didalamnya terdapat isu utama, pemikiran dasar, desain penelitian, dan berbagai metode yang nantinya akan menjadi jawaban bagi pertanyaan penelitian (Neuman, 2017). Dapat dikatakan bahwa, paradigma membentuk landasan filosofis yang mempengaruhi bagaimana cara peneliti melihat dunia, menentukan metode, serta menafsirkan hasil penelitian. Paradigma memiliki peran sebagai landasan keyakinan utama yang menuntun peneliti dalam menafsirkan, merancang, serta menjalankan penelitian (Neuman, 2017).

Pada penelitian ini “Analisis Content Marketing Pop Asia Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus pada Instagram @pop.asia)” peneliti menggunakan paradigma post-positivisme sebagai pendekatannya. Post-positivisme mengacu pada hasil atau dampak dari sebuah penelitian. Dalam studi tertentu, permasalahan yang ditemukan akan difokuskan sehingga dapat menghasilkan kesimpulan berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Paradigma ini menegaskan bahwa kebenaran suatu hal tidak dapat sepenuhnya dipahami atau diamati jika pengamat tidak secara langsung terlibat dengan objek yang diteliti (Creswell & Creswell, 2018).

Terdapat asumsi dasar pada paradigma post-positivisme, yaitu: (Creswell & Creswell, 2018):

1. Pentingnya objektivitas saat penelitian dilakukan.
2. Dalam proses penelitian, setiap pernyataan akan dianalisis dan diseleksi hingga diperoleh pernyataan yang lebih kuat dan valid.
3. Data pendukung dikumpulkan melalui wawancara mendalam, pengamatan langsung, serta kajian literatur yang relevan.
4. Penelitian harus mampu memberikan penjelasan tentang kondisi tertentu atau menguraikan sebab dan akibat dari masalah yang diteliti.

5. Pengetahuan yang diperoleh bersifat subjektif dan tidak ada kebenaran mutlak, diperlukan hasil penelitian yang terdapat bukti nyata dan bisa dipertanggungjawabkan.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma post-positivisme dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman secara mendalam serta menjelaskan mengenai strategi content marketing yang diimplementasikan Instagram Pop Asia dalam membangun brand awareness. Penelitian ini akan dihubungkan dengan konsep yang sudah dipilih, studi kasus serta data pendukung agar mendapatkan hasil yang kuat.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian “Analisis Content Marketing Pop Asia Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus pada Instagram @pop.asia)” menggunakan jenis pendekatan kualitatif serta bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif dapat dikatakan sebagai suatu pendekatan yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dimiliki oleh individu atau kelompok terkait dengan isu-isu sosial atau aspek kemanusiaan (Creswell, 2018, p. 4). Sugiyono (2016, p. 9) menyatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan penjelasan mendalam mengenai fenomena, individu, atau kelompok dalam situasi aslinya. Pendekatan ini menekankan pemahaman terhadap makna dan proses yang berlangsung secara detail, bukan untuk menghasilkan kesimpulan yang berlaku umum.

Pada penelitian ini juga digunakan sifat penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara detail kondisi, konteks sosial, atau interaksi yang terjadi di antara individu atau kelompok. Tujuan utama dari penelitian ini adalah memberikan penjelasan yang tepat dan terperinci mengenai objek penelitian agar fenomena yang diamati dapat dipahami dengan baik (Neuman, 2017). Inilah mengapa, peneliti memiliki tujuan untuk melihat lebih dalam mengenai strategi content marketing Pop Asia dalam membangun brand awareness di Instagram.

3.3 Metode Penelitian

Pada penelitian “Analisis Strategi Content Marketing Pop Asia Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus pada Instagram @pop.asia)” peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus. Menurut Yin (2018), metode studi kasus adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki fenomena yang terjadi saat ini dalam konteks kehidupan nyata secara mendalam. Pendekatan ini cocok dipakai ketika pertanyaan penelitian berfokus pada "bagaimana" dan "mengapa," serta ketika peneliti memiliki sedikit kendali terhadap peristiwa yang sedang diteliti. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami secara rinci satu kasus tunggal atau beberapa kasus dalam situasi yang alami dan kompleks. Hal ini memperkuat tujuan penelitian dengan meneliti bagaimana implementasi strategi content marketing Pop Asia dalam membangun brand awareness di Instagram.

3.4 Pemilihan Informan dan Key Informan

Informan adalah individu yang berperan penting dalam memberikan informasi yang lengkap dan jelas mengenai seluruh data yang berkaitan dengan studi kasus yang diteliti, serta menyampaikan informasi tambahan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian selama proses wawancara (Yin, 2018). Menurut Yin (2018), keberhasilan studi kasus sangat bergantung pada peran key informant. Mereka berfungsi sebagai sumber utama yang memberikan informasi dan wawasan penting terkait permasalahan dalam penelitian. Key informant memiliki data konkret yang dapat menjawab pertanyaan atau masalah yang ingin diteliti oleh peneliti. Pada dasarnya, informant adalah individu yang menjadi bagian dari subjek penelitian dan memiliki serta menyampaikan informasi penting tentang kasus yang sedang dikaji.

Pada proses pemilihan informasi penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2016, p. 85), purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan khusus dari peneliti. Teknik ini dipilih karena tidak semua anggota populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian, sehingga peneliti menetapkan

kriteria tertentu agar sampel yang diambil relevan dan dapat memenuhi tujuan penelitian dengan baik.

Kriteria yang dipilih untuk penelitian ini tentunya sesuai dengan studi kasus yang ingin diteliti. Informan yang dipilih memiliki pengetahuan mengenai content marketing yang sudah diimplementasikan oleh Pop Asia di media sosial Instagram, serta ikut berpartisipasi dalam perencanaan, eksekusi sampai dengan distribusi konten.

Tabel 3.1 Daftar Informan

Nama	Usia	Latar belakang	Jobdesk Informan	Keterangan tambahan
Nabila Wahyuni Sindana	23	Selaku Social Media Officer Pop Asia	Merancang, mengelola, dan mengoptimalkan konten serta interaksi media sosial untuk membangun engagement, meningkatkan brand awareness, dan mendukung tujuan pemasaran perusahaan secara konsisten di berbagai platform digital.	Bekerja di media Pop Asia selama 2 tahun.

Ridho Saputra	35	Selaku Creative Content Director Pop Asia	Mengembangkan konsep kreatif dan memimpin tim dalam merancang serta mengelola konten inovatif yang selaras dengan strategi pemasaran dan branding perusahaan untuk menarik dan mempertahankan audiens secara konsisten di berbagai platform digital.	Bekerja di media Pop Asia selama 4 tahun.
Yury Sarassita	40	Director Creative Marketing Pop Asia	Merancang dan mengeksekusi ide serta strategi promosi inovatif agar kampanye dan brand Pop Asia mampu menarik perhatian, memperluas jangkauan, serta meningkatkan	Bekerja di media Pop Asia selama 4 tahun.

			keterlibatan audiens pada berbagai platform digital secara efektif dan konsisten.	
Nurul Hestiningtyas	31	Ahli Strategi Media Sosial	Ahli dalam bidang menganalisis strategi media sosial.	Sebagai Key Informan

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada teknik pengumpulan data, khususnya untuk metode penelitian studi kasus terdapat enam sumber bukti yaitu, dokumentasi, perangkat fisik, observasi langsung, observasi partisipan, rekaman arsip dan wawancara. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu:

1. Wawancara

Wawancara akan dipakai sebagai data primer, untuk mendapatkan data penelitian. Terdapat 3 tipe wawancara menurut Sugiyono (2016):

a. Wawancara Terstruktur

Wawancara ini dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disusun secara lengkap dan sistematis, dimana responden biasanya diberikan pilihan jawaban yang telah disiapkan. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan data secara teratur dan konsisten dari setiap peserta wawancara.

b. Wawancara Semi Terstruktur

Dalam wawancara ini, peneliti memakai panduan pertanyaan yang bersifat fleksibel dan terbuka. Peneliti dapat menggali lebih dalam dengan mengajukan pertanyaan tambahan dan mengumpulkan pendapat atau gagasan dari narasumber tanpa harus terpaku pada daftar pertanyaan yang sudah dibuat.

c. Wawancara Tidak Terstruktur

Jenis wawancara ini bersifat bebas dan spontan tanpa menggunakan pedoman pertanyaan yang terorganisir secara lengkap. Biasanya, metode ini digunakan pada tahap awal penelitian ketika peneliti belum mengetahui secara pasti data apa yang akan diperoleh dan ingin mengeksplorasi topik secara luas.

Penelitian ini akan memakai tipe wawancara terstruktur, pemilihan ini didasari agar jawaban dari informan tidak berada di luar jangkauan strategi content marketing dan brand awareness. Tipe ini akan membuat hasil penelitian menjadi lebih konsisten.

2. Dokumentasi

Data sekunder yang dipilih untuk penelitian ini adalah melalui dokumentasi. Data diambil melalui studi dokumen yaitu, unggahan pada Instagram [@pop.asia](#) sebagai pendukung penelitian ini.

3.6 Keabsahan Data

Menurut penjelasan Yin (2018), proses untuk menguji keabsahan data penelitian kualitatif untuk metode studi kasus, ada empat cara yang bisa menjadi acuan yaitu:

a. Validitas Konstruksi

Untuk memastikan validitas data, digunakan tiga strategi utama, yaitu memanfaatkan berbagai sumber bukti, menyusun rangkaian bukti yang sesuai dan relevan selama pengumpulan data, serta membuat laporan studi kasus yang nantinya akan ditinjau kembali oleh partisipan dan informan.

b. Validitas Internal

Semua data yang terkumpul diperiksa untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antara kondisi tertentu, memastikan bahwa suatu peristiwa memang berhubungan dengan peristiwa lain, serta menjelaskan alasan di balik terjadinya suatu fenomena.

c. Validitas Eksternal

Data yang diperoleh dari studi kasus dianalisis untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat diterapkan atau digeneralisasikan pada konteks atau kelompok lain yang relevan dalam proses penelitian.

d. Reliabilitas

Data dan metode yang digunakan ditelaah agar hasil penelitian dapat direplikasi dan menghasilkan temuan yang konsisten jika penelitian dilakukan kembali, sehingga mengurangi kemungkinan bias dan kesalahan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik keabsahan data validitas konstruk dikarenakan pengumpulan data yang didapat dengan triangulasi data, melalui wawancara, observasi dan rekaman arsip. Dilakukan juga triangulasi sumber data melalui wawancara narasumber yang berbeda untuk menguatkan data yang sudah ditemukan.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses yang menghubungkan berbagai data dari sumber berbeda dengan konsep-konsep yang relevan. Ada lima teknik utama dalam analisis data, yaitu penjadohan pola, pembangunan penjelasan, analisis deret waktu, model logika, dan sintesis lintas kasus. Dalam penelitian ini, digunakan teknik penjadohan pola, yaitu membandingkan pola hasil studi kasus dengan pola yang telah diprediksi sebelum pengumpulan data dilakukan. Teknik ini membantu melihat kesesuaian antara temuan empiris dengan pola yang diharapkan (Yin, 2018).