

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian menurut Guba adalah hal dasar yang menjadi acuan dalam menjalankan sesuatu (Creswell & Poth, 2018). Paradigma diperlukan untuk menjalankan penelitian sebagai pendekatan terhadap sebuah fenomena. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme menurut Creswell & Poth digunakan untuk penelitian kualitatif berfokus terhadap sebuah pemahaman individu akan dunia atau sosial tempat mereka tinggal dan beraktivitas, yang dipahami secara subjektif melalui pengalaman tertentu. Paradigma konstruktivisme akan melihat variasi dari pemahaman seseorang, untuk dapat melihat subjektivitas yang berbeda melalui interaksi dengan sosial dan budaya atau norma yang dimiliki masing-masing.

Dalam penerapannya, paradigma konstruktivisme akan melibatkan pertanyaan-pertanyaan yang lebih umum dan general, sehingga para narasumber dapat lebih menunjukkan jawaban sesuai dengan apa yang dipahami, yang juga dapat digali lebih dalam melalui diskusi atau interaksi. Pertanyaan yang akan digunakan bersifat terbuka namun tetap berfokus kepada satu konteks atau topik yang dibahas.

Penelitian memerlukan asumsi atau yang diartikan sebagai perkiraan atau prediksi. Asumsi dikatakan oleh Honesti (2022) merupakan sebuah dugaan yang diterima untuk menjadi landasan berpikir yang kemudian dirumuskan untuk memperkuat permasalahan, menentukan objek penelitian, pengambilan data, hingga pengumpulan data. Asumsi digunakan untuk mendeteksi faktor-faktor kehidupan yang kompleks, dan menguji kebenaran ilmiah terhadap keadaan atau fenomena yang ada pada sosial. Paradigma alamiah didasarkan pada pandangan adanya asumsi dasar yang digunakan untuk memahami perilaku seseorang, baik cara berpikir hingga bertindak yang dipersepsikan. Paradigma juga berfungsi sebagai landasan utama menjawab pertanyaan tentang hakikat realitas, hubungan

peneliti dengan realitas, dan juga cara peneliti menggali pemahaman mengenai realitas tersebut.

Cresswell menjelaskan bahwa terdapat beberapa asumsi dasar yaitu realitas sosial (ontologi), hubungan peneliti dan yang diteliti (epistemologi), peran nilai (aksiologi), bahasa penelitian (retorika), juga proses penelitian (metodologi) (Rita Fiantika et al., 2022). Penelitian ini menggunakan asumsi dasar ontologi atau realitas sosial. Ontologi merupakan dasar asumsi penelitian kualitatif yang mana peneliti dan yang diteliti bersifat subjektif, mencerminkan realitas atau fenomena sosial tanpa dimanipulasi. Penelitian akan mengungkapkan pemahaman yang mendalam dan terbangun secara majemuk.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif dilakukan untuk dapat menganalisis secara detail dan mendalam terkait fenomena tertentu. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan untuk melihat secara general dan kemudian mendapatkan makna dari sebuah fenomena atau masalah sosial. Penelitian kualitatif ini akan mendukung perspektif penelitian dan berfokus pada makna individual. Penelitian kualitatif deskriptif menggunakan asumsi dasar beserta teori yang mencakup masalah sosial ataupun kemanusiaan oleh individu atau kalangan tertentu, yang kemudian dapat melihat pola, mendeskripsikan dan menjabarkan fenomena yang diteliti secara mendalam dan cerminannya dalam sebuah masalah (Creswell & Poth, 2018).

Penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran, melihat makna akan sebuah kondisi atau fenomena, dan segala aspek yang ada dalam kehidupan sosial sebagai objek penelitiannya. Penelitian kualitatif deskriptif akan menjelaskan tentang pengalaman dan persepsi dari Generasi Z yang muncul terhadap Fore Coffee.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan merupakan studi kasus. Studi kasus menurut Creswell & Poth adalah sebuah metodologi penelitian, sebagai sebuah desain penelitian kualitatif yang mana sebuah objek penelitian ada pada kehidupan nyata, dalam sebuah atau beberapa fenomena, yang akan ditemui melalui penelitian secara detail melalui berbagai sumber (2018). Pelaksanaan dari penelitian studi kasus bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami kasus atau fenomena pada dunia nyata, yang diasumsikan bahwa pemahaman tersebut dapat melibatkan kondisi kontekstual.

Dikatakan juga terdapat beberapa karakteristik pada penelitian studi kasus. Pertama adalah penelitian dimulai dengan identifikasi pada kasus atau fenomena yang spesifik untuk dideskripsikan dan dianalisis. Penelitian studi kasus juga memiliki beberapa parameter seperti informan tertentu. Tujuan dari studi kasus sendiri adalah meneliti secara fokus pada prosedur, yang terdeskripsikan dan dengan detail. Pendekatan terhadap data pada penelitian studi kasus dapat berbagai, ada yang membandingkan beberapa kasus ataupun fokus pada salah satu kasus saja (Creswell & Poth, 2018).

Penelitian ini menggunakan studi kasus untuk dapat bagaimana konsumsi ruang termasuk pengalaman dan persepsi yang dibangun oleh Generasi Z di Tangerang terhadap Fore Coffee. Penelitian akan dilakukan melalui beberapa tahap yaitu pengumpulan data & dokumen, wawancara, pengolahan data, dan analisis data. Tahapan pertama yang dilakukan adalah mengumpulkan dan melihat data serta dokumen baik digital dan melihat secara langsung ke gerai Fore Coffee di Tangerang. Setelah melakukan observasi tersebut, peneliti akan melakukan wawancara semi-terstruktur dengan empat informan yang ditentukan. Wawancara akan menggambarkan pemahaman akan pola konsumsi ruang melalui pengalaman dan persepsi setiap individu. Kemudian tahap terakhir adalah pengolahan data dengan melakukan transkrip wawancara secara mendetail, dan akan dianalisis menggunakan metode oleh Miles & Huberman.

3.4 Pemilihan Informan

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dalam menentukan informan. Informan akan memberikan informasi secara subjektif untuk pemahaman terhadap fenomena yang diteliti. Kriteria informan yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z yang berdomisili di Tangerang
2. Gemar mengonsumsi kopi sehari-hari
3. Cukup sering berkunjung dan membeli Fore Coffee di Tangerang

Kriteria tersebut dibutuhkan supaya informasi yang didapatkan merupakan pengalaman dan persepsi dari Generasi Z yang merupakan subjek penelitian, terhadap Fore Coffee sebagai objek penelitian. Frekuensi dari mengopi informan juga dibutuhkan untuk menunjukkan bagaimana mengopi menjadi gaya hidup mereka.

Selain itu, diperlukan juga *key informan* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berpengalaman dalam *branding*, *brand marketing*, atau yang lainnya
2. Memahami penerapan desain dalam sebuah gerai
3. Mengerti tentang penerapan *branding* pada industri FnB, terkhusus kopi

Key informan memiliki kriteria untuk dapat menjadi sumber keabsahan data penelitian. Kriteria *key informan* ditentukan agar dapat menjawab keabsahan dari data penelitian terkait bagaimana sebuah *brand*, terkhusus Fore Coffee membangun *branding* melalui berbagai aspek, terutama pemasaran dan juga gerai yang dimiliki. *Key informan* akan menjawab apakah data yang didapatkan peneliti sesuai dengan bagaimana sebuah *brand* menjalankan *branding* melalui beberapa aspek yang diteliti.

Tabel 3.4.1 Daftar Informan

Nama	Usia	Latar belakang	Keterangan tambahan
Informan 1	23	IT Staff di Alam Sutera	Suka mengonsumsi kopi, Fore Coffee menjadi salah satu pilihan utama
Informan 2	25	Jobseeker berdomisili di Kunciran	Suka mengonsumsi kopi siap minum ataupun menyeduh sendiri
Informan 3	23	Counselor di Gading Serpong	Suka mengonsumsi kopi, Fore Coffee menjadi salah satu pilihan utama
Informan 4	22	Marketing Staff berdomisili di Karawaci	Suka mengonsumsi kopi, Fore Coffee menjadi salah satu pilihan utama

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif memerlukan data yang dapat dikumpulkan melalui beberapa cara seperti observasi, wawancara, analisis dokumen, dan penggunaan materi digital & audiovisual (Creswell & Poth, 2018). Penelitian ini menggunakan teknik wawancara untuk proses pengumpulan data. Wawancara cenderung dikatakan sebagai interaksi sosial melalui percakapan. Brinkmann & Kvale dalam Creswell & Poth (2018) menjelaskan bahwa wawancara adalah proses dimana pengetahuan atau intelektual dikonstruksikan pada sebuah interaksi antara pewawancara dan informannya.

Wawancara yang dilakukan akan berisikan informasi dan penjelasan sebuah fenomena, dan merupakan wawasan yang mencerminkan pandangan atau pemahaman informan secara subjektif. Wawancara memiliki tujuh tahapan yang dijelaskan oleh Brinkmann & Kvale dalam Creswell & Poth yaitu perancangan, proses wawancara, transkrip wawancara, analisis data, verifikasi keabsahan data, keandalan, dan generalisabilitas dari temuan, yang kemudian dibentuk dalam sebuah laporan (2018).

Wawancara pada penelitian ini menggunakan wawancara semi-terstruktur, yang mana wawancara dilakukan menggunakan beberapa pertanyaan poin terbuka dengan tetap ada pembatasan pada konteks atau fenomena persoalan, sehingga wawancara akan bersifat fleksibel namun tetap pada batasan tertentu.

3.6 Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan proses pengumpulan data yang tepat, salah satunya menggunakan cara triangulasi. Menurut Afifuddin dalam Hadi et al. (2021) triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan sesuatu yang lain di luar data untuk memastikan atau sebagai pembanding dari data yang digunakan. Sugiyono juga menjelaskan bahwa triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai data dan sumber yang ada. Penelitian menggunakan triangulasi untuk proses keabsahan data supaya dapat menguji kredibilitas data.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber untuk mengecek keabsahan data penelitian. Peneliti akan membandingkan dan melihat keabsahan dari konsep, hasil wawancara, dengan *key informan*, sehingga dapat melihat bagaimana konsep dari *brand* kopi membangun mereknya, pengalaman dan persepsi yang dibangun oleh Generasi Z sebagai konsumen, dan pada informasi pembanding oleh *key informan*.

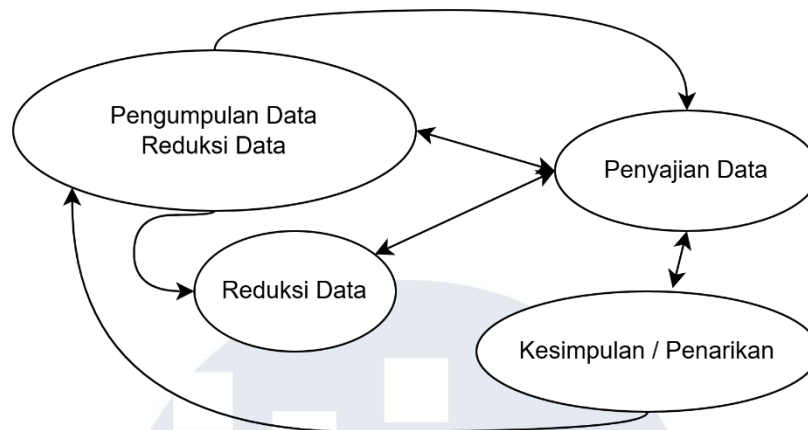
Key informan pada penelitian ini adalah seorang yang berpengalaman dalam menjalankan sebuah *brand*, termasuk sebagai *brand marketing*, dan juga *corporate marketing*. Pelly Sianova menjadi *key informan*, dimana ia memiliki pengalaman sebagai seorang Brand Marketing, Head of Group Brand, dan Head of Corporate Marketing pada beberapa perusahaan. Pelly juga merupakan seseorang yang gemar mengonsumsi kopi sehari-harinya. Di satu sisi juga Pelly memiliki latar belakang pendidikan S1 DKV dan juga S2 Manajemen, sehingga ia dapat menjawab ataupun memberikan *insight* terkait hasil penelitian akan praktik konsumsi ruang melalui *branding* yang dilakukan oleh Fore Coffee baik secara *tangible* ataupun *intangible*.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dijelaskan oleh Sugiyono (Hadi et al., 2021) sebagai proses pencarian data, menyusun data hasil wawancara secara sistematis, catatan lapangan, serta dokumentasi, dengan mengorganisir data ke beberapa kategori, dijabarkan ke beberapa unit, melakukan sintesis, menyusun pola, hingga membuat kesimpulan yang mudah dipahami. Terdapat beberapa model teknik analisis data dan salah satunya adalah model oleh Miles dan Huberman.

Pada teknik analisis data model Miles & Huberman, dijelaskan kalau aktivitas dalam analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus hingga tuntas (Hadi et al., 2021). Aktivitas-aktivitas dalam analisis data yang dimaksud adalah:

1. *Data Collection*, merupakan aktivitas yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data baik dari data primer maupun sekunder, yang nantinya akan dipilih kembali dan diklasifikasikan sesuai dengan tujuan penelitian.
2. *Data Reduction*, menjelaskan bahwa data yang didapatkan di lapangan berbagai dan banyak, sehingga perlu dipilah dengan rinci. Data akan terus bertambah semakin lama dieksplorasi di lapangan, sehingga diperlukan reduksi data yang berarti merangkum, berfokus pada hal pokok, dan melihat tema serta polanya.
3. *Data Display*, disebut juga penyajian data yang bisa dilakukan dalam berbagai bentuk baik uraian singkat, tabel, bagan, atau yang lainnya. Untuk penelitian kualitatif banyak menyajikan data secara naratif atau berbentuk teks, yang juga diperjelas dengan tabel atau gambar.
4. *Conclusion Drawing*, merupakan kesimpulan penelitian yang bisa ataupun tidak menjawab rumusan masalah. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang dapat berupa deskripsi, gambaran objek, atau lainnya



Gambar 3.7.1 Model Miles dan Huberman

Sumber: Miles dan Huberman dalam Hadi et al. (2021)

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles & Huberman untuk dapat melihat berbagai data pada fenomena yang diteliti, kemudian bisa mendeskripsikan lebih detail terkait pola dan hasil temuan untuk dapat menyimpulkan bagaimana praktik konsumsi ruang, termasuk dengan pengalaman dan persepsi yang dibangun Generasi Z terhadap Fore Coffee.