

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Kriyantono (2020, p. 19), paradigma diartikan sebagai seperangkat teori, prosedur, dan asumsi yang diyakini mengenai bagaimana pelaku riset memandang dunia. Arti lain dari paradigma adalah perspektif yang kita miliki dalam menafsirkan suatu peristiwa atau perilaku orang lain. Paradigma tercipta berdasarkan komunikasi antaranggota pada kelompok tertentu selama seseorang menjadi bagian dari kelompok tersebut (Kriyantono, 2020). Contohnya adalah keluarga yang menjadi kelompok rujukan bagi setiap individu untuk berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari sehingga memunculkan paradigma tertentu.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah *post positivisme*. Penelitian dengan paradigma *post positivisme* akan dimulai dengan membuktikan teori yang ada dan kemudian hasil akan dianalisis. Menurut Mardawani (2020) *post – positivisme* bukan hanya satu pandangan, nyatanya lebih kompleks, sehingga tidak bisa dibatasi pada satu teori tertentu saja. Paradigma *post – positivistik* ini muncul sebagai akibat penggunaan tema baru di dunia atau suatu pokok pada bidang ilmu pengetahuan, yang mendorong para ilmuwan untuk membuat penemuan – penemuan baru, sehingga merevolusi penelitian yang lebih baru lagi kedepannya (Soleh, et al., 2023). Penelitian ini cocok menggunakan

paradigma *post positivisme* karena meneliti mengenai strategi komunikasi pemasaran melalui sosial media Instagram @emilyandbear_id untuk meningkatkan *brand awareness*, sehingga dapat di teliti terlebih dahulu mengenai strateginya, lalu dapat mengetahui hasil dari strategi yang digunakan tersebut.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Setelah menentukan paradigma penelitian, langkah selanjutnya merupakan menentukan jenis dan sifat dari penelitian. Pada penelitian ini menggunakan jenis dan sifat penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penganut dari aliran fenomenologis, yang berkaitan dengan penguraian (*describing*) dan pemahaman (*understanding*) pada gejala sosial yang diamatinya, selain itu pemahaman tidak melihat dari sudut pandang peneliti saja tetapi pada subjek penelitian (Hardani et al., 2020)

Adapun menurut Creswell & Cresswell (2018) metode kualitatif memperlihatkan pendekatan yang berbeda untuk penyelidikan ilmiah dari metode kuantitatif. Meskipun prosesnya dapat dikatakan serupa, metode kualitatif lebih mengandalkan data teks, gambar, dan memiliki langkah-langkah yang unik dalam analisis data, dan menggunakan desain yang beragam. Sehingga, dapat dikatakan dengan melakukan penelitian kualitatif analisis data yang diolah dapat berdasarkan hasil teks, maupun informasi yang didapatkan setelah melakukan proses wawancara kepada informan. Sedangkan, penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif menyatakan bahwa data yang ditemukan berbentuk kata-kata atau

gambar, dan jika adanya angka-angka biasanya hanya sebagai data penunjang belaka. Data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif biasanya meliputi transkrip interview, foto, catatan lapangan, dokumen pribadi, dan data lainnya yang sejenis (Suyitno, 2018)

Menurut Rakhmawati (2019) pendekatan deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai fenomena tertentu. Dapat dikatakan, setelah memberikan hasil gambaran secara menyeluruh dan mendalami segala fenomena yang akan diteliti kemudian dapat dianalisis dan diinterpretasikan. Pada penelitian ini difokuskan untuk menganalisis serta mengkaji tentang strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh paninti hub *brand* Emily and Bear terutama di Instagram untuk meningkatkan *brand awareness*, sehingga dalam penelitian ini peneliti mengolah segala temuan penelitian dengan bentuk mendeskripsikan berupa kata-kata, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman dan wawasan yang luas mengenai strategi yang diterapkan oleh Emily and Bear.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*), yakni sebuah metode penelitian yang mengeksplorasi secara mendalam suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau satu atau lebih individu (Creswell, 2016). Metode penelitian ini merupakan metode dengan pendekatan kualitatif untuk mengamati peristiwa tertentu, rencana kerja tertentu, kegiatan tertentu, maupun orang – orang tertentu, pada waktu dan tempat tertentu (Moedzakir dalam Anselmus, 2021).

Metode ini akan menjawab dan menjelaskan dari pertanyaan penelitian yaitu “bagaimana” dan “mengapa” terkait fenomena yang menarik, peneliti hanya memiliki sedikit intensitas waktu dan kesesuaian dalam mempelajari peristiwa tersebut (Yin, 2018). Penggunaan metode penelitian studi kasus dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran *brand* Emily and Bear dalam meningkatkan *brand awareness*.

3.4 Pemilihan Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan penelitian sebagai subjek penelitian yang mana dari mereka data penelitian dapat diperoleh, memiliki pengetahuan luas dan mendalam mengenai permasalahan penelitian sehingga memberikan informasi yang bermanfaat. Informan juga berfungsi sebagai pemberi umpan balik terhadap data penelitian (Moleong, 2020).

Peneliti menggunakan *purposive sampling* dalam pemilihan informan. *Purposive sampling* menurut Yin (2018) adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pemilihan kasus untuk yang akan menjelaskan proposisi teori dari studi kasus. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena peneliti memiliki kriteria informan tersendiri berupa seseorang yang memahami secara mendalam atau *expert* dalam bidang pemasaran media sosial bahkan seseorang yang memang membuat strategi pemasaran media sosial *slow cooker* Emily and Bear.

Berdasarkan pengertian di atas, partisipan dan informan yang dipilih oleh peneliti adalah :

- a. Venny Neviana selaku General Manager di PT. Paninti Hub Indonesia. Peneliti memilih partisipan tersebut karena ia terlibat langsung dalam pelaksanaan strategi *social media marketing* melalui media sosial Instagram yang dilakukan oleh *brand* Emily and Bear. Beliau bertanggung jawab atas segala kegiatan marketing termasuk *social media marketing* guna untuk meningkatkan penjualan, melakukan segala bentuk promosi untuk membangun *brand awareness*, dan mampu memberikan berbagai insight kepada peneliti dan memberikan bukti-bukti yang diperlukan.
- b. Annisa Dwi Meitha selaku tim kreatif Emily and Bear yang bertanggung jawab langsung atas segala kegiatan *social media marketing* sekaligus mengelola akun Instagram Emily and Bear.
- c. Saskia Fitriana selaku tim Marketing Emily and Bear. Sama halnya dengan Annisa, Saskia bertanggung jawab atas segala kegiatan *social media marketing* sekaligus mengelola akun Instagram @emilyandbear_id dan membuat konten yang menarik untuk meningkatkan *brand awareness*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan dua kategori, yaitu primer dan sekunder. Data yang dikumpulkan dengan teknik

primer merupakan data yang langsung diberikan kepada peneliti (wawancara), sedangkan sekunder secara tidak langsung atau melalui studi pustaka (Samsu, 2021). Berikut ini adalah penjelasan lebih lanjut mengenai kedua sumber pengumpulan data tersebut:

a. Data Primer

Teknik pengumpulan data menggunakan sumber ini diperoleh melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada *key informan* yang bertujuan guna mengetahui informasi strategi dilakukan perusahaan atau *brand* Emily and Bear untuk meningkatkan *brand awareness*. Terdapat dua jenis wawancara yang dapat digunakan, yaitu wawancara terstruktur dan semi-terstruktur. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi-terstruktur. Melalui wawancara tersebut, peneliti dapat menggali suatu hal dengan cara melakukan tanya jawab dan mampu mengendalikan pertanyaan yang menghasilkan jawaban yang diinginkan, namun peneliti tidak dapat mengontrol jawaban dari subjek penelitian (kebebasan dalam memberikan informasi).

b. Data Sekunder

Teknik pengumpulan data menggunakan data sekunder memiliki arti bahwa data yang diperoleh tersebut berasal dari studi literatur seperti jurnal, buku dan skripsi yang mendukung data yang dibutuhkan dalam. Studi literatur dapat menjadi pelengkap untuk penelitian ini dan dapat meningkatkan kredibilitas, keakuratan serta komprehensif yang mampu melengkapi rincian secara detail

guna mendukung informasi yang didapat dari wawancara. Pada penelitian ini, dokumentasi bisa berupa kumpulan foto dan video konten-konten dari Emily and Bear dalam melaksanakan komunikasi pemasaran khususnya pemasaran media sosial di Instagram.

3.6 Keabsahan Data

Menurut Yin (2018) keabsahan data salah satu bukti tertentu dari yang telah pernah disebutkan terdahulu sering dijadikan satu-satunya landasan bagi semua penelitian. Keabsahan data adalah suatu faktor penting dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2019) mengatakan bahwa keabsahan data harus diperhatikan melalui cara-cara salah satunya triangulasi dan konstruksi teori. Keabsahan data menjadi peran penting merujuk sejauh mana data dikumpulkan yang digabungkan dapat dianggap akurat dan dapat dipercaya karena memperoleh data dari beberapa sumber. Menurut Wiliam Wiersma (1986 dalam Sugiyono, 2016), teknik triangulasi meliputi empat hal yaitu triangulasi sumber data, triangulasi pengumpulan data, dan waktu. (Sugiyono, 2016). Analisis Triangulasi merupakan kombinasi dari berbagai sumber data penelitian, tenaga peneliti, teori, hingga teknik metodologis yang dipilih peneliti dalam menanggapi permasalahan dari gejala sosial yang dipilih dalam penelitian. Analisis Triangulasi diperlukan sebagai langkah pengecekan valid tidaknya data mengenai kesimpulan realitas sosial (Sugiyono, 2016).

Pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan dan memeriksa kembali kredibilitas informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda dalam metode kualitatif yang dapat menguatkan temuan (Yin, 2018). Triangulasi sumber di dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh langsung dari partisipan subjek penelitian *slow cooker brand* Emily and Bear dibantu dengan berbagai data lainnya, seperti dokumen-dokumen konten dari media sosial Emily and Bear dan hasil wawancara dengan partisipan yang telah dipilih untuk diwawancarai.

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, peneliti akan melakukan analisis terhadap data-data yang didapatkan. Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Model Miles & Huberman, menurutnya analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang di wawancarai. Bila jawaban yang di wawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. (Sugiyono 2020). Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2020), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, tersebut yaitu:

a. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan sehari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak. Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/obyek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

c. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menampilkan data. Dalam penelitian kualitatif, data yang disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif.

d. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/verification*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

