

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, yang berfokus pada bagaimana realitas sosial dibangun melalui interaksi dan komunikasi. Paradigma konstruktivis berasumsi bahwa realitas bersifat subjektif dan dibentuk melalui pengalaman individu dan interaksi sosial (Creswell, 2014). Peneliti yang menggunakan paradigma ini percaya bahwa makna diciptakan oleh individu berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan historis mereka. Dalam konteks ini, penelitian bertujuan untuk memahami bagaimana pesan dalam aktivitas *Personal selling* IQOS di area Tangerang Raya dibingkai untuk membentuk persepsi konsumen. Paradigma ini relevan karena *Personal selling* melibatkan proses komunikasi yang subjektif, di mana elemen-elemen seperti interaksi langsung, cara penyampaian informasi, dan pendekatan budaya turut mempengaruhi bagaimana konsumen membentuk pandangan terhadap produk IQOS.

#### **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk menggali dan memahami fenomena sosial secara mendalam. Sifat penelitian ini adalah deskriptif-analitis, di mana fokusnya adalah pada deskripsi elemen framing dalam iklan IQOS serta analisis terhadap bagaimana elemen tersebut membentuk citra produk dan memengaruhi persepsi konsumen. Fokus utamanya adalah pada pemahaman mendalam terhadap makna yang dikonstruksi oleh partisipan dalam suatu konteks tertentu (Creswell, 2014).

Menurut Creswell, (2014) penelitian kualitatif adalah pendekatan yang menekankan pada eksplorasi dan pemahaman makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu masalah sosial atau manusia. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam terhadap konteks, pengalaman, dan interpretasi partisipan (Creswell, 2014).

### 3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Yin (2014) Studi kasus dipandang sebagai metode penelitian yang sesuai untuk digunakan ketika penelitian berlandaskan pada pertanyaan 'how' dan/atau 'why', terutama karena keterbatasan waktu dalam mengamati fenomena yang dikaji serta karena fokus penelitiannya bersifat kekinian atau kontemporer. Analisis studi kasus digunakan untuk mengkaji elemen-elemen tertentu dalam aktivitas *Personal selling* IQOS di area Tangerang Raya yang disusun untuk membimbing pesan tertentu kepada konsumen. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, tema, dan strategi komunikasi yang digunakan oleh tenaga penjual IQOS dalam membangun persepsi konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian.

### 3.4 Pemilihan Informan / Unit Analisis

Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus menempatkan informan dan partisipan sebagai komponen utama dalam pencapaian tujuan penelitian. Kehadiran mereka memberikan dua kontribusi penting, yaitu menyajikan data kualitatif yang kaya dan mendalam terkait fenomena yang diteliti, serta menyediakan bukti empiris yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Dimana pemilihan partisipan melalui teknik *purposive sampling*, di mana partisipan dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu individu yang memiliki pengalaman langsung dalam pelaksanaan strategi *Personal Selling* produk IQOS. Keterlibatan aktif partisipan menjadi faktor penting dalam keberhasilan studi kasus ini, karena mereka dianggap mampu memberikan informasi dan data kunci yang berkaitan langsung dengan proses pemasaran IQOS di lapangan (Yin, 2018).

Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan staf IQOS yang aktif menjalankan strategi *Personal Selling*. Peneliti menggali informasi seputar pengalaman, pemahaman, dan pendekatan yang mereka terapkan saat berinteraksi dengan calon pengguna produk IQOS. Sebagai langkah lanjutan, peneliti juga dapat meminta partisipan untuk memberikan masukan terhadap draf laporan studi

kasus yang telah disusun, guna memperoleh umpan balik tambahan serta memastikan akurasi dan kekayaan data dalam hasil penelitian. Berikut adalah kriteria yang di tetapkan untuk partisipan/ informan, yaitu:

- Partisipan merupakan staf aktif IQOS yang bekerja di bawah naungan perusahaan, dengan pengalaman kerja minimal 1 tahun.
- Partisipan sebelumnya sudah mendapatkan pelatihan resmi mengenai produk IQOS
- Partisipan terlibat secara langsung dalam pelaksanaan strategi *Personal Selling* produk IQOS di lapangan.
- Partisipan bersedia menerima dan menjawab pertanyaan dari peneliti guna memberikan gambaran yang jelas, mendalam, dan komprehensif terkait implementasi strategi *Personal Selling* IQOS.

Tabel 2. 2 Daftar Informan

Nama	Usia	Jabatan	Narasumber
Faris	-	Dosen	Narasumber ahli
Nando	30	Supervisor	partisipan
Rahma	27	Staf <i>personal selling</i>	partisipan
Cindy	25	Staf <i>personal selling</i>	partisipan

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

(Yin,2018) menekankan bahwa wawancara merupakan teknik yang sangat penting dalam pengumpulan data penelitian kualitatif (studi kasus). Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk menggali informasi secara komprehensif langsung dari informan utama, sehingga diperoleh pemahaman yang utuh tentang masalah yang diteliti. Keunggulan metode ini terletak pada kemampuannya menyediakan data yang kaya dan kontekstual, yang sangat penting untuk memenuhi tujuan penelitian.

Creswell, (2014) peneliti membangun interpretasi makna secara kolaboratif dengan partisipan melalui interaksi, wawancara, dan observasi. Dalam pelaksanaannya penulis akan memadukan dua teknik wawancara, yaitu terstruktur dan tidak

terstruktur. Kombinasi ini memberikan fleksibilitas dalam menggali informasi, sambil tetap menjaga fokus pada isu penelitian. Selain teknik wawancara terdapat data dokumen, rekaman arsip, dan observasi yang juga berperan sebagai sumber validasi yang memperkuat temuan penelitian melalui triangulasi data.

### 3.6 Keabsahan Data

Teknik pengumpulan data disesuaikan dengan metode yang digunakan. Subbab ini menjelaskan pengujian kepercayaan/kelayakan data/triangulasi (kualitatif) yang dilakukan peneliti. Peneliti bisa menggunakan triangulasi sumber metode untuk meningkatkan kredibilitas penelitian dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data yang berbeda, bisa melalui *key informan*/informan kunci. Key informan merupakan individu yang memiliki pengetahuan atau pengalaman mendalam mengenai topik yang diteliti.

### 3.7 Teknik Analisis Data

(Yin,2018) mengemukakan bahwa proses analisis data mencakup kegiatan menguji, menyusun dalam bentuk tabel, mengelompokkan, serta menggabungkan kembali bukti-bukti yang diperoleh guna mengungkapkan proposisi awal suatu penelitian, dengan lima teknik analisis data dalam studi kasus yang dapat digunakan, yaitu *pattern matching* yang mencocokkan pola empiris dari hasil penelitian dengan pola konseptual atau prediksi sebelumnya, *explanation building* yang menyusun penjelasan sistematis terhadap kasus yang dikaji, *time series analysis* yang menyajikan data secara kronologis dan membandingkannya dengan tren yang telah dirumuskan, *logic models* yang menjelaskan rangkaian peristiwa kompleks dalam jangka panjang secara sistematis, Penelitian ini menerapkan teknik *pattern matching*, yang digunakan untuk membandingkan pola empiris yang ditemukan di lapangan dengan pola teoritis yang telah ditetapkan sebelumnya. Teknik ini bertujuan untuk melihat kesesuaian antara data yang diperoleh dengan kerangka teori, sehingga dapat memperkuat validitas internal studi kasus. Berbeda dengan teknik *cross-case synthesis* yang lebih cocok diterapkan pada studi kasus ganda, teknik *pattern matching* dapat diterapkan baik pada studi kasus tunggal maupun ganda, bergantung pada kebutuhan analisis dalam penelitian.