

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Haryono (2020), paradigma merupakan penjelasan terkait kehidupan dan dunia. Sedangkan menurut Creswell (2018), paradigma dapat dibedakan menjadi empat, sebagai berikut: post-positivisme, konstruktivisme, transformatif, dan pragmatis. Dengan beberapa jenis paradigma yang ada, peneliti disini menggunakan paradigma konstruktivisme. Hal itu disebabkan, paradigma konstruktivis (Creswell, 2014) didefinisikan ketika individu-individu yang berusaha memahami dunia tempat mereka hidup dan bekerja. Pada paradigma ini menjelaskan bagaimana kita berbicara mengenai objek, bahasa yang dipakai untuk menjelaskan konsep tersebut dan bagaimana kelompok sosial dapat menyesuaikan diri pada pengalaman mereka sendiri secara umum dalam membentuk identitas suatu benda (Mulyana, 2010). Dijelaskan juga oleh Stephen W. Littlejohn (2016) bahwa suatu fenomena dapat dipahami dengan baik dengan cara yang berbeda menurut paradigma konstruktivisme. Dimana pada paradigma ini melihat bagaimana suatu kenyataan merupakan hasil dari konstruksi dari pemahaman atau kemampuan berpikir seseorang. Paradigma konstruktivisme memungkinkan peneliti disini untuk menggali lebih dalam dari bagaimana konsumen memaknai klaim “produk lokal” dalam konteks strategi pemasaran yang dilakukan oleh Skindoze. Lalu dengan pendekatan ini maka dapat membantu peneliti untuk dapat lebih memahami perspektif dari sisi merek Skindoze terkait strategi pemasaran yang mereka lakukan untuk membangun narasi produk lokal.

Pada paradigma konstruktivisme memiliki beberapa kriteria yang dapat membedakannya dengan paradigma yang lain, kriteria tersebut seperti ontologi, epistemologi, dan metodologi. Dalam ontologi, paradigma konstruktivisme melihat kenyataan sebagai bentuk yang relatif, dimana kenyataan ada dalam bentuk konstruksi mental manusia. Lalu pada epistemologi, paradigma konstruktivisme bersifat objektif, hal itu disebabkan temuan dilihat dari hasil interaksi antara peneliti

dan objek yang diteliti. Sedangkan pada metodologi, paradigma konstruktivisme menggunakan berbagai macam bentuk pengkonstruksian dan menggabungkannya dalam konsensus.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah kualitatif deskriptif. Menurut Raco (2010) penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mendalami fenomena, fakta, dan sebuah realita yang diteliti. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang membahas fenomena atau peristiwa yang saling berkaitan akan aktivitas dan hubungan manusia dengan mendeskripsikannya. Sifat deskriptif pun diartikan suatu rumusan masalah yang dapat memandu penelitian untuk lebih eksplorasi dalam melihat situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas, dan dalam. Menurut Mukhtar (2013) Metode ini juga digunakan untuk menemukan pengetahuan dan teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu.

Disini peneliti memiliki peranan penting dalam merencanakan, merancang, melaksanakan, melakukan pengumpulan data, analisis data, menarik kesimpulan, dan melaksanakan penyusunan laporan. Dengan karakteristik ini, jenis penelitian ini memiliki ciri yang serupa dengan penelitian kualitatif. Sehingga mampu ditarik kesimpulannya, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Dalam hal ini peneliti menggunakannya untuk mengetahui dan juga menjelaskan secara lebih dalam mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh *brand* Skindoze terutama pada *campaign* pemasarannya.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Penggunaan metode ini pun sesuai dengan yang didefinisikan oleh Robert E. Stake, karena paradigma yang digunakan oleh peneliti merupakan paradigma konstruktivis. Menurut Creswell & Creswell (2018), metode studi kasus memiliki tujuan untuk mengeksplorasi atau meneliti proses yang terjadi pada sebuah fenomena yang akan

diteliti. Metode ini pun membutuhkan berbagai macam sumber untuk menjadi dasar dari penelitiannya, bisa pada tempat dan waktu seperti lokasi, kelompok profesional, komunitas, maupun suatu organisasi.

Pada penelitian ini, studi kasus yang akan dianalisis adalah strategi pemasaran klaim “produk lokal” pada merek Skindoze. Adapun beberapa tahapan yang harus dilakukan berdasarkan metode studi kasus yang ingin meneliti fenomena tersebut, yaitu melakukan analisis secara mendetail terkait kasus yang diteliti, lalu melakukan penelitian untuk memahami sudut pandang dari orang-orang yang terlibat di dalamnya, memperhatikan seluruh aspek komunikasi yang berpengaruh pada fenomena yang ingin diteliti, dan terakhir adalah fokus pada faktor-faktor yang saling berkaitan satu dengan lainnya yang juga memperhatikan faktor sosial dan struktur kekuasaan pada fenomena tersebut (Daymon & Holloway, 2011).

3.4 Pemilihan Informan

Berdasarkan definisi Harahap (2020), Informan penelitian merupakan individu yang melabeli dirinya sebagai anggota dari suatu kelompok yang tergabung di dalamnya, serta memiliki informasi terkait kelompok tersebut sehingga dapat melindungi dan mengutamakan kepentingan kelompok atau pribadi. Dengan definisi yang dijelaskan di atas, maka peneliti memilih informan yang menjadi objek penelitian, dimana informan ini dipilih karena dianggap memiliki kapabilitas dalam memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti mengenai kelompok atau organisasi tempat mereka bergabung.

Tabel 3.4.1. Daftar Informan

Nama	Latar belakang	Keterangan tambahan
Denia	Brand Marketing & Sales Strategist Skindoze	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Develop new products launch plan/innovation plan</i> selaras dengan strategi dan <i>objective</i> berdasarkan <i>sales & consumer loyalty</i>.

		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Propose</i> dan mengawasi <i>marketing strategies</i> untuk membangun <i>customer experience</i> • Membuat <i>commercial strategies</i> • <i>etc</i>
Cindy	Social Media & Content Creator Officer Skindoze	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>editorial plan, content pillars</i>, dan <i>content theme</i> • <i>Writing, scripting</i>, dan mengeksekusi <i>content production</i> • Bekerjasama dengan tim Digital Ads untuk mengoptimalkan strategi <i>campaign</i> • <i>etc</i>
Inayati Suryani, S.Ikom, M.Si	Strategic Communication Lecturer Multimedia Nusantara University	<ul style="list-style-type: none"> • Asc. Acc Planning Director Hakuodo Digital Indonesia

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk kebutuhan penelitian bersumber dari subjek atau pun sampel penelitian. Dalam penelitian kualitatif studi kasus, penelitian ini akan menggunakan data yang beragam seperti observasi secara langsung atau tidak, wawancara, adanya data atau informasi pendukung, dan audiovisual (Creswell, 2013).

3.5.1. Data Primer

Data primer yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara. Wawancara merupakan suatu proses percakapan yang dilakukan dengan tujuan untuk menggali dan memahami prinsip, pandangan, pemikiran dan pengalaman dari informan untuk mendapatkan informasi terkait peristiwa dan kejadian yang tidak dapat dialami sendiri atau dialami secara langsung. Dalam penelitian kualitatif, wawancara bisa dilaksanakan secara terstruktur dan tidak terstruktur (Sugiyono, 2013). Peneliti akan menggunakan wawancara semi-terstruktur, agar pendekatan ini tetap memiliki kerangka pertanyaan yang jelas untuk menjaga fokus dari penelitian, namun tetap

memungkinkan adanya eksplorasi mendalam terhadap strategi pemasaran Skindoze.

Lalu disini peneliti pun akan menggunakan teknik pengumpulan data observasi yang dilakukan untuk mengamati perilaku manusia, kejadian atau kegiatan individu maupun kelompok yang akan diteliti (Yusuf, 2017). Menurut Sugiyono (2013), observasi ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu peneliti terlibat langsung dalam kegiatan sehari-hari dari subjek yang diobservasi dan observasi non partisipan yang artinya peneliti melakukan observasi dengan mencatat, menganalisis, dan membuat kesimpulan dari perilaku masyarakat. Disini peneliti akan menggunakan observasi non partisipan untuk tetap menjaga objektivitas dalam menganalisis strategis dari sisi perusahaan.

3.5.1. Data Sekunder

Data primer yang dikumpulkan oleh peneliti adalah website merek dan media sosial merek Instagram dari konten-konten yang dipublikasikan oleh merek dalam rentang waktu tahun 2024 sampai dengan 2025, serta artikel berita yang dipublikasikan oleh media serta jurnal ilmiah dan buku yang terdaftar pada daftar pustaka. Dimana data sekunder ini diperoleh dari sumber tidak langsung (Sugiyono, 2013).

3.6 Keabsahan Data

Data yang telah diperoleh perlu untuk diperiksa melalui teknik/metode pemeriksaan keabsahan data atau sejumlah kriteria tertentu. Untuk menguji keterpercayaan data, maka peneliti menggunakan metode perpanjangan pengamatan dan triangulasi yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Perpanjangan pengamatan

Peneliti melaksanakan wawancara kembali dengan informan yang sudah ditemui dan melakukan pengamatan. Peneliti melakukan wawancara kembali untuk membangun hubungan dan menjadi lebih akrab dengan informan. Dengan begitu, peneliti bisa mengecek kembali data yang

sebelumnya telah diperoleh dan dapat menggali lebih dalam informasi yang ada sehingga tidak ada informasi yang masih tersembunyi. Pengamatan yang dilakukan ini berfokus pada pengujian data yang telah diperoleh penguji untuk memastikan konsistensi informasi.

2. Triangulasi

Sugiyono (2015) menjelaskan jika triangulasi data adalah teknik yang digunakan untuk beberapa hal berbeda (metode, sumber, dll) untuk menguji keabsahan data penelitian. Data yang dikumpulkan dari berbagai sumber, seperti wawancara, studi dokumen, observasi, kuesioner, dll. Tujuan dari teknik ini digunakan untuk meningkatkan keterpercayaan hasil penelitian dengan cara mengurangi kesalahan atau bias dalam pengumpulan dan analisis data. Triangulasi ini dibagi menjadi tiga jenis, yaitu: triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, dimana teknik ini digunakan untuk menguji keabsahan data yang diperoleh dari berbagai sumber dengan membandingkan data untuk memastikan konsistensi data.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data disesuaikan dengan metode yang digunakan peneliti. Peneliti menguraikan definisi dan penggunaan teknis analisis data dalam penelitian ini.

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A