

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian ini merupakan kerangka konseptual yang menyatukan pemahaman tentang suatu fenomena, sehingga membentuk suatu pandangan mengenai apa yang dilihat dan cara untuk memahaminya. Keragaman perspektif dalam sosial menjadikan setiap paradigma memiliki validitasnya masing-masing (Craswell, 2014).

Penelitian ini menggunakan paradigma Post-positivisme. Paradigma post-positivisme merupakan pendekatan yang hadir sebagai kritik terhadap positivisme klasik. Paradigma ini menekankan bahwa pengetahuan manusia tentang realitas bersifat sementara dan selalu terbuka untuk perbaikan. Paradigma ini mengakui adanya realitas yang objektif di luar diri manusia, namun juga menegaskan bahwa pemahaman manusia terhadap realitas tersebut tidak pernah sempurna karena keterbatasan alat ukur dan subjektivitas manusia. Penelitian yang menggunakan paradigma ini menggunakan pendekatan kritis, yang artinya teori atau hipotesis selalu diuji ulang untuk mendekati kebenaran. Paradigma post-positivisme ini juga menekankan pentingnya triangulasi, yaitu penggunaan berbagai metode atau sumber data untuk meningkatkan validitas hasil penelitian. (Flick, 2009)

3.2. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif. Dengan jenis penelitian kualitatif dan sifat deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami secara mendalam strategi *social media marketing* yang diterapkan oleh Menan Travel serta dampaknya terhadap *brand engagement*.

3.3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah studi kasus. Metode penelitian studi kasus menurut (Yin, Robert K, 2018) merupakan metode penelitian

yang berkenaan dengan bagian mengapa dan bagaimana. Metode penelitian studi kasus menggunakan data untuk melakukan riset, menganalisis, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek dalam individu, kelompok, organisasi atau peristiwa secara sistematis.

3.4. Pemilihan Informan

Dalam penelitian ini, informan yang dipilih oleh penulis merupakan orang-orang yang profesional dalam bidangnya. Menurut Yin (2018), informan merupakan individu yang memiliki wawasan atau pengalaman langsung terhadap fenomena yang sedang diteliti dan sengaja dipilih karena kontribusi informatif yang dapat mereka berikan untuk memahami konteks dalam suatu kasus. Untuk dapat melengkapi penelitian ini, peneliti akan menetapkan satu *key informan* dan beberapa informan lainnya yang mampu memberikan wawasan relevan terkait topik yang dikaji. Informan yang dipilih merupakan individu yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam bidang *social media marketing* serta pemahaman terhadap upaya meningkatkan *brand engagement* perusahaan. Untuk memastikan kesesuaian informan dengan kebutuhan penelitian, peneliti menetapkan sejumlah kriteria tertentu sebagai syarat partisipasi. Adapun kriteria tersebut di antara lain:

1. *Key Informan* merupakan seseorang yang memiliki peran penting dalam memilih keputusan dalam perusahaan Menan Travel
2. Informan merupakan seorang karyawan yang bekerja di Menan Travel
3. Informan merupakan karyawan yang mengerti tentang strategi dalam menjalankan *social media marketing* di Instagram

Tabel 3.4. 1 Daftar Informan

Nama	Usia	Latar belakang	Keterangan tambahan
Yessi I. Nazir	51	Direktur Perusahaan	<i>Key Informan</i>
Hafit Timor Mas'ud	48	Social Media Manager	Informan
Fiany Intan Vandini	30	Social Media Specialist	Informan
Aria Rahadyan	34	Social Media Specialist	Informan

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang melengkapi penelitiannya. Pada penelitian ini, pengumpulan data dibagi menjadi dua yaitu primer dan sekunder.

3.5.1. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang dikumpulkan dengan secara langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Data ini dikumpulkan untuk penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Terdapat berbagai cara untuk mengumpulkan data primer seperti wawancara, observasi, dan *focus group discussion* (FGD). Data primer memiliki relevansi yang tinggi dengan pertanyaan penelitian, kontrol penuh oleh peneliti atas cara data dikumpulkan, dan informasi yang aktual serta relevan pada saat penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara kepada 3 (tiga) orang yang bersangkutan dalam pembentukan strategi *social media marketing* yang dimiliki oleh Menan Travel

3.5.1. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan lain namun dapat digunakan kembali untuk penelitian yang berbeda. Seperti data primer, data sekunder juga memiliki berbagai opsi untuk pengumpulan data seperti, dokumen dan arsip, *database online*, serta laporan penelitian sebelumnya. Keuntungan dari data sekunder selain efisiensi waktu dan biaya karena data sudah tersedia, juga berada di akses ke informasi yang luas dari berbagai sumber, serta cakupan informasi yang komprehensif.

Untuk penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data sekunder dengan cara menganalisis *Instagram analytics* di sosial media Instagram yang dimiliki oleh Menan Travel, menganalisis *content plan* dan *content strategy* yang mereka terapkan untuk melakukan *social media marketing*.

3.6. Keabsahan Data

Menurut (Yin. Robert K, 2018), teknik triangulasi bukan hanya sebatas pada pemanfaatan informasi yang diberikan oleh informan atau partisipan penelitian saja. Triangulasi juga menekankan pentingnya mengumpulkan dan membandingkan berbagai jenis sumber data untuk mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh dan akurat mengenai objek yang diteliti. Dengan demikian, keabsahan atau validitas data dapat diukur dari sejauh mana hasil temuan atau interpretasi yang dibuat oleh peneliti benar-benar mencerminkan kondisi nyata atau fenomena yang sedang diteliti. Di sisi lain, menurut (Wijaya, 2018), triangulasi data merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk memverifikasi dan menguji kebenaran data dengan cara mengombinasikan. Berbagai sumber informasi, menggunakan lebih dari satu metode pengumpulan data, serta dilakukan pada waktu yang berbeda-beda. Pendekatan ini bertujuan untuk memperkuat validitas dan reliabilitas hasil penelitian secara keseluruhan.

Dalam konteks ini, triangulasi dibagi menjadi 3 jenis, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber
 - a. Dalam triangulasi sumber, penulis menguji kebenaran data yang telah diperoleh seperti wawancara, dokumen, dan lainnya dengan melakukan pengecekan melalui wawancara sumber lain. Triangulasi sumber dapat membantu memberikan validitas dan memverifikasi temuan.
2. Triangulasi teknik
 - a. Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kapabilitas suatu data yang telah diperoleh melalui pengecekan dari sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda, seperti, data yang diperoleh dengan menggunakan metode wawancara, maka triangulasi teknik dapat dilakukan melalui metode analisis konten, survei, dan lainnya.
3. Triangulasi waktu
 - a. Waktu merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kredibilitas sebuah data. Informasi yang dikumpulkan pada waktu tertentu mungkin akan berbeda dengan data yang diperoleh di waktu lain, karena situasi dan kondisi bisa berubah seiring berjalannya waktu. Oleh karena itu, dengan menerapkan triangulasi waktu, peneliti memiliki kesempatan untuk mengamati dan menganalisis dinamika atau pergeseran yang terjadi dari suatu periode ke periode lainnya. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi apakah data yang diperoleh menunjukkan pola yang konsisten atau justru mengalami variasi.

3.7. Teknik Analisis Data

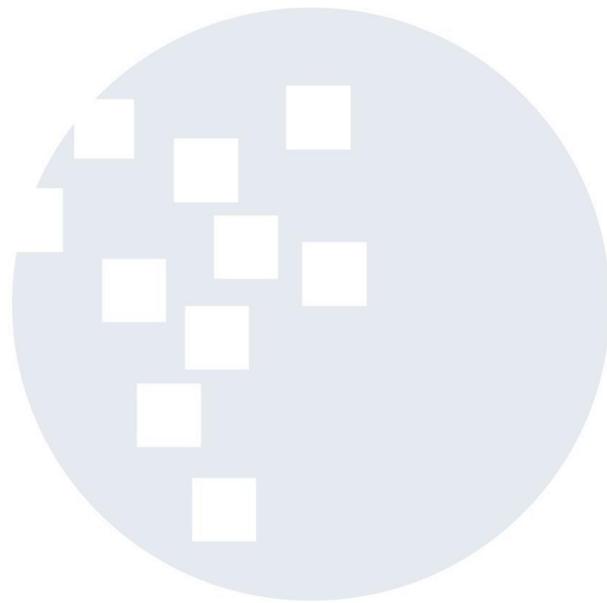
Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yang dijabarkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang terdiri

dari tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyaring dan menyederhanakan data dari wawancara, *Instagram analytics*, serta analisis *content strategy* untuk mengidentifikasi informasi yang relevan sesuai tema penelitian. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk mempermudah analisis hubungan antar variabel (Miles et al., 2014).

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang diverifikasi melalui triangulasi, seperti yang dijelaskan oleh Flick (2009), untuk membandingkan hasil dari berbagai sumber dan memastikan validitas temuan. Metode analisis ini memastikan bahwa penelitian menghasilkan temuan yang valid, komprehensif, dan dapat dipertanggungjawabkan. (Flick, 2009). Metode untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas dalam sebuah penelitian dengan menggabungkan berbagai sumber data, metode pengumpulan data, peneliti, atau teori. Flick menekankan bahwa triangulasi data melibatkan pengumpulan informasi dari beragam konteks, waktu, atau individu yang berbeda, sehingga memungkinkan peneliti untuk membandingkan hasil dari berbagai perspektif. Triangulasi data mengandalkan berbagai sumber seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memverifikasi hasil (Flick, 2009). Berikut cara untuk melakukan triangulasi data menurut Flick:

- a. Menggunakan sumber data yang beragam. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan berbagai sumber data seperti hasil wawancara dengan key informan dan informan, data *analytics* dari akun Instagram Menan Travel, dan *content plan* mereka.
- b. Menggabungkan metode pengumpulan data. Peneliti akan menggabungkan metode untuk memperkaya analisis data yang dikumpulkan agar dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh.
- c. Memberikan perspektif peneliti yang berbeda. Peneliti akan melakukan ini karena menurut Flick (2009) pentingnya triangulasi peneliti untuk mengurangi subjektivitas.

Menerapkan beragam perspektif teori. Untuk memperluas interpretasi data, penulis akan menggunakan berbagai teori atau kerangka analitis yang memungkinkan fenomena dikaji dari berbagai sudut pandang, untuk memperkaya makna yang dihasilkan.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA