

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Cresswell & Cresswell (2023), terdapat istilah pandangan dunia. Di mana pandangan dunia ini berarti sebuah rangkaian keyakinan dasar yang membimbing adanya suatu tindakan. Biasanya para ahli menggunakan istilah paradigma. Paradigma merupakan suatu hal yang digunakan untuk menggambarkan suatu filosofis dasar atau keyakinan yang seorang peneliti miliki serta menjadi suatu hal yang mengarahkan mereka dalam melakukan penelitiannya. Paradigma juga merupakan suatu kerangka berpikir yang terdiri dari konsep, persepsi, nilai, dan praktik berasal dari suatu komunitas yang digunakan dalam menafsirkan suatu realitas (Christensen et al., 2015).

Paradigma penelitian juga terbagi dalam beberapa kategori sesuai dengan kebutuhan penelitian ini. Paradigma-paradigma itu terdiri dari paradigma post-positivisme, konstruktivisme, transformatif, dan pragmatisme (Cresswell & Cresswell, 2023). Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme. Di mana paradigma post-positivisme ini lebih mengungkapkan adanya ketidakyakinan sepenuhnya terhadap klaim pengetahuan yang beredar ketika mempelajari perilaku manusia. Paradigma post-positivisme ini juga meyakini bahwa adanya suatu penyebab, besar kemungkinan mempengaruhi dampak atau hasil (Cresswell & Cresswell, 2023).

Menurut Phillips dan Burbules (2000, dalam Cresswell & Cresswell, 2023) mengungkapkan beberapa asumsi utama dalam paradigma post-positivisme ini:

1. Suatu pengetahuan memiliki sifat yang spekulatif. Di mana pengetahuan tidak berdasar mutlak. Hal ini karena kebenaran yang absolut tidak akan pernah bisa ditemukan.

2. Bukti dari penelitian yang dihasilkan bisa saja salah dan selalu tidak sempurna. Oleh karena itu, peneliti menyatakan bahwa hipotesis mereka tidak terbukti dan ditunjukkannya kegagalan untuk menolak hipotesis tersebut.
3. Penelitian merupakan suatu proses dalam mengajukan klaim, kemudian menyempurnakan atau meninggalkan beberapa di antaranya demi suatu klaim yang dasarnya lebih kuat.
4. Pertimbangan rasional, bukti, dan data membentuk pengetahuan. Peneliti mengumpulkan suatu informasi melalui instrumen. Instrumen ini berdasarkan pada pengukuran yang diisi oleh partisipan atau hasil catatan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti.
5. Penelitian memiliki tujuan mengembangkan pernyataan yang benar dan relevan untuk menjelaskan situasi yang menggambarkan hubungan kausal yang penting atau yang menjadi perhatian.
6. Aspek penting dari penyelidikan yang kompeten adalah bersikap objektif. Kesimpulan dan metode untuk mendeteksi bias harus diperiksa oleh peneliti.

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme karena ingin mengukur, menguji, meverifikasi terkait konsep-konsep dari *jingle* dan strategi pesan *PitchPerfectTM* ke dalam suatu realitas sosial yang ada yakni, *jingle* ERHA Acneact Acne Spot Gel itu sendiri.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis dan sifat penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Cresswell & Cresswell (2023) penelitian kualitatif merupakan suatu proses yang bersifat investigatif yang penelitiannya memahami fenomena secara bertahap dengan cara mengontraskan, membandingkan, mereplikasi, mengklasifikasikan, dan mengkatalogkan terkait objek yang ditelitinya. Penelitian kualitatif ini juga bersifat naturalistik dan mendasar serta dilakukan di lapangan karena tidak bisa di laboratorium (Abdussamad, 2021). Adapun tujuan dari penelitian kualitatif ini untuk memahami suatu peristiwa, situasi sosial, interaksi tertentu, peran, atau kelompok.

Cresswell & Cresswell (2023) juga mengungkapkan karakteristik penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, adalah sebagai berikut.

1. Penelitian kualitatif melakukan penelitian yang berlatar alamiah, di mana tempat peristiwa dan perilaku manusia berlangsung.
2. Teori dan hipotesis tidak ditentukan sebelumnya pada penelitian kualitatif.
3. Manusia sebagai alat instrumen dan Peneliti adalah pengumpul data yang utama dalam penelitian kualitatif.
4. Memiliki sifat deskriptif. data dalam penelitian kualitatif dilaporkan dalam bentuk gambar ataupun kata-kata dan bukan dalam bentuk angka.
5. Penelitian kualitatif berfokus pada pengalaman partisipan dan persepsi serta bagaimana cara mereka dalam memahami kehidupan. Jadi, bukan hanya memahami satu hal, tetapi berbagai realitas juga.
6. Proses merupakan hal yang dipentingkan dalam penelitian kualitatif. Jadi, tidak hanya hasil maupun produk. Peneliti berantusias untuk memahami terkait bagaimana suatu hal dapat terjadi.
7. Penelitian kualitatif menggunakan interpretasi idiografis. Perhatian dalam penelitian kualitatif diberikan pada hal-hal yang spesifik dan data diinterpretasi dengan berdasar pada kekhasan suatu kasus, bukan untuk digeneralisasi.
8. Desain penelitian kualitatif bersifat *emergent*. Di mana berkembang secara dinamis seiring dengan berjalannya proses penelitian. Hasil yang diperoleh dapat dinegosiasikan. Interpretasi dan makna dinegosiasikan bersamaan dengan sumber data manusia. Hal ini karena realitas dan subjeklah yang ingin direkonstruksi oleh peneliti.
9. Tradisi penelitian kualitatif mengandalkan *tacit knowledge* atau pengetahuan tak tersurat, yakni pengetahuan yang dapat dirasakan dan intuitif, karena nuansa dari berbagai realitas kerap kali lebih diapresiasi dengan cara ini. Oleh sebab itu, data dalam penelitian jenis ini tidak dapat dikuantifikasi ke dalam pengertian tradisional.
10. Objektivitas serta kejujuran merupakan suatu hal yang penting dalam kedua jenis penelitian, baik kuantitatif maupun kualitatif. Dalam penelitian kualitatif,

peneliti mencari kepercayaan dengan berdasar pada wawasan, koherensi, kegunaan praktis, serta kepercayaan melalui proses verifikasi dan bukan melalui ukuran validitas serta reliabilitas secara tradisional.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah metode studi kasus. Menurut Cresswell & Cresswell (2023) Penelitian dengan metode studi kasus merupakan desain penelitian yang kerap digunakan berbagai bidang terutama dalam melakukan evaluasi. Di mana peneliti dalam metode ini mengembangkan analisis mendalam terkait suatu kasus. kasus ini dapat kerap kali berupa peristiwa, program, aktivitas, peristiwa, proses, atau satu maupun lebih individu. Kasus dalam penelitian ini dibatasi oleh tempat dan waktu ataupun konteks. Peneliti juga mengumpulkan informasi atau data secara mendalam dengan menggunakan pelbagai prosedur pengumpulan data dalam jangka waktu tertentu.

Terdapat beberapa ciri-ciri dari studi kasus menurut Abdussamad (2021):

1. Studi kasus bukanlah suatu metodologi, melainkan suatu bentuk penelitian yang membahas terkait masalah yang khusus.
2. Perorangan ataupun kelompok menjadi sasaran dari studi kasus.
3. Dapat bersifat sederhana maupun kompleks terkait masalah yang diteliti.
4. Memiliki tujuan yang ingin dicapai, yakni pemahaman yang mendalam akan suatu kasus.
5. Studi kasus bukan bertujuan untuk melakukan suatu generalisasi, meskipun penelitian dapat dilakukan lebih dari satu kasus. Adapun penelitian yang dilakukan terhadap beberapa kasus memiliki tujuan untuk menggapai informasi yang lebih lengkap, sehingga pemahaman yang diperoleh terhadap satu kasus yang menjadi fokus penelitian boleh lebih mendalam.

Dalam penelitian ini, studi kasus yang akan diteliti adalah *jingle* ERHA Acneact Acne Spot Gel yang dirancang oleh pihak ERHA Acneact bersama dengan agency FTW Jakarta.

3.4 Pemilihan Informan

Menurut Murdiyanto (2020) informan merupakan subjek studi yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai situasi ataupun kondisi dari latar penelitian. Informan harus berpengalaman terkait latar penelitian, sehingga dapat memberikan pandangan dari segi orang dalam mengenai latar penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *purposive sampling* dalam pemilihan informan yang sesuai. *Purposive sampling* merupakan sebuah teknik pengumpulan sampel sumber data dengan mempertimbangkan hal-hal tertentu (Sugiyono, 2015). Adapun pertimbangan hal-hal tertentu ini berkaitan dengan pemilihan informan yang paling mengerti dan tahu terkait apa yang kita harapkan sehingga memudahkan peneliti dalam menjelajah apa yang diteliti. Sugiyono (2015) juga mengungkapkan terkait kriteria yang harus dipenuhi oleh informan yang akan menjadi sampel dari suatu penelitian. Adapun kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut.

1. Memahami atau menguasai sesuatu berdasarkan proses enkulturasi yang dialaminya. Jadi, tidak hanya sekedar diketahui, tetapi juga dihayati.
2. Berkecimpung atau terlibat langsung dengan kegiatan yang diteliti.
3. Memiliki waktu yang memadai untuk dimintakan informasi terkait hal yang diteliti.
4. Mereka yang tidak hanya memberikan informasi berdasarkan hasil “kemasannya” sendiri.
5. Pada awalnya tergolong “cukup asing” dengan peneliti, sehingga lebih mantap untuk dijadikan sebagai informan ataupun guru.

Penelitian ini menggunakan tiga informan yang sesuai dengan kriteria-kriteria tersebut. Di mana ketiga informan ini terlibat langsung dalam perancangan, pembuatan, serta pengeksekusian *jingle* ERHA Acneact Acne Spot Gel. Ketiga informan yang terlibat langsung merupakan *Brand & Product Marketing Manager* dari ERHA Acneact, *Creative Group Head of* FTW Jakarta, dan *Copywriter of* FTW Jakarta.

No.	Nama	Jabatan	Tanggung Jawab
1	Valentine Christiani	<i>Brand & Product Marketing Manager ERHA Acneact</i>	Merancang serta mengimplementasikan strategi pemasaran untuk membangun citra merek dan meningkatkan penjualan produk
2	Davin Susanto	<i>Creative Group Head FTW Jakarta</i>	Pemimpin dari tim kreatif dalam mengembangkan konsep serta eksekusi kampanye sesuai dengan <i>brand strategy</i> dari klien.
3	Rashya Diva Rasidta	<i>Copywriter FTW Jakarta</i>	Menciptakan strategi kreatif terkait teks iklan yang persuasif untuk berbagai media dalam menyampaikan pesan merek secara efektif kepada target audiens.

Tabel 3.1 Informan Penelitian

Sumber: Data Olahan Penelitian

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Yin (2018) terdapat 6 cara dalam mengumpulkan data dalam metode penelitian studi kasus. Keenam cara tersebut adalah dengan dokumentasi, rekaman

arsip, wawancara, observasi langsung, observasi partisipan, dan artefak fisik. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara, dokumen dan studi kepustakaan. Wawancara menurut Abdussamad (2021) merupakan suatu bentuk komunikasi verbal dua arah (percakapan) yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Wawancara juga merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab antara objek yang diteliti dengan peneliti. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mendalam terkait strategi pesan dalam *jingle* iklan ERHA Acneact Acne Spot Gel dari ketiga informan tersebut.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *jingle* ERHA Acneact Acne Spot Gel itu sendiri, rekaman, foto, tulisan, serta beberapa dokumentasi di sosial media, dan beberapa media lain yang turut mempromosikan *jingle* ini. Hal ini guna mendapatkan data yang lebih variatif guna memperdalam strategi pesannya. Studi kepustakaan dalam penelitian ini memadukan artikel, jurnal, serta buku yang turut memperkuat pondasi dari penelitian ini.

3.6 Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, keabsahan data menggunakan teknik triangulasi data. Triangulasi data menurut Sugiyono (2015) merupakan suatu teknik pengumpulan data yang memiliki sifat penggabungan dari berbagai teknik pengumpulan data serta sumber data yang ada. Dengan teknik triangulasi data ini, peneliti melakukan keabsahan data berdasarkan triangulasi sumber yang dipilih oleh peneliti (studi kepustakaan, wawancara, dan dokumen). Hal ini yang menjadikan penelitian ini akan lebih akurat.

3.7 Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015) analisis data dalam penelitian kualitatif diperoleh melalui berbagai sumber serta menggunakan teknik pengumpulan datanya secara triangulasi. Hal ini juga dilakukan secara terus menerus sampai datanya menjadi jenuh. Penelitian ini menggunakan teknik *explanation building*. Menurut Yin (2018) *explanation building* merupakan suatu proses analisis studi kasus yang

dilakukan secara berulang (iteratif), bermula dari adanya pernyataan atau proposisi awal yang masih tentatif, kemudian dibandingkan dengan data, direvisi, serta diuji kembali sehingga membentuk penjelasan yang lebih komprehensif. Proses ini menggabungkan pendekatan deduktif dan induktif, serta memungkinkan untuk munculnya pemahaman baru seiring berjalannya proses analisis.

Penelitian ini menganalisis studi kasus secara berulang yakni, jingle ERHA Acneact Acne Spot Gel, kemudian menggunakan berbagai bukti dari hasil wawancara, dokumen, serta studi kepustakaan yang nantinya akan dibandingkan dan diuji sehingga membentuk penjelasan yang lebih komprehensif yang akan menghasilkan kesimpulan. Menjadikan temuan dari penelitian ini dapat menjawab rumusan masalah.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA