

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah sekumpulan keyakinan dasar yang menjadi pedoman bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Keyakinan ini membantu peneliti menentukan cara mereka memahami dan menjalankan penelitian, serta sering disebut sebagai cara pandang terhadap dunia (Creswell & Poth, 2018). Dalam pendekatan kualitatif, paradigma ini terdiri dari beberapa asumsi penting yang membentuk cara pandang dan proses penelitian.

Dalam penelitian ini, paradigma yang akan di gunakan adalah post-positivistik dimana Creswell & Poth (2018) mengungkap bahwa peneliti post-positivistik melihat penelitian sebagai proses yang terdiri dari langkah-langkah yang teratur dan saling berhubungan, mengakui bahwa partisipan memiliki beragam pandangan, bukan hanya satu kebenaran tunggal, serta mendukung penggunaan metode yang teliti dalam mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif. Paradigma post-positivistik memiliki unsur-unsur seperti sifat yang reduksionis, logis, empiris, berorientasi pada sebab-akibat, dan deterministik berdasarkan teori *a priori* (teori yang telah ditetapkan sebelumnya) (Cresswell, 2013).

Melihat karakter post-positivistik secara ontologi, epistemologi, aksiologi dan methodologi, Cresswell & Poth (2018) melihat paradig ini dari segi ontologi post-pospositivistik menganut pandangan realisme kritis, yang menyatakan bahwa realitas memang benar-benar ada, namun pemahaman terhadap realitas tersebut bersifat probabilistik dan tidak sepenuhnya sempurna. Dengan demikian, peneliti tidak dapat mengamati realitas secara langsung sebagaimana adanya. Secara epistemologi, post-positivistik memodifikasi sifat dualistik tetapi tetap mempertahankan objektivitas. Hubungan antara peneliti dan subjek penelitian bersifat interaktif dan tidak dapat dipisahkan, sebab itu peneliti harus berusaha meminimalkan subjektivitas. Dari segi aksiologi, peneliti berupaya untuk bersikap netral dan meminimalkan pengaruh nilai-nilai pribadi agar penelitian tetap objektif.

Pada sisi methodologi, post-positivistik dilakukan sebagai serangkaian langkah yang logis dan terstruktur. Pendekatan deduktif digunakan dengan teori a priori sebagai panduan dan paradig ini bisa melibatkan metode kualitatif studi kasus.

Peneliti menggunakan paradigma ini karena post-positivistik melihat penelitian sebagai proses yang melibatkan penelaahan secara kritis, analisis mendalam, dan penyusunan argumen, dengan langkah-langkah yang saling terkait secara logis (Creswell & Poth, 2018). Paradigma ini menjadi landasan bagaimana melihat fenomena komunikasi pemasaran di era digital kini sudah berbasis teknologi dan banyak menggunakan *media richness*. Pemahaman mendalam akan diperoleh melalui wawancara mendetail dengan informan yang karakteristiknya tepat, dimana hal ini akan dilakukan berdasarkan landasan teori dan konsep penelitian.

3.2 Pendekatan dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif. Denzin & Lincoln dalam Creswell & Poth (2018) menyatakan penelitian kualitatif adalah proses di mana peneliti mencoba memahami dunia sebagaimana yang dialami oleh orang-orang di dalamnya. Penelitian ini menggunakan berbagai cara untuk menggambarkan dunia, seperti melalui catatan lapangan, wawancara, percakapan, foto, dan rekaman. Peneliti kualitatif mempelajari hal-hal dalam lingkungan aslinya dan berusaha memahami fenomena berdasarkan makna yang diberikan oleh orang-orang yang terlibat.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena berdasarkan makna untuk menemukan pola atau tema (Creswell & Poth, 2018) yang mendasari keputusan DQLab dalam penggunaan *media richness* berbasis teknologi, serta menggali persepsi sudut pandang dari organisasi tersebut. Dengan demikian, pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dapat membantu menjawab pertanyaan penelitian yakni, bagaimana *media richness* berbasis teknologi (CMC) dapat diterapkan dalam kegiatan komunikasi pemasaran dalam *startup* edukasi di DQLab.

Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini bersifat deskriptif. Neuman (2014) menyatakan penelitian deskriptif dimulai dengan sebuah isu yang jelas dan terdefinisi, kemudian berupaya untuk memahami dan menggambarkannya secara akurat. Jenis penelitian ini biasanya berfokus pada aktivitas sosial, dengan menitikberatkan pada pertanyaan seperti "bagaimana" dan "siapa," serta mengeksplorasi isu-isu baru dan menjelaskan proses terjadinya suatu fenomena. Pada konteks ini, diharapkan peneliti dapat menggambarkan secara rinci tentang "bagaimana" dari hasil interview untuk mendalami penggunaan *media richness* dalam komunikasi pemasaran berbasis teknologi di *startup* edukasi DQLab.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dari Robert K. Yin. Studi kasus Yin (2018) merupakan metode penelitian empiris yang secara mendalam mengeksplorasi fenomena masa kini (kasus) dalam konteks kehidupan nyata, terutama saat batas antara fenomena dan konteks sulit untuk dipisahkan secara jelas.

Penelitian ini akan menggunakan studi kasus deskriptif (Yin, 2018) untuk bisa memaparkan jawaban dari pertanyaan penelitian mengenai bagaimana *media richness* berbasis teknologi (CMC) dapat diterapkan dalam kegiatan komunikasi pemasaran sebagai salah satu faktor untuk meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran dalam *startup* edukasi di DQLab. Penelitian ini akan menjadi kasus menarik karena akan melihat bagaimana *media richness* berbasis teknologi menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan keefektivitasan komunikasi pemasaran.

Sejalan dengan penelitian studi kasus deskriptif, penelitian ini menggunakan *single-case study* (Yin, 2018), dimana pendekatan *single-case study* dapat digunakan ketika satu kasus dianggap cukup untuk memberikan wawasan yang mendalam dan menyeluruh mengenai topik penelitian. Dalam konteks ini, kasus yang dipilih merupakan *common case* yang bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana *media richness* diterapkan dalam komunikasi pemasaran berbasis teknologi oleh *startup* edukasi, khususnya DQLab. Penelitian ini akan mendalami

penggunaan strategi komunikasi tersebut untuk memahami peran *media richness* dalam mendukung efektivitas pemasaran di startup edukasi.

3.4 Key Informan dan Informan

Dalam penelitian kualitatif, sampel biasanya dipilih secara sengaja menggunakan metode yang disebut *purposive sampling* (Yin, 2016). Tujuan metode ini adalah memilih sampel yang dapat memberikan data paling relevan dan banyak, sehingga informasi yang diperoleh sangat bermanfaat untuk topik penelitian yang sedang dikaji (Yin, 2016).

Penelitian ini memilih *key informan* dan informan menggunakan teknik *purposive sampling* (Yin, 2016). Metode ini bertujuan untuk mendapatkan sampel yang kaya informasi dan relevan dengan topik penelitian, sehingga dapat memperoleh pemahaman yang lebih kaya (Neuman, 2014). Adapun *key informan* dan informan akan dipilih secara sengaja berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Karakteristik tersebut meliputi:

1. *Key informan* yang dipilih memiliki pengalaman kerja di bidang startup edukasi lebih dari 5 tahun. *Key informan* ini memiliki andil dan pengaruh yang besar dalam keputusan pesan pemasaran di startup edukasi DQLab.
2. Informan yang dipilih memiliki pengalaman lebih dari 3 tahun, termasuk pengalaman langsung dalam mengelola komunikasi pemasaran berbasis teknologi dalam konteks startup edukasi.
3. Informan terlibat aktif dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran di startup edukasi, terutama yang memanfaatkan pendekatan media berbasis teknologi. Selain itu, informan memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan pesan promosi dan penggunaan media sebagai sarana komunikasi pemasaran.
4. Informan memiliki pemahaman mendalam mengenai *Computer-Mediated Communication* (CMC) atau media berbasis teknologi yang digunakan di DQLab, serta mampu menjelaskan peran media

tersebut dalam mendukung efektivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan di DQLab.

Keempat karakteristik ini diidentifikasi pada keempat informan dari DQLab. Informasi lebih rinci mengenai masing-masing informan dapat dilihat pada tabel yang disediakan berikut ini:

Tabel 3.1 Informasi Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Masa Kerja	Alasan Pemilihan
1.	YS (<i>key informan</i>)	<i>Manager Program</i> DQLab	10 Tahun Kerja	Memiliki pengalaman di bidang <i>startup</i> selama satu dekade dan bertanggung jawab atas semua keputusan konten pesan pemasaran di semua <i>channel</i> DQLab.
2.	CRM (informan)	<i>Marketing Officer</i> DQLab	5 Tahun Kerja	Berperan aktif dalam membuat strategi marketing untuk bisa memaksimalkan penjualan dan menjadi <i>PIC</i> utama dalam menggunakan webinar sebagai media komunikasi pemasaran.
3.	CN (informan)	Sosial Media <i>Officer</i> DQLab	5 Tahun Kerja	Berperan aktif dalam pembuatan strategi untuk sosial media dan <i>copy writing</i> pesan pemasaran untuk seluruh sosial media DQLab.
4.	AN (informan)	<i>Customer Success</i> DQLab	4 Tahun Kerja	Memegang operasional untuk Whatsapp dan Email DQLab, serta berperan dalam strategi segmentasi untuk blasting pesan pemasaran DQLab.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan datanya. Yin (2018) menyampaikan teknik wawancara sangat bermanfaat untuk memberikan penjelasan terkait "bagaimana" dan "mengapa" suatu peristiwa penting terjadi, serta memberikan wawasan yang mencerminkan sudut pandang partisipan.

Penelitian ini akan menggunakan teknik wawancara semi-terstruktur agar peneliti dapat bereksplorasi selama wawancara berlangsung dan sifatnya cukup

fleksibel dengan jenis wawancara *open-ended interview* (Yin, 2018). Tujuan ini selaras dengan inti dari penelitian kualitatif, yaitu menggambarkan kompleksitas dunia sosial berdasarkan sudut pandang partisipan (Yin, 2016).

Selain itu, penelitian ini akan mengumpulkan dokumen untuk memperkuat data penelitian. Yin (2018) menyampaikan bahwa dokumen memiliki kemampuan untuk menyajikan detail spesifik yang dapat memperkuat informasi yang diperoleh dari sumber lain. Dengan nilai penting yang dimilikinya, dokumentasi menjadi elemen kunci dalam proses pengumpulan data untuk penelitian studi kasus (Yin, 2018). Observasi secara langsung juga akan dilakukan dalam penelitian ini. Dokumentasi seperti foto ataupun visual digital dapat digunakan untuk memperkuat hasil pengamatan dalam penelitian ini (Yin, 2018).

3.6 Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, terdapat empat jenis uji yang digunakan untuk menilai validitas data, masing-masing dikaitkan dengan teknik keabsahan tertentu. Keempat pendekatan ini dirancang untuk mengevaluasi kualitas penelitian, memastikan bahwa metode, pengukuran, dan hasil penelitian tidak hanya dapat dipercaya tetapi juga relevan dengan konteks yang diteliti (Yin, 2018).

Penelitian ini menggunakan keabsahan data jenis *Construct Validity* (Yin, 2016), dengan mengacu pada teori dan konsep sebagai dasar untuk menjadi validitas data, hal ini sejalan dengan jenis dan sifat penelitian yang akan dilakukan yaitu studi kasus deskriptif. Berdasarkan Yin (2018) ada tiga cara untuk meningkatkan validitas konstruksi saat melakukan studi kasus, diantaranya:

1. Menggunakan berbagai sumber bukti yang mengarah pada hasil yang sama, yang penting saat mengumpulkan data.
2. Memastikan bahwa setiap informasi didukung oleh bukti yang kuat, juga penting saat pengumpulan data.
3. Meminta informasi dari pihak terkait untuk meninjau laporan studi kasus sebelum dipublikasikan.

Selanjutnya, sejalan dengan jenis uji yang digunakan untuk menilai keabsahan data, triangulasi data dari studi kasus sebagaimana dijelaskan oleh Yin

(2018) menjadi pendekatan penting untuk memastikan validitas temuan dan kesimpulan. Terdapat empat jenis triangulasi yang dapat digunakan dalam penelitian untuk meningkatkan validitas data, diantaranya *data source triangulation*, *investigator triangulation*, *theory triangulation* dan *methodological triangulation*. Penelitian ini menggunakan *data source triangulation* dimana melibatkan penggunaan berbagai sumber data untuk mendukung temuan yang sama. Dengan demikian, penelitian ini akan membuat kesimpulan berdasarkan hasil data wawancara mendalam dengan berbagai informan.

3.7 Teknik Analisis Data

Sesuai dengan metode penelitian yang diterapkan yaitu studi kasus, teknik analisis data berfungsi untuk mengaitkan temuan data dari studi kasus dengan konsep-konsep yang memberikan panduan dalam proses analisis data (Yin, 2018). Dalam penelitian ini teknik analisis data akan digabungkan dengan teori dan konsep yang nantinya digunakan sebagai pisau analisa dari penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data *pattern matching* digunakan untuk membandingkan pola-pola dari data empiris dengan pola teoritis yang telah diprediksi sebelumnya (Yin, 2018). Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan keselarasan antara temuan penelitian dan prediksi teori, sehingga memperkuat validitas internal hasil studi dari pertanyaan penelitian. Sejalan dengan unit analisis yang digunakan yaitu *single-case study*, keberhasilan dalam mencocokkan pola dapat menjadi dasar untuk menyimpulkan bahwa hipotesis awal memiliki kekuatan yang lebih tinggi (Yin, 2018). Oleh karena itu, inti dari studi kasus ini terletak pada pencocokan pola hasil temuan secara keseluruhan, yang didasarkan pada bukti empiris yang relevan dan diperkirakan melalui teori atau konsep yang digunakan, tanpa melibatkan data analisis statistik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan tim DQLab, analisis data akan dilakukan berdasarkan acuan teori dan konsep yang digunakan. Data ini akan menjadi gambaran bagaimana DQLab menerapkan *media richness* dalam komunikasi pemasaran berbasis teknologi di era digital ini.