



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah kualitatif. Bodgan dan Taylor (dikutip dalam dalam Pawito, 2008, h.8) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif ialah sebuah prosedur dasar penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Selain itu Rakhmat (2009, h. 25) menjelaskan bahwa seringkali penelitian kualitatif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti, tetapi belum ada kerangka teoritis untuk menjelaskannya.

Daymon dan Holloway (2002, h. 35) mengungkapkan bahwa jenis penelitian kualitatif merupakan proses yang memerlukan pertanyaan tajam, pencarian jawaban tanpa lelah, pengamatan aktif, dan ingatan yang akurat. Ini adalah sebuah proses penyatuan data, membuat yang tidak terlihat menjadi nyata, mengenali hal-hal penting dari yang tidak penting, menghubungkan secara logis fakta yang tampaknya tidak berhubungan, mencocokkan kategori satu sama lain.

Dengan sifat-sifat penelitian kualitatif seperti yang diungkapkan di atas menunjukkan bahwa jenis pendekatan ini dapat memenuhi kebutuhan penelitian ini yang lebih mengedepankan proses daripada hasil akhir yang

juga bermaksud untuk menjelaskan bagaimana pemanfaatan *social media* Twitter yang dilakukan oleh PT Palyja dalam membangun *customer relations* secara akurat, menyeluruh dan mendalam.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif., dimana penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan se jelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti (Kountur, 2007, h. 108).

Dengan jenis dan sifat tersebut, penelitian ini ingin menjelaskan pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh PT Palyja dalam usaha membangun *customer relations*-nya.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivisme. Paradigma post-positivisme adalah pemikiran setelah positivisme, yang menantang gagasan kebenaran mutlak pengetahuan dan mengakui kita tidak dapat berfikir 'positif' ketika kita mempelajari perilaku dan tindakan manusia. Masalah-masalah yang dipelajari dalam post-positivisme mencerminkan kebutuhan untuk mengidentifikasi dan penyebab-penyebab yang mempengaruhi hasil. (Cresswell, 2013, h. 25)

Denzin dan Lincoln (2009, h. 136) menjelaskan penggunaan paradigma post-positivisme dalam suatu penelitian adalah verifikasi yakni melihat apakah fenomena yang ada menguatkan atau menggugurkan teori yang digunakan. Untuk itu, penelitian harus dilakukan secara rinci dan menyeluruh atas objek penelitian serta lingkungan yang ikut mempengaruhi di dalamnya.

3.2 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kasus. Metode studi kasus adalah metode riset yang menelaah satu kasus secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif (Ardianto, 2011, h. 64). Jadi metode studi kasus ini adalah metode yang fokus pada satu objek secara rinci dan intensif.

Menurut Marilyn Lichtman (2010, h. 81) "*A case study approach is an in-depth examination of a particular case or several cases*". Artinya bahwa studi kasus merupakan pengujian secara rinci dan mendalam terhadap satu kasus atau lebih. Peneliti menganggap bahwa metode studi kasus cocok untuk diterapkan dalam penelitian ini karena penelitian ini membahas mengenai strategi suatu perusahaan. Hal ini didukung dengan pendapat Robert K. Yin. bahwa secara umum studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian adalah berkenaan dengan "*How*" atau "*Why*" jika peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa yang akan diselidiki dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer di dalam konteks kehidupan (Yin, 2002, h. 1).

Dalam penelitian ini, jenis studi kasus yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian studi kasus instrumental tunggal. Menurut Creswell (2013, h. 74), penelitian studi kasus instrumental tunggal adalah penelitian studi kasus yang dilakukan dengan menggunakan sebuah kasus untuk

menggambarkan suatu isu atau perhatian. Pada penelitian ini, peneliti memperhatikan dan mengkaji suatu isu yang menarik perhatiannya, dan menggunakan sebuah kasus sebagai sarana (instrumen) untuk menggambarannya secara terperinci. Peneliti menggunakan jenis studi kasus instrumental tunggal karena penulis akan mendeskripsikan pemanfaatan *social media* Twitter yang dilakukan oleh PT Palyja dalam membangun *customer relations*-nya.

3.3 Key Informan dan Informan

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa pihak yang dijadikan *key informan* (informan kunci) dan informan. Menurut Daymon dan Holloway (2008, h. 431), informan kunci adalah wakil dari kelompok yang diteliti yang dinilai telah berada cukup lama dalam kebudayaannya hingga memiliki pengetahuan yang setaraf dengan pakar dalam hal aturan-aturan, kebiasaan dan bahasa kebudayaan tersebut. Sedangkan informan menurut Daymon dan Holloway (2008, h. 431), merupakan seseorang yang mengambil bagian dalam sebuah riset.

Beberapa Narasumber yang diwawancara untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.3.1 Key Informan

Nama : Yuniono Santoso

Jabatan: Digital Strategy Unit Head Palyja

Alasan Pemilihan : Yuniono Santoso merupakan orang dibalik layar Palyja yang menyusun *social media planning* dan mengelola media sosial yang dimiliki oleh Palyja yaitu Facebook, Twitter dan Qlue, sehingga beliau mengerti betul bagaimana kegiatan yang dilakukan Palyja di media sosial.

3.3.2 Informan

a. Nama: Chun Kusumawardhany

Jabatan: Call Center Unit Head

Alasan Pemilihan: Chun merupakan orang yang berhubungan langsung dengan *customer* Palyja setiap harinya, baik melalui *inbound call* ataupun lewat media sosial, Palyja, sehingga Chun mengerti dan memahami bagaimana Palyja menghadapi *complain* atau keluhan dan juga berbagai hal yang berhubungan dengan *customer* Palyja.

b. Nama: Hanani Khairunnisa

Jabatan: Agent Complain Social Media

Alasan Pemilihan: Hanani merupakan salah satu staff yang memiliki tugas khusus menangani komplain pelanggan di media sosial Palyja. Hanani juga merupakan orang yang berhubungan langsung dengan pelanggan Palyja di media sosial setiap harinya. Hal ini membuat Hanani mengerti betul bagaimana Palyja menangani keluhan pelanggan di media sosial.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang utama dalam suatu proses penelitian untuk mendapatkan data-data yang dapat mendukung suatu proses penelitian. Pengumpulan data pada dasarnya merupakan rangkaian proses sesuai dengan metode penelitian yang digunakan. Kesalahan dalam penggunaan teknik pengumpulan data dapat berakibat fatal terhadap hasil penelitian yang dilakukan. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data yang benar, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2014, h. 308) data dapat diperoleh dengan beberapa cara, yaitu: *interview* (wawancara), *kuesioner* (angket), observasi (pengamatan), dokumentasi dan gabungan keempatnya.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam atau *in-depth interview* yang digunakan untuk mendapatkan data primer dan studi pustaka untuk mendapatkan data sekunder.

3.4.1 Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber yang langsung memberikan data kepada orang yang sedang mengumpulkan data.

Teknik pengumpulan data yang termasuk dalam sumber data primer adalah sebagai berikut:

1. Wawancara mendalam (*in-depth interview*)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara mendalam untuk mendapatkan data primer. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan penelitian kualitatif dimaksudkan untuk memahami dan lebih mendalami suatu kejadian dan atau subjek penelitian (Suharsaputra, 2012, h. 213).

Wawancara pada dasarnya merupakan percakapan, namun percakapan yang bertujuan untuk mengetahui suatu informasi atau data tertentu. Wawancara diperlukan dalam penelitian kualitatif karena banyak hal yang tidak mungkin dapat diobservasikan secara langsung seperti perasaan, pikiran, motif serta pengalaman informan. Maka dari itu, wawancara dapat dipandang sebagai cara untuk memahami atau memasuki perspektif orang lain tentang dunia dan kehidupan sosial mereka (Suharsaputra, 2012, h. 214). Terdapat beberapa hal penting yang harus diperhatikan peneliti dalam melakukan wawancara yaitu pencatatan hasil. Hal ini dilakukan saat wawancara, secara segera saat wawancara selesai dilakukan, dan menggunakan alat perekam untuk menyimpan informasi hasil wawancara (Suharsaputra, 2012, h. 215).

Menurut Kriyantono (2006, h. 98-99), wawancara mendalam mempunyai karakteristik yang unik:

- 1) Digunakan untuk subjek yang sedikit atau bahkan satu orang saja, berbeda dengan penelitian kuantitatif yang menyaratkan sampel harus dapat mewakili populasi.
- 2) Menyediakan latar belakang secara rinci mengenai alasan informan memberikan jawaban tertentu. Dari wawancara ini terelaborasi beberapa elemen dalam jawaban, yaitu opini, *values*, motivasi, pengalaman-pengalaman, maupun perasaan informan.
- 3) Peneliti tidak hanya memperhatikan jawaban verbal informan, tapi juga respons-respons nonverbal.
- 4) Dilakukan dalam waktu yang lama dan berkali-kali. Sebuah wawancara mendalam bisa menghabiskan waktu berjam-jam.
- 5) Memungkinkan memberikan pertanyaan yang berbeda atas informan yang satu dengan yang lain. Susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri setiap informan.
- 6) Sangat dipengaruhi iklim wawancara (keakraban) antar peneliti dan informan, agar wawancara dapat berlangsung dengan kondusif.

3.4.2 Sumber Data Sekunder

Data sekunder bersifat mendukung data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari studi literatur, dimana

data diperoleh dari berbagai media seperti jurnal, buku, skripsi, maupun penelitian sejenis yang dapat mendukung data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.5 Keabsahan Data

Dalam penelitian ini salah satu teknik keabsahan data yang digunakan adalah melalui uji triangulasi. Menurut Wiliam Wiersma yang dikutip oleh Sugiyono "*Triangulation is qualitative cross-validation. It assesses the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data sources in multiple data collection procedures*". (2014, h. 464)

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Terdapat 3 bentuk triangulasi antara lain triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data penelitian yang didapatkan dari narasumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yang berkaitan dengan topik penelitian. Setelah melakukan pengecekan triangulasi sumber, data yang didapatkan harus dideskripsikan, dikategorikan, serta melihat mana pandangan yang sama yang berbeda dan yang spesifik dari berbagai sumber tersebut. Pada

penelitian ini peneliti akan melakukan triangulasi sumber dengan mewawancarai para pakar yang ahli.

2) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, misal data diperoleh melalui wawancara, observasi, atau studi dokumen (Sugiyono, 2014, h. 465). Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan 2 teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam dan studi dokumen untuk mendapatkan data dari *key informan*.

3) Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara pada pagi hari ketika narasumber masih segar, kemungkinan akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Oleh karena itu, proses pengumpulan data akan dilakukan pada waktu dan situasi yang berbeda.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik keabsahan data. Sumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah berasal dari hasil wawancara mendalam kepada narasumber.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis Data Kualitatif Bogdan & Biklen dalam Moleong (2010, h. 248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat

dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Selanjutnya terdapat tiga model analisis data, dimana penelitian ini akan menggunakan salah satu model analisis data yaitu Metode Perbandingan Tetap seperti yang dikemukakan oleh Glaser & Strauss dalam buku mereka *The Discovery of Grounded Research* (Moleong, 2010, h. 249). Dinamakan metode perbandingan tetap karena dalam analisis data, secara tetap membandingkan kategori dengan kategori lainnya. Secara umum proses analisis datanya mencakup: reduksi data, kategorisasi data, sintesisasi, dan diakhiri dengan menyusun hipotesis kerja.

1. Reduksi Data

Proses ini mencakup identifikasi satuan (unit). Sesudah satuan diperoleh, langkah berikutnya adalah membuat koding, yaitu memberikan kode kepada setiap 'satuan', agar supaya tetap dapat ditelusuri data/satuannya, berasal dari sumber mana.

2. Kategorisasi

Kategorisasi adalah upaya memilah-milah setiap satuan ke dalam bagian-bagian yang memiliki kesamaan, dimana setiap kategori diberi nama yang disebut 'label'.

3. Sintesisasi

Mensintesisikan berarti mencari kaitan antara satu kategori dengan kategori lainnya, dimana kaitan antar kategori tersebut diberi label juga.

4. Menyusun ‘Hipotesis Kerja’

Hal ini dilakukan dengan jalan merumuskan suatu pernyataan yang proporsional. Hipotesis kerja ini sudah merupakan teori substantif (yaitu teori yang berasal dan masih terkait dengan data).

