

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Pada bagian ini akan diuraikan mengenai metolodi penelitian. Prosedur penelitian yang dilakukan meliputi jenis penelitian yang digunakan, subjek serta objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

#### 3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian deskriptif kualitatif karena mampu menganalisis sebuah permasalahan secara mendetil. Hal ini senada dengan apa yang diungkapkan oleh Sukmadinata (2015) bahwa penelitian kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memerhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Creswell (2010) juga menyatakan bahwa penelitian dapat dikategorikan sebagai penelitian metode kualitatif ketika hasil temuannya tidak didapatkan melalui prosedur statistik atau bentuk hitung lainnya yang menggunakan angka-angka.

Berdasarkan teori dari beberapa ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif dapat membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada penelitian ini. Peneliti, pada penelitian kali ini, bertindak sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Peneliti nantinya akan berusaha melakukan interpretasi dan deskripsi data terhadap objek peneltiain. Metode analisis isi yang digunakan oleh peneliti merujuk pada metode analisis dengan cara melakukan analisis linguistik pada tindak tutur mengeluh pada laman ulasan pada *platform e-commerce* daring secara deskriptif. Identifikasi yang dilakukan adalah bentuk dan strategi tindak tutur mengeluh yang muncul pada laman ulasan pada *platform e-commerce* tersebut.

### 3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Arikunto (1991) mengatakan bahwa subjek dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh, atau informasi data diperoleh. Subjek pada penelitian ini adalah laman ulasan pada *platform e-commerce* Toko Supermassive Indonesia. Pemilihan Supermassive Indonesia sebagai objek penelitian dipilih berdasarkan toko tersebut termasuk toko *online* lintas *platform* di mana merupakan *Official Store* pada Tokopedia dengan *rating* sebesar 4,9 dan telah menjual lebih dari 50 ribu produk barang elektronik untuk komputer. Supermassive Indonesia pun memiliki toko *Shopee Star* di Shopee dengan *rating* sebesar 4,9 dari 42,9 ribu produk terjual dan 17,9 pengikut toko. Sebelumnya, peneliti melakukan pengamatan terkait toko Supermassive Indonesia pada *platform e-commerce* lainnya yakni Bukalapak. Namun setelah pengamatan dilakukan, keluhan pada laman ulasan toko Supermassive Indonesia di Bukalapak kurang memadai untuk dijadikan sebagai data penelitian. Pertimbangan lain dalam pemilihan adalah toko tersebut adalah toko yang dipilih tidak menggunakan *bot* dalam menjawab keluhan pada ulasan negatif terkait produk yang mereka jual. Tak hanya itu, Supermassive Indonesia merupakan toko yang kerap muncul pada peringkat atas jika calon konsumen sedang mencari barang elektronik untuk komputer seperti printer, webcam, kabel USB, dan lain sebagainya.

Data ulasan yang dipilih berasal dari sebuah produk dari para pembeli produk tersebut sebelumnya yang membeli *rating* bintang satu dan dua. Data yang diambil berupa tuturan tindak tutur mengeluh dari para konsumen untuk menyampaikan apa yang mereka keluhkan setelah membeli produk tertentu yang ditujukan untuk pembaca laman lainnya. Peneliti pun membatasi data yang diambil yakni hanya sebanyak 100 data dari dua *platform e-commerce* yang dipilih. Sedangkan untuk objek penelitian, Syukir (1983) menuturkan bahwa objek penelitian adalah masalah yang ingin diteliti atau objek penelitian yaitu suatu permasalahan yang harus dipecahkan atau dibatasi melalui penelitian. Pada penelitian ini, objek penelitiannya berupa strategi tindak tutur mengeluh yang ada pada laman ulasan ulasan pada *platform e-commerce*

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data pada penelitian ini diperoleh melalui teknik dokumentasi dengan metode unggah, simak, dan catat. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah analisis konten melalui teknik observasi dan analisis terhadap isi tuturan ulasan produk pada laman ulasan pada *platform e-commerce*. Data yang dihimpun berfokus pada ulasan negatif pada yang ditemukan pada laman ulasan pada toko lintas *platform* tersebut. Selanjutnya, peneliti membuka laman ulasan pada *platform e-commerce*. Pada proses pemilihan toko, peneliti mengkategorikan produk tersebut yang terdapat pada dua *platform e-commerce* berbeda yang dipilih berdasarkan *rating* satu dan dua bintang.

Fokus tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi isi tindak tutur mengeluh dan strategi mengeluh. Oleh karena itu, teknik analisis data untuk penelitian ini akan berfokus pada tindak tutur mengeluh saja. Penentuan tindak tutur yang bisa dianggap sebagai tindak tutur mengeluh dilakukan dengan melakukan peninjauan syarat-syarat sebuah tindak tutur yang dikemukakan oleh Olshtain dan Weinbach (1987). Keduanya mengemukakan empat syarat sebuah tindak tutur di antaranya adalah:

1. Penutur sebelumnya mengharapkan terjadi peristiwa yang diharapkan atau mencegah terjadinya peristiwa yang tidak diharapkan. Hasil dari peristiwa ini kemudian tidak sesuai dengan harapan penutur, baik dengan dapat atau gagal mencegah untuk menyinggung penutur.
2. Penutur memandang sebuah tindakan yang dahulu mempunyai konsekuensi yang tidak diharapkan untuk penutur dan menyinggung penutur.
3. Penutur memandang bahwa mitra tutur bertanggung jawab atas tindakan yang dahulu.
4. Penutur memilih untuk mengekspresikan rasa kecewa dan frustasinya dengan bertutur.

### 3.4 Analisis Data

Ujaran-ujaran yang telah terhimpun dari ulasan para konsumen yang direalisasikan pada laman ulasan pada *platform e-commerce* lebih lanjut akan dianalisis. Setiap isi ulasan produk akan diidentifikasi berdasarkan jenis-jenis tindak tutur mengeluh yang dikemukakan oleh Trosborg (1994). Berikut ini merupakan penjelasan mengenai tindak tutur mengeluh menurut Trosborg.

No.	Strategi Tindak Tutur Mengeluh	Indikator	Contoh Data
1	<i>Hints</i>	Paling tidak langsung dan lemah  Keluhan tidak jelaskan secara langsung  Mitra tutur tidak menyadari keluhan dialamatkan padanya.	Produk kurang.
2	<i>Annoyances</i>	Menyatakan keluhan secara langsung hal yang dianggap tak sesuai.  Tanpa menyebutkan langsung mitra tutur sebagai pihak yang bersalah.  Secara tersirat, mitra tutur memikul tanggung jawab atas keluhan yang dialami penutur.	Produknya kok digunakan seminggu sudah rusak saja. Produk kaleng-kaleng nih
3	<i>Ill consequences</i>	Menghindari	Proses pengiriman

		<p>menyebut mitra tutur sebagai pihak yang bersalah</p> <p>Mengekspresikan konsekuensi dari perilaku tidak mengenakan dari mitra tutur.</p>	<p>sangat lama padahal lagi butuh. Jadi, kapok buat beli lagi di sini.</p>
4	<i>Indirect accusation</i>	<p>Menggunakan kalimat tanya yang berkaitan dengan situasi</p> <p>Sedikit informasi lebih sedikit mengancam wajah mitra tutur.</p>	<p>Barangnya masa sudah gak bisa konek lagi. Bagaimana ini solusinya?</p>
5	<i>Direct accusation</i>	<p>Menuduh mitra tutur secara langsung atas perilakunya yang telah merugikan penutur.</p>	<p>Pihak toko tidak mau bertanggung jawab sama barang yang baru sekali udah rusak aja.</p>
6	<i>Modified blame</i>	<p>Menyiratkan secara implisit bahwa mitra tutur adalah orang yang bertanggung jawab atas hal yang dikeluhkan oleh penutur.</p> <p>Mengekspresikan keluhan dengan mengungkapkan tindakan alternatif yang seharusnya diambil oleh mitra tutur.</p>	<p>Selama beli, biasanya dikasih bubble wrap. Masa sekarang gak lagi. Padahal, harusnya kan dapat satu lapis bubble wrap kayak biasanya.</p>

7	<i>Explicit blame (behavior)</i>	Menyatakan secara jelas bahwa tindakan yang dilakukan oleh mitra tutur tidak sesuai dan harus bertanggung jawab.  Kerap dianggap lebih lunak dibandingkan strategi <i>modified blame</i> .	Sudah dikasih tahu buat kirim via JNE malah dikirim via JNT. Uang ongkirnya kan jadi lebih murah.
8	<i>Explicit blame (person)</i>	Secara jelas menyatakan kesalahan ada pada mitra tutur sebagai tertuduh, dengan syarat mitra tutur dianggap sebagai seseorang yang tidak bertanggung jawab.	CS tokonya tidak kooperatif. Padahal, saya sudah jelaskan berkali-kali malah diacuhkan saja. Butuh training lagi kayaknya CSnya!

Tabel 3.1 Contoh data berdasarkan teori strategi tindak tutur mengeluh Trosborg (1994, dalam Puksi, 2016)

Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah mengidentifikasi lebih lanjut soal respon dari penjual terkait ulasan keluhan dari konsumen yang direalisasikan pada laman ulasan produk yang mereka jual. Terkait respon dari penjual, tuturan yang ada pada respon tersebut akan dianalisis menggunakan teori aspek tindak tutur perlokusi dari Leech (2011).

Selanjutnya, analisis yang dilakukan adalah menganalisis antara strategi tindak tutur mengeluh yang direalisasikan oleh konsumen dari dua *platform e-commerce* yang terpopuler yang dipilih guna mendapatkan gambaran mengenai persamaan dan perbedaan strategi mengeluh yang digunakan oleh para konsumen pada laman dua *platform e-commerce* tersebut.

Langkah terakhir untuk analisis yang dilakukan adalah menganalisis antara kecenderungan respon dari penjual terhadap keluhan yang direalisasikan oleh

konsumen pada laman ulasan *platform e-commerce* guna mendapatkan gambaran mengenai kaitan antara respon penjual terhadap keluhan konsumen.