

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan memaparkan penjelasan mengenai metode penelitian, jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data serta teknik analisis dan interpretasi data yang akan peneliti gunakan dalam melakukan penelitian ini.

3.1 Jenis dan Metode Penelitian

Jenis dan metode penelitian ini peneliti tentukan guna mempermudah penelitian yang akan peneliti lakukan. Berikut ini jenis dan metode penelitian yang akan peneliti gunakan :

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan diklasifikasikan ke dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Menurut Arikunto, (2010:151) metode penelitian deskriptif analisis adalah mengumpulkan data sebanyak-banyaknya mengenai faktor-faktor yang merupakan faktor pendukung penelitian, kemudian menganalisis faktor-faktor tersebut untuk dicari peranannya terhadap hasil penelitian. Pendekatan kualitatif menekankan akan pentingnya pemahaman tingkah laku menurut pola berpikir dan bertindak subjek kajian (Nurhadi, 2015:10)

3.1.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian studi kasus. Menurut Sumarni dan Wahyuni (2005:49) penelitian studi kasus adalah penelitian mendalam mengenai unit sosial tertentu, yang hasilnya merupakan sebuah gambaran yang lengkap dan terorganisasi baik mengenai unit. Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada satu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus. Data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, dengan kata lain dalam studi ini dikumpulkan dari berbagai sumber (Nawawi, 2003: 1)

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian karena objek penelitian merupakan sasaran yang hendak dicapai untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Menurut Sugiyono (2012:144) pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut: “Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan realiable tentang suatu hal (variabel tertentu)”. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah akun olshop @Uchashop.Kupang.

3.3 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi. Informan penelitian adalah sesuatu baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaanya diteliti, (Sukandarumidi, 2002 : 65). Informan penelitian dalam penelitian ini adalah *owner* dari akun olshop @Uchashop.Kupang dan 3 pelanggan olshop @Uchashop.Kupang.

Alasan peneliti memilih imforman penelitian ini adalah :

- Owner olshop @Uchashop.Kupang : merupakan pemilik sekaligus pengelola usaha *online shop* yang dapat memberikan informasi untuk melancarkan penelitian ini
- Pelanggan *olshop* @Uchashop.Kupang : dijadikan sebagai acuan untuk melihat hasil dari strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh *olshop* @Uchashop.Kupang

3.4 Definisi Konstruk dan Indikator Penelitian

Dibawah ini peneliti akan menjelaskan definisi Konstruk dan Indikator dari penelitian ini.

3.4.1 Definisi Konstruk

Konstruk adalah konsep yang dibangun serta digunakan secara sengaja dengan kesadaran penuh untuk tujuan ilmiah (Kerlinger, 2000:48). Mengacu pada pengertian konstruk di atas maka konstruk pada penilitan ini adalah : Strategi komunikasi pemasaran menggunakan media sosial Instagram oleh

akun Olshop @Uchashop.Kupang meningkatkan penjualan yaitu *digital interactive marketing* dan *promosi penjualan*

3.4.2 Indikator Penelitian

Indikator adalah variabel untuk mengukur suatu perubahan baik langsung maupun tidak langsung. (WHO, 1981). Dalam penelitian ini, yang menjadi indikator penelitian adalah :

1. Digital/Interactive Marketing

Strategi ini digunakan untuk berkomunikasi dan melakukan proses penjualan dengan konsumen menggunakan aplikasi instagram sebagai media untuk berkomunikasi (komunikasi dua arah). Komunikasi dua arah yang dimaksudkan ialah proses percakapan yang dilakukan oleh *owner* dan konsumen melalui aplikasi Instagram entah itu melalui *direct message* atau komentar langsung pada postingan *owner*.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Kegiatan memposting gambar barang yang dijual dengan menarik yang dilakukan oleh *owner* untuk meningkatkan atau mendorong keinginan untuk membeli, serta mengendors para selebgram (selebriti Instagram) untuk mempromosikan.

3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Pada sub bagian ini peneliti akan memaparkan sumber data disertai Teknik Pengumpulan Data.

3.5.1 Sumber Data

Terdapat dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditangani. Dalam penelitian ini penulis memperoleh data primernya melalui akun Olshop pada media sosial Instagram yaitu @Uchashop.Kupang dan wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah penunjang data primer dengan menggunakan studi pustaka sebagai teknik pengumpulan data berupa pustaka (jurnal, buku, dan lainnya) yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran menggunakan media sosial Instagram.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, ada beberapa teknik pengumpulan data yang akan digunakan yakni studi dokumen dan wawancara.

1. Dokumentasi.

Teknik ini digunakan untuk mempelajari berbagai sumber dokumentasi. Metode yang digunakan untuk menelusuri data-data historis baik dalam bentuk buku, jurnal, foto, arsip, dll.

2. Wawancara (interview)

Menurut Nasution (1992:72) pada dasarnya dilakukan dengan dua bentuk yaitu wawancara terstruktur dan tak berstruktur. Teknik berstruktur dilakukan melalui pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti, sementara wawancara tak berstruktur timbul apabila jawaban berkembang di luar pertanyaan-pertanyaan terstruktur namun tidak lepas dari permasalahan penelitian.

3. Observasi

Teknik mengumpulkan data melalui pengamatan langsung. Menurut Zainal Arifin dalam buku (Kristanto, 2018:6), observasi adalah suatu proses yang didahului dengan pengamatan kemudian pencatatan yang bersifat sistematis, logis, objektif, dan rasional terhadap berbagai macam fenomena dalam situasi yang sebenarnya, maupun situasi buatan.

4. Studi dokumen

Studi dokumen merupakan merupakan teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, hasil karya, maupun elektronik.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut L.R. Gay dalam Hamzah (2019:273), menganalisis data dalam penelitian kualitatif harus meringkas data ke dalam suatu cara yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis isi dan alat analisis berupa analisis data lapangan model Miles and Huberman. Miles and Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu :

1. Data Reduction (Reduksi Data) Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dalam mereduksi data peneliti perlu melakukan pengamatan awal terhadap strategi komunikasi pemasaran dalam pemanfaatan media sosial instagram, dengan cara melakukan pengujian data dalam kaitannya dengan fokus penelitian. Data ini didapat setelah selesai melakukan wawancara, mengetahui hasil dokumen, data tersebut dirangkum dan dipilih sesuai dengan fokus penelitian.

2. Data Display (Penyajian Data) Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah displaying data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dengan displaying data, maka akan memudahkan

untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Data Conclusion Drawing/Verification Langkah ketiga dalam analisis kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan dilakukan setelah reduksi data dan penyajian data, yaitu menyajikan teori komunikasi pemasaran serta media sosial.

3.7 Teknik Interpretasi data

Menurut L.R. Gay dalam Hamzah (2019:273), interpretasi data adalah suatu usaha yang dilakukan untuk menemukan arti atau jawaban dari data. Pada penelitian ini akan berakhir dengan hasil dari strategi komunikasi yang dikeluarkan menggunakan aplikasi Instagram dapat meningkatkan penjualan.

3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu sebagai pembanding terhadap data yang telah diperoleh (Moleong, 2012:330). Denzin (1978) dalam (Moleong, 2012:330) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik keabsahan data. Empat macam cara triangulasi tersebut adalah triangulasi sumber, metode, penyidik dan teori.

Dalam penelitian ini Peneliti menggunakan metode triangulasi sumber data untuk menguji validitas data mengenai penggunaan Instagram sebagai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh @Uchashop.Kupang.