

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.

1.1. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis dan metode penelitian ini peneliti tentukan untuk mempermudah penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Berikut ini jenis dan metode penelitian yang akan peneliti gunakan :

1.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sugiyono, (2018: 151) Metode penelitian deskriptif analisis adalah mengumpulkan data sebanyak-banyaknya mengenai faktor-faktor yang merupakan pendukung dalam penelitian, kemudian menganalisis faktor-faktor tersebut untuk dicari peranannya terhadap hasil penelitian.

1.1.2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus adalah penelitian mendalam mengenai unit sosial tertentu, yang hasilnya merupakan sebuah gambaran yang lengkap dan terorganisasi baik mengenai unit

(Sugiyono, 2018: 155). 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.

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 (2018: 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 *Instagram* @betavektor_art.

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, (Sugiyono, 2018: 165). Informan penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik dari akun *Instagram* @betavektor_art dan 3 pelanggan akun *Instagram* @betavektor_art.

Alasan peneliti memilih informan penelitian ini adalah :

- Pemilik akun *Instagram* @betavektor_art: Merupakan pemilik sekaligus pengelola usaha online yang dapat memberikan informasi untuk melancarkan penelitian ini.
- Pelanggan @betavektor_art: Menjadi acuan untuk melihat hasil dari strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh @betavektor_art.

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 (Sugiyono, 2018: 188). Mengacu pada pengertian konstruk di atas maka konstruk pada penelitian ini adalah: Strategi komunikasi pemasaran menggunakan media sosial *Instagram* oleh @betavektor_art dalam menarik minat konsumen yaitu strategi komunikasi pemasaran menggunakan periklanan dan *direct marketing*.

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. Iklan

Strategi ini merupakan cara *owner* memberikan pengetahuan kepada konsumen tentang produk yang dipasarkan. Strategi yang dimaksud adalah melakukan promosi dengan menggunakan iklan pada media sosial *Instagram* dan ditujukan kepada khalayak.

2. *Direct Marketing*

Kegiatan memasarkan produk secara langsung kepada khalayak atau orang yang berpotensi menjadi konsumen. Kegiatan tersebut dilakukan *owner* melalui media sosial *Instagram* seperti memberikan informasi produk dalam bentuk foto, video, dan testimoni pelanggan. Hal yang akan diperhatikan adalah tampilan, penggunaan *caption*, interaksi, frekuensi unggahan, hastag, dan *tagging*.

3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

Pada sub bagian ini peneliti akan memaparkan sumber data disertai Teknik Pengumpulan Data. Terdapat dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber primer berasal dari karangan asli yang ditulis oleh orang yang mengalami, mengamati atau mengerjakan sendiri. Data primer yang digunakan oleh peneliti adalah sumber data yang diperoleh akun *Instagram @betavektor_art* dalam mempromosikan produknya yang

menampilkan penggunaan bahasa tertulis, mengenai transaksi jual beli pada bulan Januari dan Februari. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data primer dari wawancara langsung dan secara *online* dengan *owner* akun Instagram @betavektor_art Angela Tunya dan Ricky Samara, dan Audy Renata, Melani, Shania Toleu sebagai pelanggan @betavektor_art.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dengan cara mengutip dari sumber lain yang bertujuan untuk melengkapi data internal, seperti dokumen-dokumen yang ada. 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

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan antara periset dan responden, dimana jawaban responden akan menjadi data mentah. Salah satu metode pengumpulan data adalah dengan jalan wawancara, yaitu mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden. Metode wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dilakukan kepada beberapa informan, mereka meliputi pemilik akun *Instagram* @betavektor_art dan beberapa para konsumen diantaranya adalah Audy Renata, Melani, dan Shania Toleu. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan cara mengumpulkan data atau informasi secara langsung dengan *owner* pemilik akun @betavektor_art dan secara *online* kepada beberapa konsumen agar bisa memperoleh jawaban dari responden dengan tujuan untuk menemukan permasalahan secara terbuka.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Selain wawancara, observasi juga merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sangat lazim dalam metode penelitian

kualitatif. Pengamatan dilakukan untuk memperoleh data tentang aktivitas di akun *Instagram* @betavektor_art tentang bagaimana strategi komunikasi pemasarannya dalam menarik minat pembeli. Dalam pelaksanaannya, peneliti akan mengamati dan mencatat perkembangan dan inovasi promosi pemasaran yang dilakukan oleh @betavektor_art.

3. Dokumentasi

Cara lain untuk memperoleh data dari responden adalah menggunakan teknik dokumentasi. Pada teknik ini, peneliti dimungkinkan memperoleh informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumen yang ada pada responden atau tempat, di mana responden bertempat tinggal atau melakukan kegiatan sehari-harinya. Dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah faktor penjualan yang dimiliki oleh akun *Instagram* @betavektor_art.

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 mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan 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 pemasaran yang dikeluarkan menggunakan periklanan dan *direct marketing* pada aplikasi Instagram dapat meningkatkan minat konsumen.

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 (Hamzah, 2019: 230). Denzin (1978) dalam (Hamzah, 2019: 230) 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 strategi komunikasi pemasaran dengan periklanan dan *direct marketing* yang dilakukan pada akun media sosial Instagram @betavektor_art.