



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 Paradigma Penelitian

Penelitian ini berlandaskan paradigma *post-positivisme* yang mana dilakukan melalui interaksi antara peneliti dan objek penelitian untuk mengungkap sebuah realitas dari hasil melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Adapun tujuan dari *post-positivisme* adalah untuk eksplanasi, validitas dan kontrol pada konsep yang digunakan. Menurut Ruth Groff dari bukunya yang berjudul *Critical Realism, Post - Positivime and The Possibility of Knowledge*, *post-positivisme* mempunyai berbagai keyakinan yang dapat valid dan tergantung pada perspektif orang tersebut (Groff, 2004, p. 1).

Groff juga memaparkan bahwa *post-positivisme* adalah

“The phenomenon that concerns me is not reducible to the views of any one philosopher. While there are those whose thinking illustrates and/or has contributed to it, the phenomenon itself - which I shall call "post-positivist perspectivism" - is an overarching problematic, cutting across the social sciences and humanities. Emerging out of the breakdown of positivism, the problematic has to do with the limitations of our knowledge and of our thinking about knowledge”

Peneliti memilih paradigma *post-positivisme* sebagai paradigma yang digunakan dalam penelitian ini karena peneliti tetap mempercayai dan mendukung teori yang ada, tetapi disini lebih menyempurnakan dan

mencari berbagai tambahan dari teori tersebut berdasarkan implementasi yang ada.

Menurut Guba dan Lincoln, (1994 dikutip dalam Mulyana, 2006, h. 55) paradigma *post - positivisme* juga dikatakan bahwa realitas ada, tapi tidak sepenuhnya diperoleh. Realitas dikontrol oleh hukum alam yang dapat dipahami sebagian saja.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif juga dapat diartikan sebagai metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang ada oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berhasil dari masalah sosial (Creswell, 2007, p. 4).

Menurut Kriyantono, penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2009, p. 56-57). Data penelitian kualitatif bisa berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2007, p. 87).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin menganalisis secara mendalam mengenai perencanaan dan penerapan *social media marketing* di akun Instagram King Mango Thai. Proses perencanaan hingga penerapan hanya bisa dijelaskan melalui penjabaran, bukan melalui angka.

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Kriyantono (2009, p. 59) mendefinisikan penelitian deskriptif sebagai penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan populasi yang sedang diteliti. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Sifat penelitian deskriptif tidak hanya mengumpulkan data saja melainkan analisis dan interpretasi mengenai data tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menggambarkan dan menguraikan suatu keadaan yaitu perencanaan dan penerapan *social media marketing* King Mango Thai pada akun Instagram @KingMangoIndonesia dari proses perencanaan sampai penerapannya. Peneliti ingin memaparkan hasil data yang diperoleh dari lapangan dan dikaitkan pada konsep dan teori yang digunakan.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Tujuan studi kasus adalah memperluas wawasan dan pengetahuan, dan dapat mendalami kasus dengan melibatkan aneka sumber informasi.

Seorang peneliti studi kasus harus memusatkan dirinya secara intensif kepada objek yang sedang ditelitinya.

Penelitian studi kasus merupakan suatu desain yang cocok untuk beberapa keadaan. Sebuah rasional untuk kasus tunggal ialah manakala kasus tersebut menyatakan kasus penting dalam menguji suatu teori yang

telah disusun dengan baik. Untuk memastikan, mengubah, atau mengembangkan teori tersebut, mungkin ada kasus tunggal yang sesuai untuk semua kondisi guna menguji teori yang bersangkutan (Yin, 2015, p. 47). Oleh karena itu, dalam metode studi kasus penelitian bersifat mendalam dan terperinci.

Studi kasus lebih cocok apabila pokok pertanyaan suatu penelitian diawali dengan “*how*” dan “*why*”, jika peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena masa kini, di dalam kehidupan nyata (Yin, 2014, p. 1). Yin juga mengatakan bahwa studi kasus dibagi menjadi tiga jenis yaitu eksplanatif, eksploratif, dan deskriptif.

Sementara itu, Ardianto (2011, p. 64) menyatakan metode studi kasus mencoba menelaah sebuah kasus secara intensif, mendalam, dan komprehensif. Adapun kalimat dari Robert K. Yin dari buku berjudul “Studi kasus Desain & Metode” adalah

“Salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial. Selain studi kasus masih ada beberapa metode yang lain seperti eksperimen, survei historis, dan analisis informasi dokumenter (seperti dalam studi-studi ekonomi)”.

Dari penjabaran di atas, penelitian ini akan mengangkat jenis studi kasus deskriptif dikarenakan ingin menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena yang terjadi di kehidupan nyata yaitu perencanaan dan penerapan *social media marketing* menggunakan aplikasi berbagi foto dari akun sebuah minuman pencuci mulut King Mango Thai.

3.4 Key Informan dan Informan

Penelitian ini memakai teknik *purposive sampling* yang artinya peneliti menentukan kriteria narasumber yang akan diwawancarai. *Key informan* merupakan informan utama yang ahli dalam bidang yang akan diteliti. Sementara informan adalah orang yang relevan dalam bidang yang akan diteliti, nantinya keterangan dari informan akan dijadikan pengecekan kebenaran atau memperkaya informasi dari *key informan*. Menurut Raco (2010, p. 75) mengemukakan bahwa tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk menggali pemahaman dan pengalaman informan.

Seorang *key informan* dan informan yang dipilih adalah orang terpercaya dan *valid* sesuai topik dan kasus yang diangkat. Subjek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Narasumber yang dijadikan subjek penelitian dalam penelitian ini terdiri dari:

1. *Key Informan*: Bambang Eko Putro

Jabatan: Manager King Mango Thai

Bambang merupakan *Operational Manager* King Mango Thai. Beliau dipilih menjadi informan kunci dalam penelitian ini karena mempunyai peran dalam membuat kebijakan sekaligus pelaksana kebijakan King Mango Thai, khususnya mempunyai kapabilitas dan berkemampuan dalam mengetahuiseluruh komponen program khususnya di bidang *social media* pada King Mango Thai.

2. *Informan: Social Media Marketing Expert*

Narasumber: Brama Danuwinata

Peneliti juga melakukan perbandingan antara hasil wawancara dari King Mango Thai dengan hasil wawancara dari *social media marketing expert*.

Hal ini bertujuan untuk menyusun hasil wawancara yang dilakukan dengan *key informan* menjadi suatu konsep strategi *social media marketing* yang valid.

3. *Informan: Follower King Mango Thai 1*

Narasumber: Daniel Wiguna

Narasumber telah mengikuti akun Instagram @KingMangoIndonesia, penyuka produk, berusia muda, dan berdomisili di Jakarta. Hal ini untuk dijadikan data pendukung bahwa Instagram berhasil menjalankan kegiatan *social media marketing* mereka sesuai dengan ekspektasi *followers*.

4. *Informan: Follower King Mango Thai 2*

Nama: Patricia Clivia.

Narasumber telah mengikuti akun Instagram @KingMangoIndonesia, penyuka produk, berusia muda, dan berdomisili di Jakarta. Hal ini untuk dijadikan data pendukung bahwa Instagram berhasil menjalankan kegiatan *social media marketing* mereka sesuai dengan ekspektasi *followers*.

5. *Informan: Follower King Mango Thai 3*

Nama: Stella Anindita

Narasumber telah mengikuti akun Instagram @KingMangoIndonesia, penyuka produk, berusia muda, dan berdomisili di Jakarta. Hal ini untuk dijadikan data pendukung bahwa Instagram berhasil menjalankan kegiatan *social media marketing* mereka sesuai dengan ekspektasi *followers*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Robert Yin menyatakan, teknik wawancara adalah teknik penting dalam studi kasus. Wawancara meliputi prosedur sampling maupun instrumen seperti yang digunakan dalam survei umumnya, dan selanjutnya akan dianalisis dengan cara yang sama (Yin, 2015, p.110)

Jika dilihat dari teknik pengumpulan data, beberapa di antaranya adalah wawancara mendalam (*interview*), pengamatan (*observasi*), studi dokumentasi, dan gabungan dari ketiganya (*triangulasi*). Sugiyono mengatakan bahwa dalam kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah dan teknik pengumpulan data tersebut lebih banyak dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan studi dokumentasi (Sugiyono, 2013, p. 225).

Maka dari itu, teknik pengumpulan data pada penelitian ini akan dijalankan melalui:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan secara mendalam dengan tatap muka dan didukung oleh hasil dokumentasi sebagai pembuktian bahwa wawancara telah benar - benar dilakukan oleh peneliti. Wawancara akan dilaksanakan secara informal dan dapat mengalir begitu saja seperti percakapan biasa pada umumnya. Wawancara adalah sumber informasi yang paling mendasari bagi penelitian studi kasus karena bersifat lengkap, akurat dan komprehensif.

Penelitian ini melakukan wawancara mendalam dengan Manager King Mango Thai yaitu Bambang Eko Putro selaku pembuat sekaligus pelaksana kebijakan pada akun Instagram King Mango Thai. Selain itu, peneliti juga akan mewawancarai target audiens yaitu beberapa *followers* yang berkriteria usia muda, mengikuti akun Instagram @KingMangoIndonesia dan penyuka produk, serta berdomisili di Jakarta. Peneliti juga mewawancarai seseorang yang ahli dalam media sosial untuk mempertegas analisa data. Penentuan *key informan* dan *informan* dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang mana peneliti menentukan kriteria tertentu bagi narasumber yang diwawancarai.

2. Studi Dokumen

Studi dokumen dilaksanakan agar menjadi pelengkap dari metode wawancara dan observasi dalam penelitian kualitatif. Hal ini

dipertegas adanya pernyataan dari Bogdan (dikutip dalam Sugiyono, 2013, h. 240) menyatakan bahwa hasil dari penelitian dari wawancara dan observasi akan lebih dipercaya jika didukung oleh sejarah pribadi di masa lalu berupa foto atau tulisan. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan studi dokumen pada *digital content* di aplikasi berbagi foto @KingMangoIndonesia berupa *screenshot* terkait penelitian ini.

3. Observasi

Observasi merupakan kegiatan mengamati perilaku, tindakan, hingga pengalaman manusia.

3.6 Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti juga memakai teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi ini sendiri mengikuti prinsip-prinsip yang relevan terhadap keenam sumber bukti dan bilamana digunakan semestinya, dapat membantu dalam menghadapi persoalan penyusunan validitas konstruk dan reliabilitas studi kasus (Yin, 2015, p.118).

Bukti merupakan salah satu landasan bagi sesuatu keseluruhan penelitian. Dalam beberapa peristiwa harus dapat diselidiki dalam memilih pemilihan sumber bukti tunggalnya seperti wawancara dan observasi (Yin, 2015, p. 119). Pengecekan sebuah data dari berbagai sumber dan teknik,

misalnya dengan wawancara, analisis dokumen, dan pengamatan atau observasi (Putra, 2011, p. 189)

Susan Stainback dalam Sugiyono menyatakan bahwa tujuan diadakan teknik triangulasi adalah untuk meningkatkan pemahaman peneliti pada apa yang telah ditemukan (Sugiyono, 2013, p. 422). Berhubungan dengan penelitian ini, triangulasi diadakan untuk menguji kredibilitas dan kebenaran data dari narasumber.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Robert K. Yin dalam bukunya *Studi Kasus Desain dan Metode* (2015, p. 133), ia menjelaskan bahwa terdapat tiga teknik analisis data yaitu penjadohan pola, pembuatan penjelasan, dan analisis deret waktu.

1. Penjadohan pola yakni membandingkan pola yang didasarkan pada empiri dengan pola yang diprediksikan (atau dengan beberapa prediksi alternatif). Jika studi kasus tersebut deskriptif, penjadohan pola akan relevan dengan pola variabel - variabel spesifik yang diprediksi dan ditentukan sebelum pengumpulan datanya. Dalam kalimat lain, teknik ini membandingkan hasil penelitian (kenyataan) dengan hipotesis atau dugaan-dugaan berdasarkan teori dan konsep yang digunakan.

2. Pembuatan eksplanasi yakni bertujuan untuk menganalisis data studi kasus dengan cara membuat suatu eksplanasi tentang kasus yang bersangkutan termasuk di dalamnya mengembangkan gagasan-gagasan untuk penelitian selanjutnya.

3. Analisis deret waktu adalah yakni digunakan untuk membuat analisis kasus tertentu dalam bentuk urutan waktu secara kronologis. Makin rumit dan tepat pola tersebut, makin tertumpu analisis deret waktu pada landasan yang kokoh bagi penarikan konklusi studi kasus.

Dari tiga teknik analisis data di atas, peneliti menggunakan teknik pembuatan eksplanasi karena peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana perencanaan dan penerapan *social media marketing* menggunakan aplikasi berbagi foto dari akun sebuah minuman pencuci mulut King Mango Thai berdasarkan klasifikasi dari model “*The Social Media Strategy Wheel*” yang dicetuskan oleh Deirdre Breakenridge.

