



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

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami strategi pemasaran berbasis media sosial yang digunakan Suwe Ora Jamu. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivistik. Dalam penelitian ini melihat bahwa Suwe Ora Jamu berusaha untuk membentuk citra mereknya sebagai kedai jamu dan kopi yang memiliki cita rasa tidak pahit dan memiliki tampilan produk yang modern serta kedai yang diberikan dengan sentuhan *vintage* sehingga terkesan *homey*.

Menurut Bogdan dan Biklen (1982) dalam Ruslan (2013, p.218), menyatakan bahwa paradigma adalah,

“kumpulan tentang asumsi yang secara logis dianut bersama, konsep, atau proposisi yang mengacu pada cara berpikir dalam suatu penelitian.”

Menurut Creswell (2009) dalam Dinata (2016, p.36), paradigma post-positivistik melihat masalah dalam studi kasus sebagai refleksi dari sebuah kebutuhan untuk diteliti dan membawa dampak pada hasil akhirnya. Paradigma ini berguna untuk menggambarkan kenyataan yang terjadi di lapangan dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan subjek penelitian.

Paradigma post-positivistik mencoba menjelaskan bahwa penelitian tidak bisa mendapatkan fakta dari suatu realita apabila peneliti membuat jarak dengan kenyataan yang ada. Maka dari itu, hubungan peneliti dengan realitas harus bersifat

interaktif dengan menggunakan kata tanya dan peneliti perlu menggunakan prinsip triangulasi sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi temuannya dan hubungan dari berbagai pandangan (Ruslan, 2013, p.219). Oleh karena itu, secara metodologi yang menggunakan metode triangulasi, yaitu penggunaan macam-macam metode, sumber data, peneliti, dan teori. Alasan peneliti menggunakan paradigma post positivistik dalam penelitian ini adalah untuk melihat realitas dan mendapatkan kebenaran tanpa membuat jarak dengan realitas.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian strategi pemasaran Suwe Ora Jamu melalui akun Instagram @suweorajamu28 adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti strategi yang diterapkan perusahaan dalam menjalankan media sosial Instagram Suwe Ora Jamu dan mendeskripsikan strateginya yang peneliti dapatkan sebagai hasil penelitian. Menurut Strauss dan Corbin (1997) dalam Ruslan (2013, p.214), riset kualitatif merupakan,

“jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistic atau cara kuantitatif lainnya.”

Menurut Bogdan dan Taylor (1992) dalam Ruslan (2013, p.215), pendekatan kualitatif dapat dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan *holistic* (menyeluruh) sehingga mampu menghasilkan penjelasan yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari Suwe Ora Jamu.

Penelitian ini bersifat deskriptif, yang berarti untuk menggambarkan mengenai karakteristik dan situasi dari individu atau kelompok di masyarakat yang

menjadi objek penelitian. Peneliti juga mendeskripsikan secara detail mengenai topik yang diteliti secara sistematis dan akurat. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivistik.

Melalui pendekatan kualitatif ini, peneliti berusaha memaparkan hasil penelitian secara mendalam dan menjelaskan secara deskriptif terkait strategi pemasaran berbasis media sosial dengan studi kasus pengembangan citra merek melalui Instagram.

3.3 Metode Penelitian

Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan oleh peneliti untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan ungkapan lain, metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian (Mulyana, 2013, p.145). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian strategi pemasaran berbasis media sosial dengan studi kasus pengembangan citra merek melalui Instagram adalah metode studi kasus. Menurut Creswell (2009, p.13) studi kasus digunakan untuk melihat permasalahan atau suatu fenomena melalui satu atau lebih kasus yang dibatasi. Dalam penelitian studi kasus, peneliti berupaya untuk menelaah data dari objek penelitian. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah studi kasus.

Penelitian dengan studi kasus ini digunakan bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol keadaan yang ingin diteliti dan penelitian yang berfokus pada fenomena kontemporer atau masa kini, maka erat kaitannya dengan

pertanyaan penelitian yang berkenaan dengan “*how*” dan “*why*” serta perlunya penyocokkan model pada penelitian ini (Yin, 2012, p.4).

Dalam penelitian ini diupayakan untuk menelaah data dari Suwe Ora Jamu sebagai objek yang diteliti dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam, studi pustaka, dan dokumentasi sebagai data pendukung untuk menguraikan kasus yang diteliti.

Penelitian studi kasus ini memiliki tujuan untuk memberikan sebuah pandangan terhadap suatu objek yang akan diteliti. Menurut Yin (2012, p.27) penelitian yang menggunakan metode studi kasus dapat dibedakan menjadi 3 jenis yaitu, eksplanatoris, eksploratoris, dan deskriptif. Oleh karena itu, penggunaan metode studi kasus dinilai akan membantu peneliti dalam melakukan penelitian deskriptif dalam mengungkap fenomena secara tepat yang terjadi pada realitas yaitu implementasi strategi pemasaran berbasis media sosial dalam mengembangkan citra merek Suwe Ora Jamu melalui Instagram.

3.4 Partisipan

Key informan adalah orang atau subjek penelitian yang bisa memberikan beragam informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian. Informan adalah subjek yang dimanfaatkan dalam memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mencari dan mengumpulkan informasi secara komprehensif melalui narasumber-narasumber yang kredibel sebagai informan dalam penelitian ini. Menurut Yin (2013) dalam Dinata (2016), informan

berperan penting dalam memberikan keterangan dan saran mengenai sumber-sumber bukti lain yang mendukung serta menciptakan akses terhadap sumber yang bersangkutan.

Adapun narasumber yang peneliti pilih dalam melakukan wawancara terhadap *key informan* dan *informan*. Untuk *key informan*, peneliti memilih Poppy Sutomo selaku divisi edukasi Suwe Ora Jamu yang akan menjadi *key informan* dalam penelitian ini. Alasan peneliti memilih narasumber tersebut karena posisi dan pekerjaan yang narasumber lakukan sangat erat dengan objek penelitian, sehingga narasumber dapat memberikan informasi dan penjelasan yang komprehensif mengenai strategi pemasaran berbasis media sosial Suwe Ora Jamu melalui akun Instagram @suweorajamu28.

Selain itu, peneliti memilih Sultan Isnansyah sebagai informan yang sudah berkecimpung di dunia *digital media* selama 9 tahun. Saat ini Sultan Isnansyah sedang bekerja sebagai Digital Self Service di PT Indosat Ooredoo, selain itu juga beliau memiliki keahlian dalam menjalankan strategi media sosial.

Sementara untuk informan, peneliti memilih salah satu konsumen Suwe Ora Jamu yang sekaligus menjadi peserta pada kelas membuat jamu yang cukup aktif pada hari Sabtu, 20 April 2019 yaitu Evi yang berusia 35 tahun. Evi sebagai salah satu konsumen Suwe Ora Jamu yang mengetahui informasi Suwe Ora Jamu melalui Instagram @suweorajamu28 dan melakukan transaksi setelah mengikuti kelas membuat jamu sehingga Evi dilihat memiliki kedekatan dengan Suwe Ora Jamu.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi non partisipan dan wawancara yang dilakukan secara terbuka dan tidak terstruktur, serta dokumentasi melalui *handphone* sebagai alat perekam suara dan kamera sebagai alat perekam gambar. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara mendalam

Menurut Mulyana (2013, p.180), wawancara merupakan bentuk komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang melibatkan orang yang mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan orang yang memberikan informasi dengan tujuan tertentu. Biasanya data yang dikumpulkan bersifat kompleks, sensitif, dan kontroversial sehingga menyebabkan kurang mendapat respon dari subjeknya, apalagi kalau responden tidak dapat membaca dan menulis atau kurang memahami daftar pertanyaan yang diajukan tersebut. Maka peneliti harus menerjemahkan atau memberikan penjelasan yang memakan waktu cukup lama untuk menyelesaikan penelitian tepat waktu (Ruslan, 2013, p.23). Wawancara secara mendalam, terbuka dan tidak terstruktur ini digunakan oleh peneliti agar menghilangkan suasana formal sehingga dapat menyesuaikan keadaan dengan narasumber. Dalam penelitian ini, pertanyaan yang akan digunakan tentunya berkaitan dengan strategi pemasaran berbasis media sosial dalam pengembangan citra merek Suwe Ora Jamu melalui Instagram. Dalam metode ini, wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang

terpenting karena peneliti memerlukan data primer yang dapat diperoleh langsung dari narasumber.

2. Studi pustaka

Studi pustaka adalah salah satu cara yang digunakan dalam pengumpulan data yang terdapat di ruang kepustakaan, seperti buku, koran, naskah, dan dokumen lainnya yang relevan dengan penelitian. Peneliti memperoleh sumber materi berdasarkan kajian pustaka melalui buku-buku referensi, jurnal, serta artikel-artikel yang dapat peneliti hubungkan dengan penelitian ini.

3. Dokumentasi

Menurut Moleong dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Kualitatif, dokumen pribadi adalah catatan kejadian nyata seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman, dan kepercayaannya (Moleong, 2012, p.217). Peneliti akan mengumpulkan berbagai dokumen berupa foto, video maupun catatan yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.6 Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang peneliti gunakan adalah teknik triangulasi. Uji keabsahan dapat dilakukan dengan pendekatan triangulasi dengan kemungkinan melakukan terobosan metodologis terhadap masalah-masalah tertentu yang kemungkinan dapat dilakukan (Bungin, 2010, p.249). Menurut Moleong (2004) dalam Ruslan (2013, p.219) menjelaskan bahwa triangulasi merupakan sebuah

teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sumber lain untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.

Dalam menguji keabsahan data, terdapat beberapa macam model triangulasi yang nantinya peneliti dapat memperoleh data dari narasumber yang berbeda-beda sehingga informasi dari narasumber dapat dibandingkan dengan satu sama lain dengan model triangulasi sebagai berikut (Yin, 2018, p.6):

1. Triangulasi data, yang membandingkan atau mengecek ulang mengenai kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari hasil pengamatan dengan berbagai data seperti dokumen yang berasal dari perusahaan terkait, hasil wawancara dengan beberapa subjek yang dianggap mempunyai pemikiran dan sudut pandang yang berbeda, dan hasil observasi mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan terkait.
2. Triangulasi pengamat, yang dilakukan dalam memeriksa hasil pengumpulan data. Dalam penelitian ini yang menjadi pengamat adalah dosen pembimbing skripsi.
3. Triangulasi teori, yaitu dengan cara memanfaatkan dua atau lebih teori yang digunakan sebagai perbandingan untuk keperluan rancangan riset, pengumpulan data, dan analisis data secara lebih lengkap agar hasilnya lebih komprehensif.
4. Triangulasi metode, merupakan cara pengecekan keabsahan data dan temuan riset yang dilakukan dengan menggunakan konsep *Social Media Marketing* yang dituturkan oleh Tuten dan Solomon (2018) untuk menyocokkan studi pustaka dengan hasil wawancara yang didapatkan.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam menyampaikan hasil penelitian hingga dianggap layak dan mampu memaparkan studi kasus penelitian berdasarkan fakta yang didapat. Data kualitatif merupakan data abstrak atau data yang tidak terukur sehingga proses analisis data yang didapatkan berupa kata-kata atau kalimat maupun narasi yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti wawancara mendalam, observasi, maupun dokumentasi (Ruslan, 2013, p.28). Menurut Yin (2012, p.16), untuk menganalisis studi kasus digunakan beberapa teknik analisis data sebagai berikut:

1. *Pattern Matching*

Pencocokan pola didasarkan apabila kedua pola yang diprediksi memiliki korelasi maka akan memiliki kekuatan validitas sebuah studi kasus. Dalam studi kasus deskriptif, teknik pencocokan pola ini adalah membandingkan prediksi awal penelitian dengan hal yang sebenarnya terhadap objek penelitian.

2. *Explanation Building*

Teknik ini digunakan untuk menganalisis studi kasus yang dapat memberikan penjelasan mengenai studi kasus tersebut dengan pertanyaan kausal “*how*” dan “*why*” sehingga dapat membantu memperkuat teknik pencocokan pola.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3. *Time-Series Analysis*

Teknik ini digunakan untuk penarikan kesimpulan dalam studi kasus. Pada penelitian studi kasus akan lebih mudah apabila mengurutkan waktu yang konsisten untuk menjelaskan dan menggabungkan suatu kronologi.

