

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menangkap dan memahami makna dari suatu konteks. Oleh karena itu, metode yang dipergunakan harus mendukung penulis dalam menemukan data yang sebenarnya untuk mendapat hasil berupa makna (Nugrahani, 2014). Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang dapat digunakan untuk mengeksplorasi makna yang berasal dari lingkup sosial. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya krusial seperti mengajukan pertanyaan, mengumpulkan data dari para informan atau partisipan. Menganalisis data secara induktif, mengurangi, kebenaran, dan menafsirkan arti dari konteks persoalan yang diteliti (Nugrahani, 2014).

Metode Penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan berbagai cara. Kusumastuti dan Khoiron (2019) menjelaskan bahwa pengambilan sampel yang berkaitan dengan topik penelitian pada umumnya mengacu pada pemilihan individu. Metode penelitian kualitatif sering menggunakan sebuah sampel yang memiliki karakteristik yang relevan dengan konteks yang ada. Penulis akan menggunakan *insensity sampling* untuk memperoleh data kualitatif. Penulis akan mewawancarai sejumlah individu yang berisikan pertanyaan mengenai topik yang diteliti. Target yang dituju dalam wawancara adalah pengguna aplikasi Tiktok. Selain dengan wawancara.

Terdapat dua sisi yang dapat dilihat dari kehadiran media sosial dalam pemasarannya, sisi pengguna media sosial dan sisi pengiklan (Arul, 2017). Iklan tidak hanya dalam bentuk teks, melainkan juga bisa dalam bentuk *audio-visual*. Terlibat dalam masa 9enyusun yang menghambat aktivitas pada umumnya dan bertambahnya pengguna media sosial, salah satunya adalah aplikasi 'TikTok'. Tiktok kemudian dimanfaatkan oleh perusahaan industri sebagai sarana promosi.

3.1 Perencanaan

Seperti yang ditulis di atas, pertanyaan dalam wawancara dan survei akan mengacu pada aplikasi tersebut yang dimana terdapat iklan atau promosi sebuah produk yang pernah lewat saat sedang menggunakan aplikasi tersebut. Beserta

dengan algoritma yang dirasakan pengguna aplikasi Tiktok yang sangat mudah untuk mendapatkan konten yang disukai pengguna. Ditambah dengan *event* yang diadakan oleh beberapa akun khusus untuk berjualan yang dapat menarik perhatian pengguna aplikasi Tiktok untuk membeli produk yang dipromosikan.

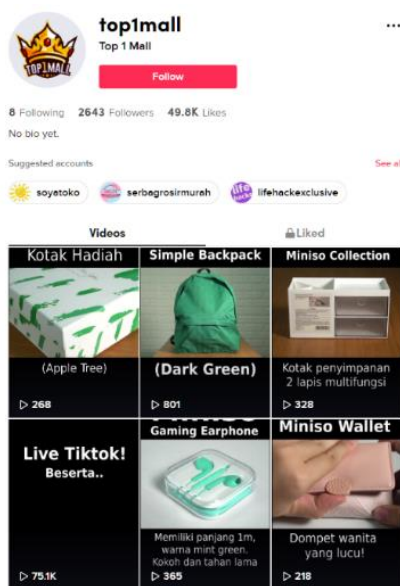
3.1.1 Wawancara

Pada tahap ini, penulis akan melakukan sesi wawancara dengan anggota marketing di perusahaan Fonecyc Company yang sedang diteliti. Penulis menyusun daftar pertanyaan untuk mengetahui lebih dalam tentang proses pembuatan video promosi yang ada di aplikasi Tiktok. Penulis kemudian akan terfokus pada pengaruh dan alasan kenapa memilih aplikasi Tiktok sebagai *platform* video promosi produk Miniso. Setelah menyusun pertanyaan, penulis akan mengirim pertanyaan tersebut kepada narasumber untuk mengatur waktu wawancara. Penulis akan melakukan wawancara melalui aplikasi komunikasi dan merekam wawancara tersebut. Setelah selesai melakukan wawancara, penulis akan membuat transkrip wawancara dan melakukan analisis dari hasil wawancara yang didapat.

3.2 Subjek Penelitian

Pada penelitian ini, penulis dibatasi pada penggunaan aplikasi Tiktok untuk media video promosi. Akun yang digunakan perusahaan Fonecyc Company sebagai media promosi memiliki *username* “@Top1mall”. Pada tahap temuan, penulis akan membahas konten video yang ada pada akun @Top1mall. Proses analisa tidak akan meluas dan akan mengikuti batasan masalah yang telah ditentukan. Berikut adalah tampilan akun Tiktok ‘@Top1mall’:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.1 Tiktok @Top1mall
(sumber: akun @Top1mall)

Dapat dilihat pada saat penelitian ini dilakukan, akun @Top1mall memiliki jumlah pengikut sebanyak 2643 pengguna. Dalam masa penelitian, Tiktok @Top1mall mengunggah sebanyak 25 video dengan berbagai macam konten seperti, video promo, penjelasan mengenai produk, dan *giveaway* produk. Adapun pembagian video promosi yang diunggah pada Tiktok @Top1mall adalah sebagai berikut:

Jumlah Post	Jumlah penonton	Konten
19	894,158 ribu	Video penjelasan seputar produk dari Miniso
4	1622 ribu	Promo potongan harga pada produk Miniso
2	75,3 ribu	Pemberitahuan <i>giveaway</i> produk Miniso pada saat <i>Live</i> Tiktok

Tabel 3.1 Tabel jenis konten di Tiktok @Top1mall
(sumber: akun @Top1mall)