

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan paradigma post positivisme. Paradigma post-positivisme adalah sebuah kerangka pemikiran dalam filsafat ilmu yang mengikuti paradigma positivisme. Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme dengan tujuan untuk melihat bagaimana cara pandang informan dari penelitian ini berkaitan dengan “Strategi *Sales Promotion* PT Roti Boy Indonesia Melalui Instagram”.

Menurut Kriyantono (2020), paradigma post-positivisme digunakan untuk memperkuat pemahaman tentang realitas yang ada. Paradigma ini mengungkap beberapa aspek yang meliputi:

1. Aspek Ontologi: Dalam aspek ini, post-positivisme mengasumsikan realitas sebagai sesuatu yang eksis secara objektif, tetapi pemahaman terhadap realitas ini dianggap tidak sempurna dan bersifat probabilistik. Dalam hal ini, paradigma post-positivisme mengacu pada apa yang dikenal sebagai "*critical realism*," yang mengartikan bahwa realitas nyata, meskipun mungkin tidak sepenuhnya dapat dipahami secara mutlak, masih ada secara independen dari pemikiran manusia.
2. Aspek Epistemologi: Paradigma post-positivisme mengadopsi pandangan "*modified dualism*," yang mencoba untuk mendekati objektivitas tanpa mengklaim pemahaman yang sepenuhnya utuh. Berbeda dengan pendekatan positivisme yang berupaya menggeneralisasikan realitas, post-positivisme menerima bahwa pemahaman kita selalu memiliki elemen subjektif dan tidak pernah mencapai kepastian penuh.
3. Aspek Aksiologi: Dalam aksiologi, paradigma post-positivisme mengakui bahwa eksplanasi, prediksi, dan kontrol terhadap realitas harus dijalankan dengan mempertimbangkan nilai-nilai. Nilai-nilai ini dianggap memiliki peran penting dalam penelitian, dan harus diintegrasikan dengan baik dalam proses penelitian. Artinya, peneliti harus memahami bahwa nilai-nilai etika

dan moral memegang peran penting dalam menjalankan penelitian yang etis.

4. Aspek Metodologi: Paradigma post-positivisme menyokong metode eksperimen yang dimodifikasi, yang menggabungkan multiplisme krisis. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengoreksi teori-teori yang ada dan mencari fakta-fakta yang mungkin bertentangan dengan teori tersebut. Dalam konteks ini, metode penelitian lebih cenderung terbuka terhadap kemungkinan adanya variasi dalam hasil penelitian, sehingga memungkinkan peneliti untuk lebih reflektif terhadap proses penelitian mereka.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran detail dan mendalam mengenai suatu fenomena atau peristiwa dengan menggunakan teknik kualitatif seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang subjek penelitian. Penggunaan deskriptif kualitatif artinya penulis akan melampirkan data yang diperoleh sesuai dengan hasil yang didapat ketika peristiwa tersebut terjadi (Kriyantono, 2020). Penulis mencoba mendeskripsikan bagaimana proses dan strategi *sales promotion* yang dilakukan oleh PT Roti Boy Indonesia melalui Instagram.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian yang berjudul “Strategi *Sale Promotion* PT Roti Boy Indonesia Melalui Instagram” akan menggunakan metode penelitian studi kasus untuk melakukan analisis mendalam terhadap perusahaan PT Roti Boy Indonesia. Studi kasus adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada pemanfaatan berbagai sumber data yang beragam atau sebanyak mungkin data yang tersedia untuk dianalisis dan diuraikan segala aspek yang berkaitan dengan individu, kelompok, program, organisasi, atau peristiwa tertentu. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami dan menggali informasi yang mendalam tentang objek yang diteliti, dengan menggabungkan data dari berbagai sumber untuk memberikan pemahaman

yang komprehensif tentang fenomena yang sedang dipelajari (Yin, 2018). Metode studi kasus adalah pendekatan yang sangat berguna untuk memahami situasi dan konteks spesifik suatu perusahaan dengan lebih rinci. Metode studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami dan menganalisis suatu fenomena atau kasus tertentu secara mendalam.

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini mencakup wawancara dengan staf perusahaan dan analisis dokumen. Wawancara tersebut mengenai bagaimana strategi pemasaran digital diimplementasikan dan dijalankan dalam perusahaan. Analisis dokumen akan memungkinkan peneliti untuk menggali informasi dari dokumen internal perusahaan, seperti rencana pemasaran, dan data pelanggan. Data yang dikumpulkan akan dianalisis secara cermat untuk mengetahui strategi *sales promotion* PT Roti Boy Indonesia melalui Instagram.

3.4 Key Informan dan Informan

Untuk menjalankan penelitian ini, diperlukan sebuah langkah penting yang melibatkan pihak-pihak tertentu yang akan berperan sebagai informan. Tujuan utama dari melibatkan informan dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi yang digunakan oleh PT Roti Boy Indonesia dalam menentukan strategi pemasaran digitalnya. Informan-informan ini nantinya akan diwawancarai oleh penulis guna mengumpulkan informasi yang relevan dan diperlukan dalam konteks penelitian ini.

Kriyantono (2020), seorang *key informan* dapat memberikan wawasan yang lebih kaya dan terperinci tentang konteks dan dinamika suatu fenomena. *Key informan* sering kali dipilih karena mereka dianggap memiliki pengetahuan yang khusus atau pengalaman yang relevan dengan tujuan penelitian. Proses pemilihan *key informan* dapat melibatkan pertimbangan teliti untuk memastikan representasi yang seimbang dari perspektif yang berbeda.

Dalam penelitian kualitatif, hubungan yang baik dengan *key informan* sangat penting, karena hal ini dapat memfasilitasi terbukanya informasi dan pemahaman yang lebih mendalam. Kriyantono (2020) menekankan pentingnya

menjaga etika penelitian, kepercayaan, dan kerahasiaan dalam interaksi dengan *key informan* untuk memastikan kualitas dan integritas hasil penelitian.

Dalam penelitian kualitatif penting untuk memastikan bahwa informan yang dipilih memenuhi dua persyaratan utama, yaitu kecukupan dalam jumlah dan relevansi dengan konteks penelitian.

Penelitian ini juga menetapkan standar khusus dalam memilih informan. Tujuannya adalah memastikan bahwa informan yang dipilih adalah individu yang paling cocok untuk diwawancarai, sehingga hasil wawancara dapat memberikan pemahaman yang mendalam dan relevan sesuai dengan tujuan penelitian ini. Oleh karena itu, berikut adalah pedoman yang digunakan dalam memilih informan yang sesuai dengan konteks penelitian ini.

1. Ahli Pemasaran Digital yang sedang bekerja di PT Roti Boy Indonesia: akan menjadi *key informan* penelitian ini. Mewawancarai ahli pemasaran digital yang terlibat dalam pelaksanaan strategi sehari-hari dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang taktik yang digunakan, alat-alat yang digunakan, dan tantangan yang mereka hadapi dalam upaya merancang strategi *sales promotion* melalui Instagram.
2. Manager cabang PT Roti Boy Indonesia: akan menjadi informan pada penelitian ini. Manajer cabang PT Roti Boy Indonesia memiliki wawasan yang berharga untuk dibagikan terkait keberhasilan strategi yang diberikan oleh ahli pemasaran digital terhadap penjualan produk di outletnya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data memegang peranan sangat penting dalam setiap penelitian, mengingat tujuannya adalah untuk memperoleh informasi yang relevan. Pada penelitian ini penulis akan menggunakan 2 teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi. Penulis juga akan mendokumentasi wawancara tersebut, dengan tujuan sebagai bentuk fisik dari wawancara yang berhasil dilakukan. Dalam melakukan wawancara penulis akan memberikan pertanyaan yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran digital yang dilaksanakan oleh PT Roti Boy Indonesia dan berbagai langkah yang diambil dalam merancang strategi *sales promotion* melalui Instagram.

Teknik pengumpulan data dibagi menjadi 3 (Kriyantono, 2020):

- A. Observasi: Observasi adalah metode pengumpulan data kualitatif yang dilakukan dengan cara mengamati perilaku manusia secara langsung di tempat kejadian. Observasi dapat dilakukan secara terstruktur atau tidak terstruktur, tergantung pada tujuan penelitian.
- B. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*): Wawancara mendalam adalah metode pengumpulan data kualitatif yang dilakukan dengan cara berdialog dengan informan secara mendalam. Wawancara mendalam dapat dilakukan secara terstruktur atau tidak terstruktur. Tujuannya adalah Memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menggali informasi secara mendalam dan memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memahami perspektif informan.
- C. Dokumentasi: instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode penelitian kualitatif. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data kualitatif yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian. Dokumen dapat berupa tulisan pribadi, surat-surat, dokumen resmi, atau media massa.

Penulis akan menggunakan jenis wawancara mendalam dalam penelitian ini. Wawancara mendalam adalah metode interaksi antara peneliti dan informan yang menggabungkan unsur pertanyaan terstruktur dan pertanyaan terbuka. Melalui wawancara mendalam penulis dapat lebih fleksibel dalam mengeksplorasi ide-ide tambahan atau topik yang muncul secara alami selama percakapan dengan informan. Pendekatan mendalam memungkinkan penulis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif tentang strategi *sales promotion* PT Roti Boy Indonesia melalui Instagram tanpa terlalu membatasi ruang bagi informan untuk berbicara tentang pengalaman dan pandangan mereka.

3.6 Keabsahan Data

Pada penelitian ini penulis akan memastikan keabsahan data melalui validitas konstruk. Validitas konstruk melibatkan pengukuran dan identifikasi

kebenaran standar ukuran operasional sumber data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data ini kemudian disesuaikan dengan topik penelitian, dihubungkan, dan dicocokkan antara bukti sehingga hubungan antara konsep dan tujuan penelitian dapat tercapai (Yin, 2018).

Dengan mengumpulkan berbagai bukti dan beberapa sumber dapat membantu dalam terbentuknya rantai bukti (evidence chain) pada penelitian ini.

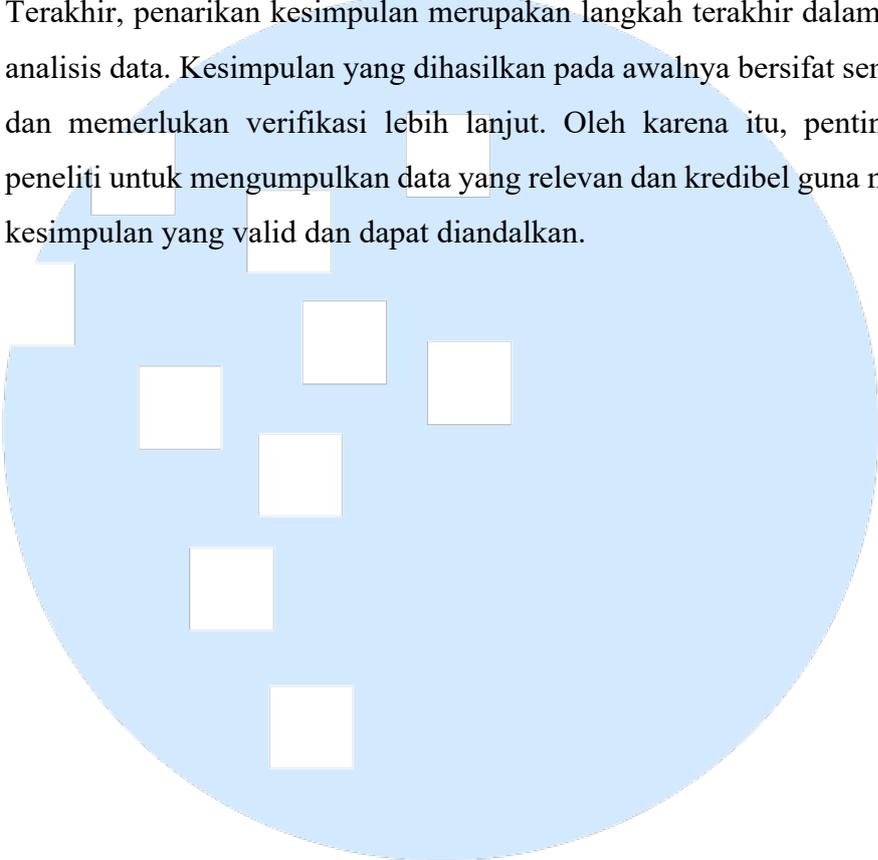
3.7 Teknik Analisis Data

Terdapat beberapa langkah teknik analisis data. Analisis data digambarkan sebagai strategi untuk mengurai data dengan maksud mencapai tujuan penelitian yang ditetapkan. Proses ini membutuhkan penjelasan terperinci mengenai setiap langkah yang diambil serta interpretasi hasilnya untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam. (Kriyantono, 2020)

Ada beberapa tahapan yang harus dilalui dalam menerapkan teknik analisis data diantaranya:

- 1) pengumpulan data, di mana peneliti mengumpulkan sebanyak mungkin informasi yang relevan. Selama proses ini, penting untuk melakukan kondensasi data secara simultan untuk menghindari kelebihan informasi yang tidak relevan.
- 2) Langkah berikutnya adalah kondensasi data, di mana informasi yang terkumpul dirangkum, dipilah, dan difokuskan pada aspek yang signifikan. Hal ini membantu peneliti dalam memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan memudahkan proses pengumpulan data tambahan jika diperlukan. Tujuannya adalah untuk memperoleh temuan yang bermakna dan relevan.
- 3) Penyajian data merupakan langkah berikutnya setelah melakukan kondensasi data. Data dapat disajikan melalui berbagai cara, seperti narasi singkat, diagram, atau hubungan antar kategori. Penyajian data dilakukan dengan menguraikan teks yang bersifat naratif untuk memudahkan pemahaman.

- 4) Terakhir, menarik kesimpulan merupakan langkah terakhir dalam proses analisis data. Kesimpulan yang dihasilkan pada awalnya bersifat sementara dan memerlukan verifikasi lebih lanjut. Oleh karena itu, penting bagi peneliti untuk mengumpulkan data yang relevan dan kredibel guna menarik kesimpulan yang valid dan dapat diandalkan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA