

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Dalam pemilihan teori, peneliti perlu memperhatikan paradigma. Paradigma mengacu pada nilai-nilai, asumsi, etika, dan norma yang menjadi aturan-aturan standar yang digunakan untuk menafsirkan dan menyimpulkan data penelitian. Dalam paradigma bisa dijelaskan aspek ontologi, epistemologi, dan aspek aksiologi dari paradigma yang digunakan. Menurut Samsu (2017), adalah sebuah paradigma dapat dibentuk oleh fakta-fakta ini, yang mungkin mengandung elemen-elemen seperti fakta etis, logis, dan metafisik.

Menurut paradigma post-positivisme, yang dimana merupakan lawan dari paradigma positivisme, kebenaran tidak hanya satu saja, melainkan lebih kompleks dan subjektif. Seperti yang dikemukakan oleh Yin (2016), paradigma post-positivisme adalah lebih baik mengakui berbagai kemungkinan kondisi yang ada dan menerima tingkat ketidakpastian, daripada berpegang pada pandangan yang sepenuhnya absolut. Dengan menggunakan paradigma tersebut, yang dimana dilakukan wawancara dan analisis langsung pada kontennya, penelitian ini dapat lebih fokus untuk mengetahui lebih jauh dan *detail* bagaimana perusahaan Golden Rama Tours & Travel menerapkan *social media marketing* pada media sosial Instagram dalam membangun *brand image*.

#### 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut Fadli (dalam Walidin, 2021), penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar *setting* yang alamiah. Fadli (2021) juga mengatakan bahwa tujuan dengan dilakukannya penelitian kualitatif adalah untuk membuat fakta atau fenomena agar mudah dipahami dan memungkinkan

menghasilkan hipotesis baru. Peneliti memilih menggunakan jenis kualitatif dikarenakan peneliti ingin mendapatkan hasil yang terbuka dan lebih mendalam, namun tetap sesuai dengan realita dan fakta.

Untuk sifat penelitiannya, peneliti menggunakan sifat penelitian deskriptif. Menurut Adiputra et al. (2021), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang tujuannya untuk menjelaskan, menganalisis, atau mendeskripsikan suatu fenomena yang ada, baik alam ataupun buatan manusia. Metode yang akan digunakan adalah seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menunjukkan aspek-aspek penting dari fenomena yang diteliti. Sifat deskriptif dalam pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam sebuah studi kasus, yaitu bagaimana Golden Rama Tours & Travel menerapkan *social media marketing* pada media sosial Instagram untuk membangun *brand image*. Hasil penemuan ini akan didapatkan melalui pertanyaan pada proses wawancara, sehingga memberikan hasil akhir berupa deskripsi tulisan. Data tersebut akan ditelaah lebih lanjut dengan landasan konseptual yang telah ditentukan, bukan dengan rumus angka.

### **3.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Seperti yang dikemukakan oleh Yin (2018), metode studi kasus digunakan untuk menjelaskan ulang secara mendetail mengenai topik yang dipilih dalam suatu penelitian. Metode ini juga menjelaskan mengapa dan bagaimana keputusan yang dihasilkan tersebut terjadi sehingga menemukan hasil penelitian. Untuk penelitian ini, metode studi kasus digunakan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana perusahaan menerapkan *social media marketing* pada media sosial Instagram dalam membangun *brand image* Golden Rama Tours & Travel.

### **3.4 Studi Kasus**

Dalam konteks studi kasus, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena penerapan media sosial sebagai alat oleh Golden Rama Tours & Travel. Pendekatan induktif dalam penelitian studi kasus memungkinkan peneliti untuk memulai eksplorasi dengan konsep yang minimal atau tanpa teori awal yang

mapan (Yin, 2015). Dengan demikian, fokus penelitian adalah menggali data lapangan yang kaya, seperti wawancara dengan tim pemasaran dan analisis konten media sosial Instagram, untuk mengidentifikasi pola, makna, dan konsep yang relevan. Studi ini tidak hanya bertujuan mengamati aktivitas promosi perusahaan tetapi juga memahami bagaimana strategi *social media marketing* tersebut diterima dan dimaknai oleh audiens, serta dampaknya terhadap citra merek. Pendekatan ini memberikan fleksibilitas bagi penelitian untuk menemukan temuan baru yang dapat memperkaya teori atau konsep terkait promosi melalui media sosial.

### **3.5 Key Informan dan Informan (Studi Kasus)**

Dalam penelitian ini, informan yang dipilih merupakan orang-orang yang terpilih secara terencana dan profesional dalam bidangnya. Menurut Moleong (2013), informan adalah pihak yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, sekaligus juga memberikan saran terkait sumber bukti yang mendukung dan membuat sesuatu terhadap sumber utama. Untuk dapat melengkapi penelitian ini, peneliti akan memilih satu key informan dan beberapa informan untuk memberikan pendapat dan informasi terkait dengan topik penelitian ini. Tentunya, key informan dan informan pada penelitian ini mengerti dan memahami mengenai *social media marketing* dan juga *brand image* perusahaan. Oleh karena itu, untuk mendapatkan key informan dan informan yang sesuai, diperlukan kriteria sebagai syarat untuk dapat menjadi subjek dari penelitian ini Berikut beberapa kriterianya, antara lain:

1. Key informan adalah seseorang yang memiliki peran yang penting dalam membuat keputusan dalam perusahaan Golden Rama Tours & Travel
2. Informan adalah seorang karyawan yang bekerja di Golden Rama Tours & Travel
3. Informan adalah seorang karyawan yang sudah bekerja di Golden Rama Tours & Travel lebih dari tiga tahun pada bidang *marketing communication*
4. Informan adalah seorang karyawan yang mengerti tentang strategi dalam menjalankan *social media marketing* pada Instagram

Sehingga dalam penelitian “Penerapan *Social Media Marketing* pada Instagram dalam Membangun *Brand Image* Golden Rama Tours & Travel”, key informannya adalah adalah Bapak Ricky Hilton yang menjabat sebagai *General Manager of Communication and CRM*. Untuk informan yang pertama adalah Bapak Bertino yang menjabat sebagai *Assistand Manager Creative*. Dan untuk informan yang terakhir adalah Ibu Trifia yang menjabat sebagai Head of Marketing Communication pada divisi *marketing communication*.

Tabel 3. 1 Daftar Key Informan dan Informan

Nama	Usia	Latar belakang	Keterangan tambahan
Ricky Hilton	40 tahun	General Manager of Communication and CRM	Key Informan
Bertino	43 tahun	Assistand Manager Creative	Informan
Trifia	42 tahun	Head of Marketing Communication	Informan

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang melengkapi penelitiannya. Pada penelitian ini, pengumpulan data dibagi menjadi dua yaitu primer dan sekunder.

#### 3.5.1 Data Primer

Untuk data primer, peneliti mengumpulkan data melalui sumber asli atau orang yang terlibat menggunakan metode wawancara untuk mendapatkan informasi. Terkait cara primer, bahwa dalam wawancara terstruktur, langkah awal yang diambil oleh peneliti adalah mencatat seluruh pertanyaan yang akan diajukan kepada partisipan. Kemudian peneliti akan mengamati dan merekam perilaku, sikap, serta tanggapan dari setiap informan dan partisipan (Yin, 2015). Jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara semi terstruktur atau *semi-structured interview*. Dalam buku *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods* (2017), Bogdan dan Biklen menjelaskan bahwa wawancara semi terstruktur ini terdiri dari gabungan pertanyaan yang telah ditentukan

sebelumnya dan pertanyaan yang dikembangkan secara spontan saat berjalannya wawancara.

Selain wawancara, dalam penelitian ini juga dilakukan pengumpulan data menggunakan metode observasi. Metode penelitian observasi adalah teknik pengumpulan data secara mengamati dan merekam interaksi, kejadian, dan perilaku manusia dalam konteks ilmiahnya. Tujuan utama dari observasi yaitu mendapatkan wawasan dan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti Creswell (2014). Dalam penelitian ini, menggunakan teknik pengumpulan data observasi non-partisipan, yang dimana peneliti tidak terlibat secara langsung dalam konteks yang sedang diamati.

### **3.5.2 Data Sekunder**

Untuk data sekunder diperoleh dari sumber yang sudah ada, namun tidak langsung memberikan data, yaitu studi literatur. Menurut Cooper & Schindler (2016), studi literatur adalah suatu proses pengumpulan dan analisis yang sistematis terhadap literatur yang relevan dalam bidang penelitian tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumen-dokumen untuk membantu melengkapi penelitian, seperti buku-buku ilmiah, laporan penelitian, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, dan data-data pendukung lainnya.

### **3.7 Keabsahan Data**

Menurut Yin (2015), teknik triangulasi bukan hanya sekedar mengandalkan informasi dari informan atau partisipan, melainkan juga bergantung pada berbagai sumber data yang telah dikumpulkan. Dalam konteks ini, keabsahan data menyoroti kesesuaian antara temuan atau interpretasi dengan fenomena atau konteks yang sedang diteliti. Menurut Wijaya (2018), triangulasi data adalah suatu metode untuk memverifikasi keabsahan data dengan melibatkan berbagai sumber data, menggunakan berbagai metode pengumpulan data, dan dilakukan dalam berbagai waktu. Dalam konteks ini, triangulasi dibagi menjadi 3 jenis, di antaranya adalah sebagai berikut:

### 1. Triangulasi Sumber

Dalam triangulasi sumber, penulis menguji kebenaran data yang telah diperoleh seperti wawancara, dokumen, dan lainnya dengan melakukan pengecekan melalui wawancara sumber lain. Triangulasi sumber dapat membantu memberikan validitas dan memverifikasi temuan.

### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kapabilitas suatu data yang telah diperoleh melalui pengecekan dari sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda. Contohnya, data yang diperoleh dengan menggunakan metode wawancara, maka triangulasi teknik dapat dilakukan melalui metode analisis konten, survey, dan lainnya.

### 3. Triangulasi Waktu

Waktu juga dapat menentukan kredibilitas suatu data. Data yang diperoleh di waktu yang berbeda, dapat menghasilkan data yang berbeda juga. Dengan melakukan triangulasi waktu, peneliti dapat mengetahui perubahan yang terjadi dari satu waktu dengan lainnya. Selain itu, peneliti juga dapat menemukan apakah pola dan hasil penelitian tersebut konsisten atau berubah-ubah.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan triangulasi sumber dengan tujuan mendapatkan pemahaman yang lebih akurat dan terpercaya. Dengan menggunakan triangulasi sumber, data bisa didapatkan dari berbagai sumber yang independen satu sama lain kemudian membandingkannya untuk mencari kesamaan, perbedaan, atau menemukan titik temu dari informasi tersebut. Nantinya, dapat diperoleh gambaran yang lebih lengkap tentang topik atau peristiwa yang sedang diteliti.

## **3.8 Teknik Analisis Data**

Di dalam setiap penelitian, tentunya diperlukan teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hasil dari penelitian yang telah dijalankan. Menurut Ibrahim (2015), analisis data merupakan proses menyikapi data, menyusun, memilah, dan mengolahnya ke dalam suatu susunan yang sistematis dan bermakna.

suatu susunan yang sistematis dan bermakna. Sedangkan menurut Sugiyono (2016), teknik analisis data adalah proses sistematis dalam mencari dan menyusun data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara, catatan lapangan, dan lainnya. Tujuan dari teknik ini adalah agar data tersebut mudah dipahami dan temuan yang didapatkan dapat disebarkan kepada orang lain. Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah *pattern matching*. Menurut Yin (2018), teknik *pattern matching* adalah teknik yang mencocokkan suatu pola temuan studi kasus dengan suatu pola prediksi yang telah diidentifikasi sebelum mengumpulkan data. Tujuan dari teknik *pattern matching* ini adalah untuk menemukan kesesuaian antara pola empiris yang ditemukan dan juga pola prediksi yang sebelumnya telah ada, untuk memperkuat hasil penelitian.