

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan berlandaskan paradigma post-positivisme. Menurut Philips dan Burbules (dalam Creswell, 2014, p. 80) paradigma merupakan konsep, metode, dan kaidah yang berfungsi sebagai kerangka kerja dalam pelaksanaan penelitian. Paradigma penelitian mencerminkan cara pandang atau pola pikir dalam memahami serta menjalankan seluruh proses penelitian, memungkinkan peneliti untuk menganalisis suatu permasalahan secara sistematis dan menentukan konsep yang relevan serta akurat.

Creswell menjelaskan bahwa paradigma post-positivisme berlandaskan filosofi deterministik, di mana suatu penyebab dianggap memiliki pengaruh terhadap hasil atau efek tertentu. Pendekatan ini menitikberatkan pada observasi dan pengukuran realitas objektif, sehingga memungkinkan analisis fenomena berdasarkan data yang terukur dan empiris.

Dalam penelitian ini, pendekatan post-positivisme digunakan untuk menganalisis strategi komunikasi dalam pemasaran media sosial yang diterapkan oleh P3SMANDIRI dalam upaya meningkatkan kesadaran merek melalui Instagram. Dengan pendekatan ini, penelitian berupaya mengevaluasi efektivitas strategi yang diterapkan berdasarkan data dan observasi empiris. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai peran pemasaran digital dalam membentuk dan memperkuat citra merek P3SMANDIRI.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Pendekatan penelitian adalah strategi dan prosedur sistematis yang membimbing setiap tahap penelitian, mulai dari asumsi dasar hingga teknik pengumpulan dan analisis data yang lebih terperinci. Proses ini mencakup landasan filosofis, perancangan studi, serta metode spesifik yang digunakan dalam penelitian (Creswell, 2014, p. 774). Penelitian ini menerapkan pendekatan

kualitatif yang berfokus pada eksplorasi dan pemahaman mendalam mengenai makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap suatu permasalahan sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian dilakukan melalui penyusunan pertanyaan, pengumpulan data, serta analisis data secara induktif, dimulai dari identifikasi tema-tema spesifik hingga menghasilkan kesimpulan yang lebih luas. Selain itu, pendekatan ini memungkinkan interpretasi data yang bersifat fleksibel, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang dikaji (Creswell, 2014, p. 770).

Menurut Yin (2015, p. 11), Penelitian kualitatif menekankan pentingnya pengumpulan, integrasi, dan penyajian data dari berbagai sumber sebagai bagian dari kajian yang dilakukan. Oleh karena itu, wawancara serta observasi langsung di lapangan dapat dimanfaatkan sebagai sumber utama dalam memperoleh bukti. Penelitian ini bersifat deskriptif, dengan tujuan untuk menggambarkan karakteristik, kondisi, serta fenomena yang terjadi dalam suatu situasi, termasuk proses yang dialami (Ulfatin, 2022, p. 46).

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam dan komprehensif mengenai situasi, fenomena, serta tantangan yang dihadapi oleh media sosial Instagram P3SMANDIRI. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan kondisi secara objektif tanpa melakukan intervensi atau mengubah variabel yang diteliti.

3.3 Metode Penelitian

Studi kasus dipilih sebagai metode penelitian dalam penelitian ini karena kemampuannya untuk memberikan pemahaman yang mendalam dan komprehensif tentang fenomena yang sedang diteliti, yaitu strategi pemasaran melalui media sosial di Instagram yang diterapkan oleh P3SMANDIRI. Menurut Yin (1987), studi kasus adalah pendekatan yang ideal ketika penelitian berfokus pada pertanyaan "bagaimana" atau "mengapa," yang relevan dengan penelitian ini karena bertujuan untuk memahami bagaimana P3SMANDIRI menerapkan strategi *social media marketing* di Instagram untuk membangun *brand awareness*.

Pendekatan ini memberikan kesempatan untuk menggali lebih dalam berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi tersebut dalam konteks nyata.

Menurut Yin (2018), menjelaskan bahwa studi kasus sangat cocok untuk menganalisis peristiwa-peristiwa kontemporer yang kompleks, karena memberikan ruang untuk mengkaji fenomena dalam kondisi alamiah dan mengidentifikasi hubungan antara berbagai variabel yang terlibat. Dalam konteks penelitian ini, studi kasus memungkinkan peneliti untuk menggali dan menganalisis aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh P3SMANDIRI melalui Instagram dalam kondisi kehidupan nyata, sehingga memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai elemen-elemen yang mempengaruhi kesuksesan mereka dalam mencapai *brand awareness*.

Selain itu, studi kasus memungkinkan untuk mengkaji subjek secara holistik, mencakup berbagai aspek dari strategi *social media marketing* yang diterapkan oleh P3SMANDIRI, seperti penggunaan konten visual, interaksi dengan audiens, serta penggunaan *influencer* atau endorser dalam memperkuat pesan yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan pandangan Stake (1995), yang menyatakan bahwa studi kasus memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang suatu fenomena dengan mengidentifikasi konteks yang spesifik dan hubungan antar variabel yang relevan.

Secara metodologis, pendekatan studi kasus ini sangat tepat karena memberikan kesempatan untuk mengamati dan mengeksplorasi strategi yang diterapkan oleh P3SMANDIRI secara mendalam dan dalam konteks dunia nyata, yang sulit dicapai dengan metode penelitian lainnya. Sebagai metode yang fleksibel, studi kasus memungkinkan peneliti untuk menggali dinamika yang ada dan memberikan penjelasan yang lebih rinci tentang bagaimana strategi pemasaran melalui media sosial dapat mempengaruhi kesadaran merek di pasar.

3.4 Partisipan dan Informan

Dalam penelitian ini, pemilihan partisipan dan informan memiliki peranan yang sangat penting untuk memperoleh data yang relevan dan mendalam. Menurut

Yin (2018), partisipan merupakan elemen kunci dalam kesuksesan studi kasus, karena mereka memberikan wawasan yang langsung terkait dengan isu yang diteliti dan dapat memberikan akses ke perspektif yang lebih luas melalui wawancara dengan individu lain yang relevan.

Penelitian ini menggunakan purposive sampling untuk memilih partisipan yang relevan dan terlibat dalam strategi pemasaran media sosial P3SMANDIRI. Partisipan dipilih berdasarkan pengalaman langsung mereka dalam pemasaran di Instagram, partisipan dipilih sebagai sumber utama, biasanya individu dengan posisi sosial yang lebih tinggi terkait topik penelitian.

Dalam menentukan partisipan, kriteria yang harus dipenuhi adalah pemahaman yang mendalam terhadap ruang lingkup permasalahan terkait strategi pemasaran P3SMANDIRI di Instagram, sehingga mampu memberikan informasi yang kredibel dan akurat untuk mendukung penelitian ini (Suyanto, 2022). Penelitian ini akan melalui proses *interview* bersama dengan bagian *internal dan external* P3SMANDIRI. Kriteria partisipan yang dipilih dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan beberapa aspek utama agar dapat memberikan informasi yang kredibel dan akurat terkait strategi pemasaran P3SMANDIRI di Instagram. Kriteria tersebut meliputi:

1. Memiliki pengalaman kerja yang relevan: Partisipan yang dipilih telah bekerja di P3SMANDIRI dalam kurun waktu tertentu (misalnya, minimal 2–5 tahun) sehingga memiliki wawasan mendalam tentang strategi pemasaran yang diterapkan.
2. Terlibat langsung dalam pemasaran digital: Partisipan harus memiliki keterlibatan aktif dalam perencanaan, implementasi, atau evaluasi strategi pemasaran P3SMANDIRI di media sosial, khususnya Instagram.
3. Memegang posisi strategis dalam tim pemasaran: Partisipan yang dipilih memiliki peran kunci dalam pengelolaan media sosial, seperti

pengembangan strategi konten, komunikasi merek, desain kreatif, atau manajemen hubungan dengan mitra bisnis.

4. Memahami sertifikasi dan layanan P3SMANDIRI: Mengingat fokus bisnis P3SMANDIRI adalah di bidang jasa sertifikasi, partisipan yang terlibat diharapkan memiliki pemahaman tentang berbagai layanan sertifikasi yang ditawarkan, sehingga dapat memberikan perspektif yang komprehensif terhadap strategi pemasaran yang digunakan.
5. Berperan dalam pengambilan keputusan terkait pemasaran: Partisipan dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam penyusunan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkontribusi terhadap pertumbuhan dan pengembangan bisnis P3SMANDIRI.

Dengan kriteria ini, partisipan yang dipilih diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai efektivitas strategi pemasaran digital P3SMANDIRI, tantangan yang dihadapi, serta peluang yang dapat dioptimalkan melalui media sosial Instagram.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah salah satu tahap penting dalam proses penelitian, khususnya saat mengumpulkan data di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, data dapat diperoleh melalui berbagai metode seperti eksperimen, survei, atau observasi lapangan (Morissan, 2019, p. 26). Menurut Creswell (2014, p. 571), teknik ini mencakup beberapa langkah, seperti menentukan batasan penelitian, mengumpulkan informasi melalui observasi dan wawancara (baik tidak terstruktur maupun semi-terstruktur), dokumen, dan materi visual. Selain itu, peneliti juga perlu menetapkan protokol untuk mencatat informasi secara sistematis. Berikut adalah penjelasan detailnya:

1. Observasi: Salah satu teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi. Observasi bertujuan untuk memahami pola, norma, serta makna dari perilaku yang diamati. Selain

itu, melalui metode ini, peneliti dapat memperoleh wawasan langsung dari informan dan individu yang menjadi subjek penelitian.

2. Wawancara: Wawancara merupakan metode pengumpulan data di mana peneliti dan subjek bertemu dalam suatu situasi tertentu untuk memperoleh informasi. Dalam konteks penelitian ini, wawancara dilakukan untuk menggali *insight* dari partisipan mengenai strategi *social media marketing* P3SMANDIRI dalam membangun *brand awareness* melalui Media Sosial Instagram.
3. Dokumentasi: Dokumentasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini mencakup foto, rekaman wawancara, catatan wawancara, serta dokumen lain yang mendukung validitas data penelitian. Dokumen sendiri dapat diartikan sebagai catatan tertulis atau gambar yang tersimpan dalam berbagai bentuk media dokumentasi. Dalam konteks ini, dokumentasi berperan sebagai bukti fisik yang mendukung hasil penelitian, seperti foto dan catatan penting lainnya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan partisipan yang telah dipilih oleh peneliti dari P3SMANDIRI.

3.6 Keabsahan Data

Menjaga validitas dalam penelitian sangatlah penting, terutama dalam penelitian kualitatif, di mana validitas mengacu pada tingkat akurasi hasil yang diperoleh melalui prosedur tertentu (Yin, 2018, p.170). Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi. Menurut Robert K. Yin (2018, p. 170), triangulasi data adalah proses di mana peneliti melakukan pemeriksaan ulang (*recheck*) dan verifikasi silang (*cross-check*) terhadap informasi dan data yang diperoleh. Tujuannya adalah untuk memahami kompleksitas suatu fenomena sosial dan mereduksinya menjadi esensi yang lebih sederhana.

Teknik triangulasi terdiri dari empat jenis, yaitu triangulasi sumber data, triangulasi pengumpul data, triangulasi metode, dan triangulasi teori. Dalam penelitian ini, peneliti memilih triangulasi sumber data sebagai pendekatan yang valid untuk memastikan keakuratan data. Peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber, termasuk dokumen, observasi, dan wawancara, dengan narasumber yang memiliki keterkaitan langsung dengan topik penelitian. Data yang diperoleh kemudian diperiksa dan dibandingkan satu sama lain guna meningkatkan validitas temuan (Yin, 2018, p. 172).

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Yin (2018), terdapat lima teknik utama yang digunakan dalam menganalisis data dalam pendekatan studi kasus, yaitu:

1. *Pattern Matching*

Pattern Matching adalah teknik analisis data yang umum digunakan dan dianggap paling sesuai dalam metode studi kasus. Pendekatan ini melibatkan pencocokan pola berdasarkan topik yang dikaji. Dalam studi kasus eksplanatori, pola yang terbentuk bisa memiliki keterkaitan ataupun tidak dengan variabel yang diteliti. Sementara itu, dalam studi kasus deskriptif, pola yang relevan akan tetap konsisten selama dapat diprediksi dengan jelas.

2. *Explanation Building*

Explanation Building adalah bentuk khusus dari *pattern matching* yang lebih kompleks, dengan tujuan utama menyusun penjelasan atas suatu peristiwa atau kasus. Pendekatan ini melibatkan proses analisis untuk menguraikan suatu kejadian serta membangun asumsi mengenai bagaimana dan mengapa peristiwa tersebut terjadi. Hasil dari *Explanation Building* disusun dalam bentuk narasi yang sistematis guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam.

3. *Time Series Analysis*

Time Series Analysis digunakan untuk menganalisis data deret waktu dalam eksperimen maupun eksperimen semu. Teknik ini memiliki pola yang cukup kompleks, tetapi dapat disederhanakan dengan pendekatan analisis deret waktu. Metode ini juga memungkinkan adanya satu variabel yang bergantung dalam proses analisis.

4. *Logic Models*

Logic Models dalam penelitian berfungsi utama sebagai alat evaluasi. Metode analisis data ini bekerja dengan membandingkan data hasil observasi empiris dengan perkiraan konseptual yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga memungkinkan peneliti untuk menilai kesesuaian antara teori dan temuan lapangan.

5. *Cross Case Synthesis*

Cross-Case Synthesis merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk menilai berbagai permasalahan dengan membandingkan serta menganalisis masing-masing studi kasus secara terpisah maupun individu.

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan analisis data dengan metode *Pattern Matching*. Teknik ini digunakan untuk mencocokkan hasil wawancara dengan teori dan konsep yang telah dijelaskan sebelumnya. *Pattern Matching* sendiri merupakan proses mencocokkan pola dari data yang telah dikumpulkan guna memastikan validitas internal dalam penelitian studi kasus (Yin, 2018). Metode ini membantu dalam mengidentifikasi kesesuaian antara data empiris dengan kerangka teoritis, sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat dan terpercaya.