

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, abash, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normative, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang (Mulyana, 2003: 9)

Paradigma yang digunakan penelitian ini adalah paradig konstruktivis. Paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang hampir merupakan antithesis dari paham meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Hidaya, 2003: 3). Dalam penelitian ini paradigma konstruktivis digunakan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran brand lokal shiit imagination melalui media sosial tiktok dalam meningkatkan minat beli konsumen.

3.1.1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu penelitian deskriptif-kualitatif. Menurut Suwandi (2008: 2) Penelitian kualitatif (*Qualitative research*) adalah jenis

penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat di capai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasinya lainnya.

Menurut Rosady Ruslan (2010: 215) Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipasi. Pemahaman tersebut tidak di tentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu konteks *setting* tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan *holistic*.

3.2. Metode Penelitian

Metode berasal dari bahasa Yunani "*Methods*" yang berarti cara atau jalan yang ditempuh. Sehubungan dengan upaya ilmiah maka metode menyangkut masalah cara kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan. Fungsi metode berarti sebagai alat untuk mencapai tujuan (Creswell, 2010: 10). Penelitian atau riset berasal dari bahasa Inggris yang artinya adalah proses pengumpulan informasi dengan tujuan meningkatkan, memodifikasi, atau mengembangkan sebuah penyelidikan atau kelompok penyelidikan (Kriyantono, 2006:56).

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan oleh peneliti ialah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan studi pada objek yang diteliti. Penelitian

kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Menurut *Sugiyono*, penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi*.

Sehubungan dengan masalah penelitian ini, peneliti mencoba mendalami fenomena strategi pemasaran melalui media *online* yang dilakukan oleh *Shiit Imagination* dalam menarik minat konsumen. Dimana peneliti tidak menjadi instrumen karena berada diluar kegiatan pemasaran yang dilakukan. Sedangkan hasil penelitian lebih menekankan pada makna yang dihasilkan oleh responden sebagai informan dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dan observasi terhadap suatu gejala, peristiwa (proses kejadian), perilaku atau sikap tertentu dari informan sebagai objek dalam penelitian ini dengan cara mengumpulkan tanggapan, informasi, konsep-konsep dan keterangan yang berbentuk uraian dalam mengungkapkan masalah dalam komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Shiit Imagination* ini.

3.3. Obyek Penelitian

Obyek pada penelitian merupakan bahan pokok utama atau objek utama yang digunakan untuk diteliti. Objek pada penelitian ini yaitu keseluruhan rangkaian

komunikasi pemasaran *Shiit Imagination* dalam menjual produk *fashion atau clothing* untuk menunjang bisnis di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

3.4. Informan Penelitian

Informan Penelitian adalah seorang ataupun beberapa orang, yaitu orang atau orang-orang yang paling banyak menguasai informasi (paling banyak tahu) mengenai objek yang sedang di teliti tersebut (Amirin. 1990). Kriteria dalam menentukan *key informan* dengan menggunakan teknik *sampling purposive* yaitu peneliti memilih informan yang relevan dan sesuai dengan kriteria yang telah peneliti tentukan (Sugiyono,2017), antara lain :

1. Memiliki pengetahuan terkait kejadian/permasalahan
2. Merasakan dampak dari kejadian/permasalahan
3. Terlibat langsung dengan permasalahan
4. Berada didaerah yang diteliti
5. Mau dan bersedia menjadi informan penelitian

Pendukung ini dapat dijadikan narasumber yang tepat,karena dapat memberikan informasi-informasi tentang hubungan ilmu komunikasi dengan studi yang diangkat dalam penelitian ini.

Tabel 1.2Key Informan

No	Nama	Keterangan
1.	Rohman	Owner Shiit Imagination
2.	Aldi Saputra	Followers @Shiit_imagination

3.	Meiwan ST	Konsumen Shiit Imagination
4	Renaldi Prawijaya	Konsumen Shiit Imagination
5	Septiana Wulandari,M.I.Kom	Akademisi

Berdasarkan data diatas, alasan peneliti memilih para narasumber atau *key informan* tersebut karena para informan tersebut relevan dengan penelitian ini.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu unsur atau komponen utama dalam penelitian. Pengumpulan data merupakan suatu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistematika, logis dan proses pencarian data yang valid, baik di peroleh secara langsung atau tidak langsung untuk keperluan analisis dan pelaksanaan pembahasan suatu penelitian secara benar untuk menentukan kesimpulan, memperoleh jawaban, dan sebagai upaya untuk memecahkan suatu persoalan yang di hadapi oleh peneliti (*Sugiyono.2017: 194*).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni :

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung di lokasi penelitian terhadap objek penelitian untuk mengumpulkan informasi atau data sebanyak mungkin yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Wawancara mendalam

Wawancara mendalam dilakukan secara langsung dengan pihak yang dapat memberikan informasi dan berkompeten sesuai dengan permasalahan dalam penelitian. Sehingga mendapatkan data, pelengkapan teknik pengumpulan

lainya, menguji hasil pengumpulan data lainnya. Pengambilan data juga diperoleh melalui wawancara mendalam dengan menggunakan pedoman wawancara terhadap objek penelitian, yang menjadi fokus pertanyaan wawancara adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran *Shiit Imagination* dalam menarik minat konsumen.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sekumpulan berkas yakni mencari data mengenai hal-hal berupa catatan, transkrip, buku, majalah, artikel, jurnal penelitian dan sebagainya yang diperlukan untuk mengetahui tentang permasalahan yang peneliti bahas.

3.6. Jenis Data

3.6.1. Data Primer

Data primer atau data utama adalah data yang diambil secara langsung dari obyek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi (*Ruslan, 2010: 29*). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pokok yang berasal dari wawancara mendalam (*indepth-interview*) merupakan metode pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada informan dengan tujuan untuk mendapatkan data utama. Peneliti terjun langsung untuk melakukan penelitian, sehingga mampu mendapatkan hasil penelitian..

3.6.2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu memperoleh data dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan diberbagai organisasi atau perusahaan (*Ruslan, 2010: 30*). Data sekunder diperoleh dari hasil studi perpustakaan yaitu buku-

buku referensi, jurnal ilmiah, dokumentasi foto.

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan selama penelitian, hal ini dimaksudkan agar fokus penelitian tetap diberi perhatian khusus melalui wawancara mendalam, selanjutnya analisis secara kualitatif. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia baik primer maupun sekunder. Teknik analisis data Menurut *Rakhmat Kriyantono* (2012: 194). Teknik analisis data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat, atau narasi-narasi, baik diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi.

Menurut *Moleong* (2006: 248) Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga komponen yaitu:

1. Reduksi Data

Merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan pengabstrakan dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan bagian dari analisis yang menajamkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasikan.

2. Penyajian Data

Merupakan alur penting yang kedua dari kegiatan analisi. Penyajian dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang member kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan tindakan. Penyajian data merupakan usaha

menggambarkan fenomena atau keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi dan disajikan kedalam laporan.

3. Penarikan Kesimpulan

Merupakan permasalahan peneliti yang menjadi pokok pemikiran terhadap apa yang diteliti. Pada tahap ini peneliti mengambil kesimpulan terhadap data yang telah direduksi ke dalam laporan secara sistematis dengan cara membandingkan, menghubungkan dan memilih data yang mengarah pada pemecahan masalah. Mampu menjawab permasalahan dan tujuan yang hendak dicapai.

3.8. Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif (Moleong, 2007:320).

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Sugiyono, 2007: 270). Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggung jawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan.

1. *Credibility*

Uji *credibility* (kredibilitas) atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan

sebagai sebuah karya ilmiah dilakukan.

2. *Transferability*

Transferability merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil (Sugiyono, 2007: 276).

Pertanyaan yang berkaitan dengan nilai transfer sampai saat ini masih dapat diterapkan/dipakai dalam situasi lain. Bagi peneliti nilai transfer sangat bergantung pada si pemakai, sehingga ketika penelitian dapat digunakan dalam konteks yang berbeda di situasi sosial yang berbeda validitas nilai transfer masih dapat dipertanggungjawabkan.

3. *Dependability*

Reliabilitas atau penelitian yang dapat dipercaya, dengan kata lain beberapa percobaan yang dilakukan selalu mendapatkan hasil yang sama. Penelitian yang *dependability* atau reliabilitas adalah penelitian apabila penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula. Pengujian *dependability* dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Dengan cara auditor yang independen atau pembimbing yang independen mengaudit keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Misalnya bisa dimulai ketika bagaimana peneliti mulai menentukan masalah, terjun ke lapangan, memilih sumber data, melaksanakan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai pada pembuatan laporan hasil pengamatan.

4. *Confirmability*

Objektivitas pengujian kualitatif disebut juga dengan uji *confirmability* penelitian. Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*.

Validitas atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggung jawabka

