

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tipe Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian yang bersifat kualitatif. Alasan peneliti memilih menggunakan metode kualitatif adalah karena metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dan gambar dari sumber yang diamati, bukan angka-angka. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Khususnya untuk menjelaskan strategi promosi penjualan produk pada media sosial Instagram yang dilakukan oleh Gloshop\_Stuff dalam menjual produk-produk.

Menurut Moleong (2013: 6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata. Penelitian ini merupakan suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks

sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Tipe penelitian ini juga menggambarkan tentang sesuatu keadaan masa ini secara obyektif dalam suatu penggambaran situasi. Jika pengertian di atas dikaitkan dengan penelitian ini, adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan tentang strategi promosi penjualan produk pada media sosial Instagram yang dilakukan oleh Gloshop\_Stuff.

### **3.2 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian dalam penelitian kualitatif ini adalah fokus kajian penelitian atau pokok soal yang hendak diteliti, mengandung penjelasan mengenai dimensi-dimensi apa yang menjadi pusat perhatian dan hal yang kelak dibahas secara mendalam dan tuntas. Dengan adanya fokus penelitian maka akan membantu dan mengarahkan peneliti dalam menjawab masalah-masalah dalam penelitian. Melalui fokus penelitian ini, suatu informasi dilapangan dapat dipilih-pilih sesuai konteks permasalahan sehingga rumusan masalah dan fokus penelitian akan saling berkaitan. Dalam penelitian ini fokus penelitiannya dititikberatkan pada strategi promosi penjualan pada media sosial Instagram yang dilakukan oleh Gloshop\_Stuff. Strategi yang diteliti disini meliputi tata cara, proses, teknik dan metode dalam proses promosi tersebut yang digunakan oleh penjual.

### 3.3 Sumber Data

Jenis data penelitian ini berasal dari:

1. Sumber data Primer

Wawancara dengan pihak pemilik dan Admin Gloshop\_stuff. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban yang lebih mendalam dan terperinci terkait dengan penelitian ini.

2. Sumber data Sekunder

Sumber data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen, studi pustaka, dan dokumentasi artikel-artikel yang menunjang penelitian ini.

### 3.4 Objek Penelitian

Penulis memilih objek penelitian dalam penelitian ini adalah *online shop* Instagram Gloshop\_stuff. Gloshop\_Stuff merupakan salah satu akun *online shop* yang berpromosi melalui media sosial Instagram yang menjual beranekaragam kacamata. Alasan penulis memilih akun Gloshop\_Stuff karena akun ini merupakan salah satu *online shop* yang terpercaya dan memiliki *followers* kurang lebih 14.700 akun per tanggal 28 Agustus 2015 dan Gloshop\_Stuff ini menjual produknya dengan rata-rata 200-250 buah perbulannya. Penulis juga merupakan salah satu *follower* akun *online shop* ini. Pemilik *online shop* yang berdomisili di Bandar Lampung-Jakarta dapat memudahkan wawancara dengan pemilik secara langsung.

### 3.5 Informan

Informan adalah orang-orang yang berada pada latar penelitian. Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan merupakan orang-orang yang secara langsung terkait pada penelitian (Moleong, 2013: 132). Menurut pendapat Spradley dalam Faisal (1990: 45) informan harus memiliki beberapa kriteria yang perlu dipertimbangkan yaitu:

1. Subjek yang telah lama dan intensif menyatu dengan suatu kegiatan atau medan aktivitas yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian dan ini biasanya ditandai oleh kemampuan memberikan informasi di luar kepala tentang sesuatu yang ditanyakan.
2. Subjek masih terikat secara penuh serta aktif pada lingkungan dan kegiatan yang menjadi sasaran atau penelitian.
3. Subjek mempunyai cukup banyak waktu dan kesempatan untuk dimintai informasi.
4. Subjek yang dalam memberikan informasi tidak cenderung diolah atau dikemas terlebih dahulu dan mereka relatif masih lugu dalam memberikan informasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 karakteristik informan, yaitu :

1. Informan primer, dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 orang sebagai informan primer yaitu pemilik Gloshop\_Stuff dan Admin Gloshop\_Stuff yang

memahami tentang Gloshop\_Stuff dan akan memberikan informasi di luar kepala.

2. Informan sekunder, dalam penelitian ini peneliti menggunakan 5 orang konsumen yang sudah pernah membeli produk dari Gloshop\_Stuff dan 1 orang *reseller* Gloshop\_Stuff. Informan sekunder mempunyai cukup banyak waktu dan kesempatan untuk dimintai informasi dan memberikan informasi yang tidak cenderung diolah.

### **3.6 Pendekatan Terhadap Informan**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan individual terhadap informan. Pendekatan individual dilakukan dengan pendekatan khusus karena informan merupakan pemilik akun Gloshop\_Stuff. Penulis melakukan pendekatan dengan cara mengajak berkenalan, kemudian membahas tentang hal-hal ringan yang berkaitan dengan bagaimana mempromosikan produknya kepada konsumen dan cara menarik konsumen agar membeli produknya. Penulis juga mewawancarai konsumen yang telah membeli produk dari Gloshop\_Stuff dan akun *online shop* lainnya yang terkait Gloshop\_Stuff dengan mengajak berkenalan dengan bertemu langsung.

### **3.7 Definisi Konsep**

Definisi konsep merupakan batasan terhadap masalah-masalah variabel, yang dijadikan pedoman penelitian, sehingga tujuan dan arahnya tidak menyimpang. Definisi konsep dalam penelitian ini adalah:

### 1. Strategi Promosi Penjualan

Strategi promosi penjualan adalah suatu rencana kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan permintaan dari para pemakai atau konsumen akhir yang bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan dengan jalan mempengaruhi konsumen secara langsung (Tjiptono, 1997: 249).

### 2. Media Sosial

Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual, personal dan dua arah. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam (Puntoadi, 2011: 21).

### 3. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.

## **3.8 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui:

### 1. Wawancara mendalam

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada hampir semua penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2005) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (Herdiansyah, 2010: 118).

Penulis melakukan tanya jawab mendalam terhadap informan agar penulis benar-benar paham dan menguasai materi. Dalam hal ini penulis telah menyediakan terlebih dahulu pertanyaan yang akan diajukan.

## 2. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain mengenai subjek (Herdiansyah, 2010: 143).

Dokumentasi ini merupakan data yang diperoleh dari pemilik Gloshop\_Stuff dan dapat dijadikan data penunjang dalam penelitian ini.

## 3. Kepustakaan

Kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang berguna untuk mendapat data sekunder yang dimana dapat diperoleh penulis melalui literatur-literatur yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya seperti buku-buku, internet dan dokumentasi mengenai penelitian yang dilakukan penulis.

### **3.9 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

### 1. Tahap Reduksi Data

Pada tahap reduksi data dilakukan peilihan tentang relevan tidaknya antara data dengan tujuan penelitian. Reduksi data juga merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Informasi dari lapangan sebagai bahan mentah diringkas, disusun lebih sistematis, serta ditonjolkan pokok-pokok penting sehingga lebih mudah dikendalikan. Reduksi data merupakan suatu bentuk aplikasi yang meragamkan, mengelompokkan, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan dan mengorganisir data hingga dapat ditarik kesimpulan akhir.

### 2. Tahap Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari data. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan agar hasil reduksi data terorganisir atau tersusun dalam pola hubungan sehingga semakin mudah untuk dipahami dan merencanakan tahap selanjutnya.

### 3. Tahap Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data bertujuan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut. Verifikasi dimaksudkan agar



penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut lebih tepat dan objektif.

### **3.10 Teknik Keabsahan Data**

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Denzin (1978) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori (Moleong, 2012: 330). Dalam mengecek keabsahan data ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dalam teknik triangulasi ini banyak cara yang bisa digunakan untuk mengecek keabsahan data, tetapi peneliti hanya bisa menggunakan dua cara yaitu:

1. Trianggulasi dengan sumber, maksudnya peneliti telah mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber yang ada pada penelitian. Dalam hal ini peneliti mengecek kembali beberapa sumber informan yang berkaitan dengan Glosshop\_Stuff.
2. Trianggulasi dengan metode, yaitu peneliti mengecek keabsahan dari beberapa teknik pengumpulan data (observasi, wawancara, dokumen) dalam hal ini peneliti membandingkan hasil informasi dari beberapa informan dalam suatu teknik yang sama (dalam teknik pengumpulan data yang sama).