

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat yang dijadikan untuk melakukan penelitian yaitu PT. Telkom Indonesia WITEL Tangerang, Bumi Serpong Damai (BSD), Serpong, Tangerang Selatan. Peneliti memilih tempat penelitian tersebut karena Tangerang termasuk dalam salah satu kota *smartcity* sehingga dengan berkembangnya teknologi, kehadiran internet dan televisi berlangganan secara lengkap menyediakan kebutuhan akan informasi, kemudahan lainnya yang didapatkan dari pengguna yaitu akses yang dapat dilakukan dengan media telekomunikasi lainnya seperti laptop dan *smartphone*. Secara pesatnya perkembangan layanan digital, membuat setiap perusahaan menyediakan internet dan tv kabel yang berkecepatan tinggi. Hal itu akan menjadi ancaman bagi PT. Telkom Indonesia WITEL Tangerang dan dianggap menjadi *competitor* dari IndiHome. Maka peneliti menganggap hal tersebut menjadikan PT. Telkom Indonesia WITEL Tangerang layak sebagai lokasi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Waktu yang dilakukan peneliti untuk melakukan penelitian tersebut yaitu 5 bulan, dimulai dari dua bulan pertama peneliti melakukan observasi media sosial baik itu Instagram, Facebook, TikTok, Twitter dan Youtube IndiHome WITEL Tangerang dan 3 bulan sisanya dilakukan wawancara terhadap pihak atau orang yang terkait dalam penelitian ini serta melihat situasi dan kondisi di lapangan, penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2023 sampai dengan Juli 2023.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti

adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2015:9).

Penelitian kualitatif adalah suatu jenis pendekatan penelitian dalam ilmu sosial yang menggunakan paradigma alamiah, berdasarkan teori fenomenologis (dan sejenisnya) untuk meneliti masalah sosial dalam suatu kawasan dari segi latar dan cara pandang obyek yang diteliti secara *holistic* (Zuchri, 2021:32).

Pada penelitian kualitatif peneliti sebagai *human instrument* dan dengan teknik pengumpulan data observasi berperan serta dan wawancara, maka peneliti harus berinteraksi dengan sumber data.

Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi terhadap media sosial IndiHome WITEL Tangerang dan juga mengamati fenomena perilaku dari orang-orang kunci seperti *Leader Digital Marketing* IndiHome WITEL Tangerang, *Officer Social Media Specialis* IndiHome WITEL Tangerang, pelanggan pengguna produk IndiHome, serta mewawancarai mereka, kemudian mempersepsikan makna atas suatu perilaku dan juga hasil wawancara. Kemudian menganalisis, mendeskripsikan, mencatat dan menampilkan sebuah kondisi yang sedang terjadi dalam pelaksanaan pembelajaran.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini, yaitu menggunakan metode deskriptif. Menurut Zuchri (2021:58) metode deskriptif dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata, gambar dan bukan dalam bentuk angka-angka. Data yang di peroleh melalui wawancara. Untuk memudahkan dalam membuat deskripsi, peneliti bisa menggunakan analisis berdasarkan struktur kalimat seperti subjek,objek,predikat atau menggunakan pertanyaan-pertanyaan siapa, dimana, kapan, bagaimana dan mengapa.

3.4 Operasional Konsep

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep

Konsep	Dimensi	Aspek Yang Digali
<i>Social Media Marketing (Tuten & Solomon, 2014:15)</i>	Komunitas Sosial	<ul style="list-style-type: none"> a. Membangun hubungan sosial dengan konsumen b. Kegiatan sosial yang dilakukan kepada konsumen
	Penerbitan Sosial	<ul style="list-style-type: none"> a. Penyebaran konten pada masyarakat atau konsumen b. Jumlah platform media sosial yang digunakan
	Hiburan Sosial	<ul style="list-style-type: none"> a. Tingkat keterlibatan konsumen dengan konten hiburan b. Jumlah konsumen yang melihat konten hiburan
	Perdagangan Sosial	<ul style="list-style-type: none"> a. Jumlah tautan atau link yang di klik oleh konsumen di media sosial b. Jumlah penjualan kepada konsumen yang berasal dari sosial media
<i>Brand Awareness (Firmansyah, 2019:45)</i>	<i>Advert</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Daya Tarik iklan di media sosial b. Keunikan iklan produk dibanding <i>competitor</i>
	<i>Product</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Daya Tarik produk terhadap konsumen b. Memuaskan kebutuhan pelanggan
	<i>Tagline</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Pesan yang di sampaikan kepada konsumen b. Slogan yang unik dan mudah diingat c. <i>Tagline</i> yang mudah di ingat

Konsep	Dimensi	Aspek Yang Digali
	<i>Logo</i>	a. Fungsi dari logo b. Kesadaran akan produk melalui bentuk logo c. Bentuk <i>visual</i> logo yang mudah diingat

3.5 Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling*, Dimana pada teknik ini informan menjadi sumber informasi yang mengetahui tentang penelitian yang akan diteliti, dengan mempertimbangkan bahwa merekalah orang yang paling mengetahui tentang informasi penelitian. Pemilihan informan dilakukan dengan *teknik purposive* sampling atau pemilihan yang dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan yang matang. Informan yang dimaksud disini adalah informan yang terlibat langsung dalam lingkup penelitian atau informan yang mempunyai kemampuan dan mengerti permasalahan terkait Implementasi *Social Media Marketing* IndiHome dalam Membangun *Brand Awareness* (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. Telkom Indonesia WITEL Tangerang).

Pemilihan informan di dalam penelitian ini, diperoleh dengan melakukan wawancara yang dilakukan terhadap 5 informan, diantaranya yaitu Bapak Agung Rizki Wahyudin sebagai *Officer Social Media Specialist* IndiHome WITEL Tangerang, Bapak Hadyan Arif sebagai *Asistan Manager Home Service* dan *Leader Digital Marketing* IndiHome WITEL Tangerang dan juga tambahan 3 informan lainnya guna sebagai sumber informasi lain yang nantinya akan digunakan sebagai data triangulasi di akhir penelitian.

Tabel 3.2 Daftar Informan

No	Nama	Jabatan/Status	Kriteria Informan
1	Hadyan Arif	<i>Asistant Manager Home Service, Digital Marketing</i>	Mengetahui informasi mengenai <i>social media marketing</i> di WITEL

No	Nama	Jabatan/Status	Kriteria Informan
			Tangerang dan juga sebagai <i>Leader Digital Marketing</i>
2	Agung Rizqi Wahyudin	<i>Sosial Media Specialist</i>	Menjalankan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial IndiHome WITEL Tangerang untuk membangun <i>brand awareness</i>

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. (Sugiyono, 2015:224). Untuk menghasilkan sebuah data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka diperlukan sesuatu teknik yang sesuai, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data Observasi dan Wawancara tidak terstruktur.

3.6.1 Observasi

Menurut Nasution (1988) dalam (Sugiyono, 2015:226) menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

3.6.2 Wawancara Tidak Berstruktur (*Unstructured Interview*)

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis (Sugiyono, 2015:245)

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh.

Menurut Miles & Huberman dalam (Sugiyono, 2015:246) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Ada beberapa aktivitas dalam analisis data, berikut adalah aktivitas dalam analisis yaitu :

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Penyajian data sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. Verifikasi

Verifikasi merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori.

3.8 Uji Keabsahan Data

Untuk membuktikan temuan hasil lapangan dengan kenyataan yang diteliti oleh peneliti di lapangan, diperlukan uji *validasi* keabsahan data. *Validasi* keabsahan data dilakukan dengan meneliti kredibilitas datanya

menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik untuk memeriksa keabsahan sebuah data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data, untuk keperluan mengecek sebuah data atau sebagai pembandingan terhadap data itu.

Triangulasi Sumber :

1. Membandingkan apa yang dikatakan di hadapan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
2. Membandingkan data dari hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dengan pihak lainnya seperti masyarakat umum, pakar atau praktisi.

Informan :

Tabel 3.3 Daftar Informan Triangulasi

No	Nama	Jabatan Status	Alasan Dipilih Menjadi Informan
1	Syahdam Banderas	Pengguna IndiHome dan <i>Followers</i> media sosial TikTok dan Instagram IndiHome WITEL Tangerang	Sebagai pengguna produk IndiHome dan seorang <i>followers</i> media sosial IndiHome WITEL Tangerang yang mengetahui informasi media sosial TikTok
2	Kriswardani Saptaningtias	Pelanggan IndiHome dan <i>Followers</i> media sosial Instagram dan Twitter IndiHome WITEL Tangerang	Sebagai pengguna produk IndiHome dan seorang <i>followers</i> media sosial IndiHome WITEL Tangerang yang mengetahui informasi media sosial Instagram

No	Nama	Jabatan Status	Alasan Dipilih Menjadi Informan
3	Aji Prio Sejati	Pakar <i>Social Media/Digital Creative Social Media</i>	Mengetahui informasi serta seorang pakar media sosial dan juga seseorang yang berprofesi sebagai <i>Digital Creative Social Media</i>