

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Metode penelitian merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam penelitian karena metode penelitian pada dasarnya merupakan metode ilmiah untuk memperoleh data yang memiliki maksud dan tujuan tertentu. Metode penelitian adalah upaya untuk menemukan, mengembangkan, dan memverifikasi kebenaran informasi secara ilmiah. Oleh karena itu, metode yang digunakan dalam penelitian harus masuk akal.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini tergolong penelitian kualitatif karena menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata. Data yang dianalisis di dalamnya bersifat deskriptif, bukan berupa angka-angka seperti dalam penelitian kuantitatif. Menurut Denzin dan Lincoln (2011), tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menjelajahi dan menggambarkan realitas sosial dengan kompleksitasnya, memahami pengalaman manusia, dan menghasilkan wawasan yang dalam tentang dunia sosial. Karena itu, penelitian kualitatif mampu menemukan fenomena yang berkaitan dengan topik yang ingin digali lebih dalam.

C. Metode Penelitian

Penelitian kualitatif ini menggunakan metode penelitian deskriptif, pemetaan merupakan jenis penelitian pendahuluan dari penelitian yang sangat besar. Dalam penelitian deskriptif, menjadi sangat penting karena menciptakan

landasan yang kuat untuk penelitian selanjutnya. Penelitian deskriptif dalam studi kasus bertujuan untuk menggambarkan dengan cermat karakteristik dari suatu kasus tertentu atau sejumlah kasus yang serupa (Robert K. Yin. 2018)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif untuk dapat memahami fenomena etika beriklan yang dilanggar oleh Holywings dalam memasarkan produknya di media sosial Instagram. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 6 bulan sejak bulan Oktober 2022 hingga Maret 2023. Penelitian dilakukan di Jakarta melalui observasi daring maupun wawancara narasumber secara langsung.

Obyek penelitian adalah sesuatu yang menjadi pokok perhatian penelitian. Yang menjadi perhatian adalah bentuk materi atau materi yang dipelajari, atau masalah tersebut dipecahkan dengan teori yang relevan. Objek penelitian ini adalah iklan Holywings yang sudah beredar di media sosial dan media berita Instagram. Iklan tersebut diunggah oleh akun resmi Instagram @holywingsindonesia pada hari Kamis tanggal 23 Juni 2022. Iklan tersebut berupa postingan pada halaman beranda instagram dan pada *story* instagram.

Untuk memudahkan dalam pemaparan hasil penelitian, berikut adalah operasional konsep dari penelitian ini.

Tabel 3.1
Deskripsi Konsep

Konsep	Dimensi	Aspek yang digali
Etika Beriklan di Media Sosial	1. Maksud pengiklan 2. Isi iklan	1. Kebenaran dan Kepatuhan Pendapat

	3. Kebiasaan di bidang periklanan	2. Transparansi 3. Penghormatan Privasi 4. Penghindaran Irrelevant atau Tidak Pantas 5. Perlindungan Anak-anak 6. Akuntabilitas 7. Interaksi Positif
--	-----------------------------------	---

Earl Babbie (2016) menggambarkan subjek penelitian sebagai "orang atau objek yang menjadi fokus pengamatan atau pengukuran dalam sebuah penelitian.". Earl Babbie (2016) menggambarkan objek penelitian sebagai "apa pun yang menjadi subjek penelitian atau hal yang menjadi fokus dalam suatu penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti menggambarkan subjek penelitiannya sebagai orang yang mengetahui permasalahan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada.

Spradley (2007:68) mengatakan bahwa ada lima syarat minimal pemilihan informan, yaitu informan yang baik adalah informan yang benar-benar terdidik dalam budayanya, terlibat langsung dalam peristiwa budaya yang sedang dikaji, dan mengetahui secara detail suasana budaya yang tidak diketahui oleh etnografer, memiliki waktu yang cukup untuk berpartisipasi dalam penelitian; dan whistleblower yang selalu menggunakan bahasanya untuk menggambarkan peristiwa dan tindakan sedemikian rupa sehingga hampir tanpa menganalisis makna atau makna dari peristiwa dan tindakan tersebut.

Informan yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah SHS (Advertising Agency dan Media Online selama 12 tahun) dan AAB (Social Media Officer Holywings), SH (Ustadzah/tokoh agama setempat dan Guru).

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2011: 224) bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah mengumpulkan informasi. Tujuan penelitian pada hakekatnya adalah untuk memperoleh data yang relevan dan dapat memenuhi standar data yang telah ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan kondisi lapangan dan kebutuhan pengumpulan data. Teknik observasi (observasi), wawancara, studi dokumentasi dan triangulasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Beberapa karakteristik yang disorot dalam penelitian ini Pertama, peneliti bertindak sebagai alat utama (instrumen kunci) penelitian dengan cara melakukan wawancara pribadi dengan informan dan mengumpulkan bahan-bahan tentang subjek penelitian, dan peneliti terlibat dalam proses penelitian. Kedua, catat detail yang tepat dari masalah yang sedang diselidiki. Ketiga, triangulasi atau verifikasi data. Ketika media di Internet digunakan dalam penelitian literatur.

1. Observasi.

Observasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang paling penting ketika mempelajari situasi yang sedang dipelajari. Menurut

Ngalim Purwanto (Basrowi dan Suwandi, 2008: 93) “Observasi adalah cara atau metode untuk menganalisis dan mencatat secara sistematis perilaku melalui observasi atau pengamatan langsung terhadap individu atau kelompok”. Dalam melakukan observasi secara online/offline, pengamatan atau observasi dilakukan sebagai prosedur awal yang harus dilakukan dalam melakukan penelitian, selain lokasi atau lapangan penelitian etnografi virtual berada di internet. Observasi juga menjadi alat utama untuk melihat bagaimana proses, interaksi, komunikasi, informasi individu, sampai artefak budaya apa yang muncul dan ada di komunitas virtual tersebut. (Rulli Nasrullah, 2022:93). Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi langsung terhadap iklan yang dipublikasikan Holywings di media sosial Instagram, tersembunyi dari penyebaran pesan tentang etika apa yang dilanggar dan bagaimana pelanggaran etika tersebut berdampak pada iklan tersebut. Observasi ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan objektif terkait pelanggaran etika beriklan di media sosial dalam kasus minuman gratis Holywings di media sosial Instagram.

2. Wawancara.

Wawancara adalah percakapan yang ditujukan pada sesuatu masalah spesifik. Seperti yang dikatakan Moleong (2010: 186) Wawancara adalah percakapan yang bertujuan tertentu dan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan

itu. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas, dimana pertanyaan bebas diajukan kepada informan, namun disesuaikan dengan kondisi yang ada dan tetap terkait dengan pendapat informan tentang etika periklanan yang dilanggar oleh Holywings, karena peneliti sudah mengetahui secara akurat. informasi apa tentang masalah yang akan diterima.

Dalam membuat pertanyaan, sebagaimana sifat dasar penelitian etnografi yang mendeskripsikan atau menarasikan bagaimana sebuah budaya dan artefak-artefak sebagai peninggalan/buktiadanya budaya, dalam etnografi virtual pertanyaan penelitian lebih menekankan aspek apa (what), mengapa (why), dan bagaimana (how). Aspek aktor atau entitas (who) di dunia online bisa dipertukarkan dari individu ke perangkat atau medium. (Rulli Nasrullah, 2022:93).

Tabel 3.2
Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Alasan dipilih menjadi informan
1	Slamet Heru Santoso	Media officer serta advertising agency dan media online (salah satu Perusahaan media di Jakarta)	Memiliki pengalaman bekerja +/- 12 tahun dibidang periklanan.

Wawancara dilakukan terhadap narasumber yang dianggap kompeten dan atau berhubungan dengan konteks yang dibahas dalam penelitian ini. Keberadaan informan dalam penelitian ini menjadi penting karena informan

tidak sekadar berada pada tahap awal atau sumber data, tetapi juga dilibatkan dalam keseluruhan proses pengumpulan data. (Rulli Nasrullah, 2022:97).

3. Dokumentasi Penelitian

Metode dokumentasi merupakan metode yang sering digunakan dalam metodologi penelitian sosial yang berkaitan dengan teknik pengumpulan data.

Bahan penelitian kualitatif terutama diperoleh dari sumber pribadi atau sumber daya manusia melalui observasi dan wawancara. Namun, penelitian ini juga menggunakan sumber berita media mainstream.

Dokumentasi yang dikumpulkan peneliti menjadi sumber informasi pada setiap tahapan penelitian. Dalam penelitian ini teknologi mendokumentasikan data sekunder yang menjadi masukan dan informasi tambahan bagi peneliti tentang etika periklanan yang dilanggar oleh Instagram Holywing di media sosial. Data yang digunakan adalah postingan promosi dari akun media sosial Instagram Holywings (@holywingsindonesia).

E. Analisis Data

Analisis data penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (Sugiyono, 2011: 246) mengatakan: “Kegiatan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan, sehingga data menjadi jenuh. Fungsi analisis data adalah mereduksi data, menampilkan data dan menarik/verifikasi kesimpulan dari

data. Dalam kegiatan penelitian ini, analisis data dilakukan secara interaktif, dan terus masuk untuk mendapatkan semua informasi yang dibutuhkan.

1. Reduksi Data

Sugiyono (2011: 247) mengemukakan bahwa: Reduksi data berarti meringkas, menetapkan prioritas, memfokuskan pada yang hakiki, mencari tema dan pola. Data yang direduksi dengan demikian memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data dan mencarinya bila diperlukan. Dalam penelitian ini, data yang direduksi diperoleh dari hasil wawancara pendapat beberapa informan mengenai hal tersebut, serta mengikuti data dari Instagram @holywingsindonesia.

2. Penyajian Data.

Langkah selanjutnya dalam analisis data adalah menampilkan data. Data tampilan ini bersifat informatif, yaitu memberikan pemahaman yang mendetail. Penyajian data dilakukan setelah analisis reduksi data, disajikan dalam bentuk uraian singkat atau grafik dengan teks penjelasan untuk memudahkan penyajian data, dengan harapan peneliti dapat dengan mudah memahami data dalam ungkapan penyajian tersebut. Informasi diperoleh dari hasil penelitian terhadap alat yang digunakan. Informasi yang diperoleh tentang etika iklan media sosial Instagram yang dilanggar Holywings untuk mempublikasikan percakapan dapat terstruktur dan terarah dengan baik.

3. Penarikan kesimpulan.

Tahap akhir dari analisis data ini adalah penarikan kesimpulan. Peneliti menarik/menguji kesimpulan dari informasi yang terkumpul dan disajikan tentang pemberdayaan masyarakat untuk melestarikan kearifan lokal peserta pelatihan kewirausahaan. Kesimpulan ini ditarik pada akhir bab, disertai dengan saran dan rekomendasi atas masalah ini.

F. Teknik Keabsaan Data

1. Triangulasi

Triangulasi merupakan proses pengumpulan data yang biasanya berfungsi sebagai uji kredibilitas data yang paling sering digunakan oleh peneliti kualitatif. Menurut Sugiyono (2011: 241) mengatakan bahwa “triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang menggabungkan teknik pengumpulan data yang berbeda dan sumber data yang ada”.

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, dengan menggunakan informasi dari informan serta EPI sebagai sumber pedoman pembahasan topik permasalahan yang diangkat.

Berpedoman terhadap Etika Pariwara Indonesia (EPI) sebagai dasar dalam menentukan pelanggaran etika beriklan yang dilakukan. Etika Pariwara Indonesia atau EPI dibuat oleh Dewan Periklanan Indonesia, sebuah wadah bagi pengusaha periklanan, pekerja iklan, maupun produsen yang mengiklankan produknya. EPI dibuat atas kesadaran insan

periklanan untuk menjalankan fungsi komunikasi sebagai media pendidikan, informasi, hiburan dan juga melestarikan nilai-nilai sosial.

Tabel 3.3
Triangulasi Sumber

No	Nama	Jabatan	Alasan dipilih menjadi informan
1	Siti Hairunisah, S.Pd.I.	Ustadzah/tokoh agama lingkungan tempat tinggal dan Guru (salah satu sekolah Dasar Swasta di Jakarta)	Mengerti sudut pandang agama dan seorang guru terkait iklan minuman gratis holywings.
2	Tzesar Sakti Ramadhan	Digital Strategist di salah satu perusahaan advertising di Jakarta	Mengerti tentang Strategi Digital Advertising.