

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Pendekatan atau Paradigma Penelitian

##### 3.1.1 Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang di gunakan oleh penelitti adalah *kualitatif*, peneliti berusaha memaparkan fenomena yang terjadi pada masalah yang diangkat melalui pengamatan secara alamiah dengan cara wawancara dan observasi pada subjek penelitian yang peneliti tentukan.

Menurut Bogdan dan Taylor dalam buku Metode Penelitian Kualitatif oleh Lexy tahun 2009 menyatakan bahwa definisi dari *metodologi kualitatif* adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu ketuhanan. Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan penelitian kualitatif itu didasarkan atas latar ilmiah untuk penafsiran fenomena, metode yang biasa dipakai untuk mengumpulkan data berupa informasi adalah menggunakan wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen.

Istilah yang digunakan untuk penelitian kualitatif, yaitu penelitian inkuiri naturalistik atau alamiah, etnografi, interaksionis simbolik, perspektif

ke dalam, etnometodologi, *the Chicago School*, Fenomenologis, studi kasus, interpretatif, ekologis, dan deskriptif (Bogdan dan Biklen dalam Lexy J. Moleong, 2009 : 3). Istilah-istilah diatas itu adalah pendekatan dalam penelitian kualitatif sebagai suatu cara atau suatu pandangan dari arah mana atau dari segi apa peneliti melihat fenomena yang terjadi.

Terdapat perbedaan mendasar antara peran landasan teori dalam penelitian kuantitatif dengan penelitian kualitatif. Dalam penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari teori menuju data, dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan; sedangkan dalam penelitian kualitatif peneliti bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelas, dan berakhir dengan suatu "teori". Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah membuat fakta mudah dipahami serta apabila sesuai dengan modelnya, maka dapat menghasilkan sebuah hipotesa yang baru (Gunawan, 2013:83).

Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2013:22-23) cocok digunakan untuk meneliti masalah-masalah sosial yang terjadi di masyarakat, seperti hal-hal sebagai berikut:

1. Bila masalah penelitian belum jelas, masih remang-remang atau mungkin gelap.
2. Memahami makna di balik data yang tampak.
3. Untuk memahami interaksi sosial.
4. Memahami perasaan orang lain.
5. Untuk mengembangkan teori.
6. Untuk memastikan kebenaran data.

### 7. Meneliti sejarah perkembangan (Sugiyono, 2013:22-23).

Metode penelitian kualitatif pada umumnya digunakan untuk meneliti gejala-gejala sosial yang terjadi di kalangan masyarakat yang memiliki nilai manfaat, baik bagi objek yang diteliti maupun bagi masyarakat umum.

#### 3.1.2 Jenis Penelitian

Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa penelitian kualitatif itu memiliki beberapa pendekatan sebagai suatu cara pandang atau *perspektif* si peneliti dalam melihat masalah yang diangkat. Untuk itu dalam penelitian yang dilakukan peneliti saat ini, peneliti memilih *studi kasus* sebagai pendekatan yang cocok untuk penelitian ini. Studi kasus adalah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial. Secara umum, studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* dan *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-pwistiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) didalam konteks kehidupan nyata. (Robert K. Yin, 2002 : 1 )

Bogdan (1990) mendefinisikan studi kasus sebagai kajian yang rinci atas suatu latar atau peristiwa tertentu. Robsob (1993) lebih memosisikan studi kasus sebagai suatu strategi untuk melakukan penelitian. Ary (1982) menyatakan bahwa studi kasus adalah suatu penyelidikan intensif tentang seorang individu, namun studi kasus terkadang dapat juga dipergunakan

untuk menyelidiki unit sosial yang kecil seperti keluarga, sekolah, kelompok-kelompok “*geng*” anak muda. (Muhammad Idrus, 2009 : 57)

Dalam buku Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif oleh Muhammad Idrus tahun 2009 pendekatan studi kasus biasanya seorang peneliti akan meneliti satu individu atau unit sosial tertentu secara lebih mendalam. Dengan begitu, peneliti berusaha untuk menemukan semua variabel penting yang terkait dengan diri subjek yang diteliti. Selain itu, peneliti juga meneliti bagaimana perkembangan dari subjek, penyebab terjadinya hal tersebut, perilaku keseharian subjek, dan alasan perilaku itu dilakukan, serta bagaimana perilaku berubah dan penyebab terjadi perubahan perilaku tersebut.

Karena banyaknya informasi yang akan digali dalam penelitian dengan menggunakan studi kasus ini, dengan sendirinya batas waktu yang dibutuhkan peneliti cukup lama. Hal tersebut karena peneliti harus mengumpulkan data tentang kondisi subjek masa kini, situasi yang sama pada masa lalu, lingkungan sekitarnya, dan yang lebih rumit adalah keterkaitan faktor-faktor tersebut antara satu sama lainnya.

Yin (dalam K. Yin, 2002 : 18) menyatakan bahwa, studi kasus adalah suatu inkuiri empiris yang:

- Menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana:
- Batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas; dan dimana.
- Multisumber bukti dimanfaatkan.

**Tiga tipe studi kasus yang dikenal, yaitu sebagai berikut:**

### **1. Studi Kasus Intrinsik**

Studi kasus yang menekankan pada pemahaman (*verstehen*) yang mendalam terhadap kasus tunggal yang disebabkan kasus tersebut menarik. Tujuan desain ini tidak dimaksudkan untuk memahami konstruk abstrak atau fenomena umum yang diharapkan dapat dilakukan generalisasi, melainkan lebih ditekankan pada fenomena umum yang diharapkan dapat dilakukan generalisasi, melainkan lebih dari ditekankan pada kepentingan intrinsik, dan menghilangkan generalisasi, serta tidak dimaksudkan untuk membentuk teori baru.

### **2. Studi Kasus Instrumental**

Desain studi kasus ini secara spesifik bersebrangan dengan studi kasus intrinsik. Studi kasus instrumental justru menekankan pada kasus tunggal yang dimaksudkan untuk mendeskripsikan atau menguraikan secara detail sehingga dapat membentuk satu konstruk ataupun memperbaiki teori.

### **3. Studi Kasus Kolektif**

Desain studi kasus ini sama dengan studi kasus instrumental. Perbedaannya ialah bahwa studi kasus kolektif lebih tertarik mempelajari kasus secara bersamaan, agar dapat meneliti fenomena, populasi, atau kondisi umum. Dengan begitu, studi kasus didesain kolektif ini tidak hanya mempelajari satu kasus tertentu saja tetapi beberapa kasus. (Muhammad Idrus, 2009 : 58 )

## Komponen-Komponen Desain Penelitian Studi Kasus:

### a. Pertanyaan-Pertanyaan Penelitian

Strategi studi kasus merupakan strategi yang paling cocok untuk pertanyaan-pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa”, sehingga tugas anda pertama-tama mengklasifikasi secara persis hakikat pertanyaan-pertanyaan penelitian anda.

### b. Proposisi Penelitian

Setiap proposisi mengarahkan penelitian kepada sesuatu yang harus diselidiki dalam ruang lingkup studinya.

### c. Unit Analisis

Secara fundamental berkaitan dengan masalah penentuan apa yang dimaksud dengan “kasus” dalam penelitian yang bersangkutan – suatu problem yang telah mengganggu banyak peneliti di awal studi kasusnya.

### d. Pengaitan data terhadap proposisi dan kriteria penginterpretasian temuannya

Komponen-komponen keempat dan kelima merupakan omponen yang paling kurang berkembang dalam studi kasus. Komponen-komponen ini menetengahkan tahap-tahap analisis data dalam penelitian studi kasus, dan desain penelitian perlu meletakkan dasar-dasar bagi analisis ini. (K. Yin, 2002 : 35 )

## 3.2 Subjek-Objek, Wilayah Penelitian, dan Sumber Data

### 3.2.1 Subjek-Objek Penelitian

#### Subjek Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah diuraikan oleh peneliti diatas, subjek pada penelitian ini adalah pelaku dari kegiatan *Shoutout for*

*Shoutout* itu sendiri. Pada penelitian ini peneliti memilih tiga informan untuk dijadikan sebagai subjek penelitian.

Ke tiga informan tersebut merupakan *owner* dari tiga *onlineshop* yang berbeda, yaitu “*OcithaCloting*”, “*SepasangSepatuku*”, dan “*Lucuci*”. Ketiga milik *onlineshop* ini tergabung dalam member untuk melakukan pertukaran iklan yaitu *Shoutout For Shoutout* dengan nama grup “SFSlicious”. Ketiga informan ini di pilih oleh peneliti dikarenakan hasil rekomendasi dari admin “SFSlicious” itu sendiri. Admin memilih berdasarkan tingkat keseringannya dalam melakukan kegiatan pertukaran iklan atau *Shoutout For Shoutout* serta berdasarkan dari tingkat kemampuan untuk memberikan informasi yang akurat.

Ketiga informan yang dipilih merupakan satu orang admin dari “SFSlicious”, dan dua orang anggota dari grup tersebut. Peneliti percaya bahwa ketiga informan yang telah dipilih merupakan subjek penelitian yang memiliki kredibilitas tinggi terhadap masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Peneliti menitikberatkan pada informan tersebut demi memperoleh hasil data yang akurat dan sesuai dengan tujuan yang ingin di capai oleh peneliti, hingga memperoleh hasil yang menjadi sebuah kesimpulan yang tepat.

Peneliti membagi dua jenis informan, yaitu informan utama dan pendukung. Peneliti memilih admin dari grup “SFSlicious” sebagai informan utama dikarenakan admin lebih tahu tentang aktivitas dari grup itu sendiri. serta dua orang member lain sebagai informan pendukung,

yang dapat membantu dan menguatkan informasi yang telah diperoleh sebelumnya.

### **Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dalam ruang lingkup jejaring sosial instagram dengan fokus pada *onlineshop* yang melakukan kegiatan iklan dengan metode *Shoutout For Shoutout*. Maka objek penelitian pada penelitian ini adalah kegiatan *Shoutout For Shoutout* itu sendiri, sebagai sebuah media beriklan dengan cara barter para pemilik *onlineshop*.

Kegiatan *Shoutout For Shoutout* ini biasa dilakukan oleh pemilik *onlineshop* untuk mempromosikan produknya tanpa bayaran berupa uang, hanya saja bayaran tersebut di ganti oleh jasa untuk mengiklankan kembali produk *onlineshop* lain yang saling menukar iklan. *Shoutout For Shoutout* merupakan cara baru untuk mempermudah para pemilik *onlineshop* yang ingin melebarkan jangkakan penjualannya. Harapannya dari kegiatan *Shoutout For Shoutout* adalah untuk mendapatkan banyak *followers* yang pada akhirnya para *followers* tersebut membeli produk yang mereka jajakan. Objek pada penelitian ini hanya di batasi dengan kegiatan *Shoutout For Shoutout* oleh tiga pemilik *onlineshop* dari grup yang sama yaitu “SFSlcious”. Kegiatan *Shoutout For Shoutout* ini bukan hanya saja ketika saat melakukan kegiatan barter iklan saja, melainkan terdapat *rules* yang biasa dilakukan oleh pemilik *onlineshop* sebelum melakukan kegiatan tersebut.

### 3.2.2 Wilayah Penelitian

Seperti batasan masalah yang sudah di jelaskan oleh peneliti di atas, wilayah penelitian ini dibatasi oleh lingkungan jejaring sosial yang dipakai sebagai tempat berjualan oleh *onlineshop*. Terlebih *Shouout For Shoutout* sebagai metode iklan ini hanya di pakai di jejaring sosial *instagram* saat ini. Jadi wilayah penelitian ini hanya terpaku pada jejaring sosial *instagram* sebagai lahan peneliti untuk mengobservasi perkembangan dari *Shouout For Shoutout* ini.

Kemudian jejaring sosial *instagram* ini pula di persempit lagi wilayahnya hanya sebatas dari akun *instagram* dari subjek penelitian itu sendiri, yaitu tiga orang pemilik *onlineshop* diantaranya: “@OcithaClothing”, “@Sepasangsepatuku”, dan “@Lucuci”. Kemudian juga akun *instagram* dari grup “SFSlicious” itu sendiri sebagai wilayah tambahan demi kebutuhan data agar lebih akurat.

Sedangkan lokasi penelitian yang dipakai peneliti untuk melakukan wawancara terhadap 3 orang subjek penelitian yaitu pemilik *onlineshop* dilakukan melalui media *chatting line* dengan pelaksanaan wawancara menggunakan fasilitas *voice note* yaitu rekaman suara serta *chatting* seperti biasa, wawancara dengan metode ini dilakukan sebagai perantara komunikasi jarak jauh antara peneliti dan informan. Dalam penelitian ini peneliti memiliki daerah yang berbeda pulau dan provinsi dengan subjek penelitian, yang membuat komunikasi tidak bisa dengan cara bertemu secara langsung, hal yang membuat peneliti memilih informan yang berbeda tempat dikarenakan peneliti harus memilih informan yang memiliki kredibilitas

tinggi, dan informasi yang diberikan merupakan fakta yang benar, untuk itu atas dasar seleksi pemilih mengharuskan memilih informan yang memiliki daerah yang berbeda.

### 3.2.3 Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini adalah dihasilkan dari wawancara mendalam dengan tiga orang pemilik *onlineshop*, yang biasa mengiklankan produknya di jejaring sosial *instagram* melalui *Shoutout For Shoutout*. Ketiga informan ini berperan sebagai *admin*, dan member yang berada dalam grup “*SFSLicious*”. Ketiga informan ini oleh peneliti dianggap sebagai sumber data yang kredibel dalam memberikan informasi yang benar dan dapat dipercaya.

#### Profil subjek penelitian :

1. Nama : Stefani Laksita  
 Usia : 22 tahun  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta  
 Nama Onlineshop : @Ocitaclotthing  
 Jabatan dalam Grup : Admin *SFSLicious* tingkat *Bronze*  
 Melakukan *Shoutout For Shoutout* : Sejak awal tahun 2014  
 Lama Berjualan *online* : 3 tahun
2. Nama : Ajeng Intan Pamungkas  
 Usia : 23 tahun  
 Pekerjaan : Mahasiswi  
 Nama Onlineshop : @Sepasangsepatuku  
 Jabatan dalam Grup : Member *SFSLicious* tingkat *Bronze*  
 Melakukan *Shoutout For Shoutout* : Sejak 5 bulan lalu  
 Lama Berjualan *online* : 1 tahun
3. Nama : Luciana Fransisca

Usia	: 19 tahun
Pekerjaan	: Finance dan Mahasiswi
Nama Onlineshop	: @Lucuci
Jabatan dalam Grup	: Member <i>SFSLicious</i> tingkat <i>Bronze</i>
Melakukan <i>Shoutout For Shoutout</i>	: Sejak 8 bulan lalu
Lama Berjualan <i>online</i>	: 2 tahun

### 3.3 Teknik Pengumpulan data

Terdapat dua bagian dalam teknik pengumpulan data ini, yaitu:

#### 3.3.1 Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) sebagai pengaju/pemberi pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan itu (Basrowi dan Suwandi, 2008 : 127).

Pada penelitian ini wawancara dilakukan oleh peneliti terhadap tiga orang pemilik *onlineshop* yang biasa berjualan di jejaring sosial *instagram*. Kegiatan wawancara ini dilakukan secara nonformal, yaitu dengan cara wawancara menggunakan *voice note* dalam aplikasi *line*, mereka merupakan pemilik *onlineshop* yang sejak awal sudah ditentukan oleh peneliti, dan dipilih sebagai subjek penelitian yang dapat memberikan informasi dan memiliki kredibilitas tinggi terhadap masalah yang diangkat oleh peneliti, dan sbujek penelitian yang dipilih ini dianggap sering menggunakan *Shoutout For Shoutout* sebagai metode beriklan untuk salah satu bentuk promosi mereka dalam berjualan.

Dalam kegiatan wawancara ini, peneliti bertanya mengenai *Shoutout For Shoutout* secara mendalam terhadap dua informan tersebut.

Peneliti berusaha menangkap apa yang dimaksud dan dikatakan oleh informan sebagai data yang dapat memberikan pemaparan tentang *Shoutout For Shoutout* ini.

### 3.3.2 Observasi

Menurut Burns dalam Basrowi dan Suwandi (2008:93) dengan observasi, peneliti dapat mendokumentasikan dan merefleksi secara sistematis terhadap kegiatan dan interaksi subjek penelitian.

Melalui penelitian ini, data dikumpulkan dengan mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti di lokasi penelitian, guna memperoleh data dan informasi mengenai objek penelitian. Peneliti meneliti objek berdasarkan perkembangan dan melihat dari sisi metode iklan yang di lakukan *onlineshop* di jejaring sosial *instagram*.

Dalam kegiatan observasi ini peneliti dalam waktu satu minggu terus memantau kegiatan *Shoutout For Shoutout* yang di lakukan oleh *onlineshop* lalu kemudian peneliti melihat *likers* dari foto yang di *post* oleh *onlineshop* di jejaring sosial *instagram*, setelah itu peneliti melihat perkembangan *followers* yang didapat oleh *onlineshop* setelah melakukan kegiatan *Shoutout For Shoutout*.

### 3.3.3 Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah, dan bukan berdasarkan pemikiran (Basrowi dan Suwandi, 2008 : 158). Dalam penelitian ini dokumentasi didapatkan dari hasil wawancara melalui *line*

sebagai media komunikasi dengan informan, lalu dokumentasi juga didapatkan dari pengamatan di jejaring sosial *instagram* berupa foto bukti kegiatan *Shoutout For Shoutout*.

### 3.3.4 Studi Pustaka

Pada studi pustaka ini, peneliti mencari data-data informasi, dengan cara memanfaatkan bahan-bahan dan literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian yang ada diperlukan dengan cara menelaah teori-teori, pendapat-pendapat, serta pokok-pokok pikiran berasal dari buku, majalah skripsi, tesis, disertasi, serta tulisan dari media di internet yang erat kaitannya dengan masalah penelitian yaitu mengenai pemasaran, *online marketing*, *advertising*, *bisnis online*, dll yang menjadi acuan bagi penelitian ini.

### 3.4 Teknik Analisis Data

Pada kegiatan menganalisis data, peneliti melakukan kegiatan yang pertama-tama mengorganisasikan data yang di dapat oleh peneliti berupa informasi. Informasi data yang terkumpul tersebut terdiri dari catatan lapangan dari hasil observasi peneliti, pendapat peneliti, hasil wawancara mendalam terhadap dua informan, dan sebagainya.

Setelah data dari lapangan terkumpul dengan menggunakan metode pengumpulan data di atas, maka peneliti mengolah dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis secara kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus.

Secara jelas proses analisis dan interpretasi data, dilaksanakan oleh peneliti dalam tiga komponen penting yang meliputi (1) reduksi, (2) penyajian, dan (3) kesimpulan/ verifikasi. Sedangkan tahap dan proses selengkapnya meliputi (1) Pengolahan data, yang terdiri dari kategorisasi dan reduksi data, (2) penyajian data, (3) interpretasi data dan (4) penarikan kesimpulan-kesimpulan/verifikasi. (catatan Metode Penelitian Kualitatif oleh Prof.Drs.O hasbiansyah, Msi.)

### 3.5 Uji Keabsahan Data

Untuk menetapkan keabsahan data, diperlukan teknik pemeriksaan. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menguji kredibilitas informan dengan menggunakan triangulasi sebagai uji keabsahan data. Menurut William Wiersma dalam Sugiyono (2013:125) :

*“Triangulasi is qualitative cross-validation. It assess the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data sources or multiple data collection procedures.”*

Berdasarkan metode triangulasi, peneliti memilih untuk merecheck data melalui sumbernya. Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa sumber (Sugiyono,2013:127), dalam penelitian ini maka triangulasi sumber dilakukan dengan cara memperoleh data dari membandingkan hasil wawancara informan dengan hasil wawancara pengunjung *instagram* yang melihat kegiatan *Shoutout For Shoutout* yang dilakukan oleh anggota grup *SFSLicious*. Kemudian

peneliti juga melihat perkembangan *followers* dari *instagramnya* saat *onlineshop* tersebut sedang melakukan *Shoutout For Shoutout* disesuaikan dengan pernyataan informan yang menyatakan bahwa dengan melakukan *Shoutout For Shoutout* secara rutin. Maka dari cara triangulasi sumber tersebut, peneliti mendapatkan hasil uji keabsahan data penelitian ini.

