

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Pelaksanaan penelitian dilakukan di daerah DKI Jakarta. Alasan penelitian ini memilih wilayah DKI Jakarta dikarenakan lokasi ini adalah lokasi yang memiliki populasi yang beragam dan dinamis, termasuk kalangan muda dan *millennial* yang seringkali merupakan target *audience* dari minuman *bubble tea* (Bailey, 2021). Kehadiran target audience yang relevan ini dapat membantu peneliti dalam menganalisis efektivitas promosi melalui Instagram. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2023.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini ditulis menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman pelanggan terkait efektivitas promosi minuman *bubble* Chatime di Instagram dengan model AIDA.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Kriyantono (2020), Studi kasus adalah metode penelitian yang menggunakan berbagai sumber data sebagai landasan. Hal ini digunakan untuk menyusun dan memberikan gambaran yang terstruktur dan terperinci tentang berbagai aspek individu, kelompok, organisasi, atau peristiwa.

C. Sumber Data dan Sampel Penelitian

1. Sumber Data

Data merupakan kumpulan informasi atau fakta yang dikumpulkan dan dipresentasikan dengan tujuan tertentu. Menurut Sugiyono (2019), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari informan melalui observasi dan wawancara. Menurut Sugiyono (2019), data sekunder yaitu peneliti tidak langsung menerima dari sumber data.

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer secara langsung melalui wawancara konsumen dengan rentang umur 20-29 tahun dan melakukan observasi melalui akun Instagram @Chatimeindo. Selaras dengan survei CLSA yang menyatakan bahwa 94% penduduk Indonesia dengan rentang umur 20-29 tahun menyukai dan membeli minuman *bubble* (Purswani, 2021). Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data sekunder berupa dokumentasi yang diperoleh dari Instagram Chatime. Tujuan dari wawancara dan observasi adalah untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan pertanyaan yang telah dikembangkan berdasarkan teori yang ada.

2. Sampel Penelitian

Dalam proses pengumpulan sampel, peneliti menitikberatkan pada kelengkapan informasi yang diberikan oleh responden untuk menghasilkan data yang mencerminkan informasi secara menyeluruh dan beragam. Pemilihan responden dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria yang telah ditetapkan (*purposive sampling*), bertujuan agar data yang diperoleh

tetap fokus dan tidak mengarah pada hal-hal yang tidak relevan dalam penelitian..

Menurut Sugiyono (2019), *purposive sampling* merupakan pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria dalam pemilihan responden pada penelitian ini yaitu:

- a. Responden berada di wilayah DKI Jakarta dan pengikut Instagram Chatime
- b. Responden merupakan konsumen dengan rentang umur 20-29 tahun
- c. Responden pernah melihat promosi yang diposting oleh Instagram Chatime dalam waktu 3 bulan terakhir
- d. Responden bersedia diwawancarai

Seperti yang diuraikan di atas, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5 hingga 10 individu. (Martha & Kresno, 2017) bahwa penelitian kualitatif tidak mengenal jumlah sampel minimum; penelitian kualitatif biasanya menggunakan jumlah sampel kecil. bahkan menggunakan satu informan. Jumlah informan harus memenuhi setidaknya dua persyaratan, yaitu kecukupan dan kesesuaian. Selain itu menurut Kriyantono (2020), mengungkapkan bahwa tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang fenomena melalui pengumpulan data yang mendalam. Kualitatif tidak mengutamakan jumlah populasi atau sampel, tetapi lebih fokus pada kualitas data untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019), menyatakan bahwa ada empat cara umum untuk mengumpulkan data: wawancara, observasi, dokumentasi, dan gabungan/triangulasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teknik yaitu menggabungkan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2019), Wawancara adalah suatu pertemuan antara dua orang yang dimaksudkan untuk berbagi pengetahuan dan gagasan melalui proses tanya jawab dan menciptakan arti tentang topik tertentu. Pada penelitian ini peneliti menggunakan wawancara semi-terstruktur untuk meneliti masalah secara lebih terbuka dengan memungkinkan responden untuk berbagi pendapat dan pandangan mereka. (Sugiyono, 2019). Adapun pertanyaan dalam wawancara penelitian ini yang mengadaptasi dari teori sebagai berikut:

Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Wawancara Dengan Teori AIDA

<i>Attention</i> (Perhatian)	<ul style="list-style-type: none"> • Apa yang menarik perhatian Anda dari promosi Chatime di Instagram? • Apakah ada elemen khusus dalam tampilan visual promosi @chatimeindo yang menarik perhatian Anda? • Apakah dengan kehadiran artis dapat menarik perhatian Anda terhadap pesan promosi yang disampaikan?
<i>Interest</i> (Minat)	<ul style="list-style-type: none"> • Apakah Anda merasa terganggu oleh postingan promosi Chatime yang sering muncul di beranda Instagram Anda? • Apa yang membuat Anda tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut tentang promosi Chatime? • Apa yang membuat Anda yakin pada produk yang dipromosikan di akun Instagram @chatimeindo?

<i>Desire</i> (Keinginan)	<ul style="list-style-type: none"> • Apakah ulasan Pengguna Lain Memengaruhi Keinginan Pembelian? • Apakah penawaran eksklusif memengaruhi keinginan Anda membeli produk Chatime? • Apa yang membuat Anda ingin membeli produk Chatime?
<i>Action</i> (Tindakan)	<ul style="list-style-type: none"> • Apakah Anda pernah melakukan pembelian produk Chatime setelah melihat promosi di Instagram • Apakah ada faktor lain selain promosi di Instagram yang mempengaruhi Anda untuk membeli produk Chatime? • Apakah promosi Chatime di Instagram membuat Anda ingin membagikan promosi tersebut dengan orang lain?

Sumber: (Chakti, 2019) & (Pertiwi et al., 2021) tabel diolah oleh peneliti

2. Observasi

Menurut Sugiyono (2019), Pengamatan menjadi dasar utama dalam mengembangkan pengetahuan. Saat melakukan proses observasi, informasi dikumpulkan dengan tujuan untuk meraih data yang berguna dalam menyusun kesimpulan. Dalam konteks penelitian ini, observasi dilaksanakan melalui pengamatan terhadap akun Instagram resmi @Chatimeindo. Selama proses pengamatan, segala peristiwa yang terkait dengan strategi pemasaran yang diterapkan oleh @Chatimeindo dicatat dengan cermat.

Dokumen adalah catatan tentang peristiwa yang terjadi. Ini dapat berupa teks tertulis, gambar, atau karya besar yang dibuat oleh seseorang. (Sugiyono, 2019). Dokumentasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengambil foto serta rekaman suara yang terjadi selama kegiatan wawancara dan observasi.

3. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai sumber data dan pendekatan sebelumnya. (Sugiyono, 2019). Dalam studi ini, peneliti memanfaatkan triangulasi teknik, suatu pendekatan yang

digunakan untuk menilai keabsahan data dengan cara memverifikasi informasi dari sumber yang sama, namun dengan menggunakan metode yang berbeda. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggabungkan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

E. Teknik Keabsahan Data

Dalam Penelitian, melakukan pengecekan keabsahan data menjadi hal yang penting sebagai wujud tanggung jawab untuk memastikan keandalan data yang digunakan. Menurut Sugiyono (2019), dalam penelitian kualitatif, teknik keabsahan data meliputi uji, kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas.

1. Uji Kredibilitas

Menurut Sugiyono (2019), uji kredibilitas adalah metode untuk menguji keabsahan data. Dalam penelitian kualitatif, ini dilakukan dengan memperpanjang pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, menggunakan bahan referensi, dan melakukan member *check*.

a. Memperpanjang Pengamatan

Perpanjangan waktu ini akan memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan lebih banyak informasi tentang perubahan perilaku konsumen serta menambah jangka waktu pengamatan dengan rentang umur 20-29 tahun terkait promosi Chatime di Instagram. Langkah selanjutnya adalah pencocokan data yang diperoleh dari pengamatan awal dan pengamatan ulang untuk mendapatkan data yang benar-benar kredibel. Setelah peneliti mendapatkan data yang kredibel, waktu pengamatan akan berakhir.

b. Meningkatkan Ketekunan

Dalam kasus ini, para peneliti membaca semua dokumentasi penelitian dengan tepat untuk mengidentifikasi kesalahan dan kekurangan. Untuk meningkatkan konsistensi, peneliti juga membaca berbagai referensi ke buku dan hasil penelitian yang telah diterbitkan dalam bentuk jurnal ilmiah atau dokumentasi yang berkaitan dengan temuan penelitian.

c. Melakukan Triangulasi

Metode ini digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dikumpulkan dengan membandingkan berbagai cara data dari sumber yang sama. Sebagai contoh, peneliti melakukan wawancara dengan pelanggan A yang berusia antara 20 dan 29 tahun. Jika data yang dihasilkan dari pelanggan A menggunakan wawancara, observasi, dan metode dokumentasi yang sesuai, maka data tersebut dapat dianggap dapat dipercaya.

d. Menggunakan Bahan Referensi

Data yang mendukung temuan penelitian dimaksudkan sebagai bahan referensi di sini. Sebagai contoh, informasi yang diperoleh dari wawancara harus disertakan dengan rekaman wawancara sebagai bukti. Data tentang interaksi antara pewawancara dan narasumber juga harus diperkuat dengan foto-foto yang relevan. Data akan diperkaya dan lebih dapat dipercaya dengan menggunakan sumber referensi ini.

e. Mengadakan *Member Check*.

Peneliti melakukan pengecekan member terhadap data yang diberikan oleh pemberi data. Tujuan *member check* ini adalah untuk memastikan

bahwa informasi yang diperoleh peneliti dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan maksud sumber data atau informan.

2. Uji Transferabilitas

Uji transferabilitas menunjukkan seberapa akurat atau relevan hasil penelitian dalam populasi yang diuji. (Sugiyono, 2019). Oleh karena itu, Uji transferabilitas adalah sebuah metode pengujian validitas data yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana hasil penelitian dapat digunakan dalam berbagai situasi atau lokasi. Dalam penyusunan laporan penelitian, peneliti merangkum temuan di lapangan secara sistematis, rinci, dan dengan jelas. Jika pembaca penelitian dapat memahami peneliti dengan jelas, maka penelitian ini memenuhi standar transferabilitas.

3. Uji *Dependability* (Reliabilitas)

Dalam konteks penelitian kualitatif, reliabilitas sering disebut sebagai dependabilitas. Suatu studi dianggap handal jika orang lain mampu mengulangi atau mereplikasi langkah-langkah penelitian tersebut. Proses pemeriksaan dependabilitas dalam penelitian kualitatif biasanya melibatkan audit terhadap semua tahapan penelitian. (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, dilakukan pemeriksaan menyeluruh terhadap seluruh proses penelitian. Pemeriksaan tersebut perlu dilakukan oleh pihak auditor independen atau dosen pembimbing secara bersama-sama, dengan tujuan untuk memeriksa seluruh kegiatan penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dalam Sugiyono (2019), mengatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis serta menggunakan referensi seperti catatan lapangan dan wawancara. Ini membuat data mudah dipahami dan hasilnya dapat dikomunikasikan. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2019), menjelaskan bahwa dalam analisis data kualitatif, kegiatan dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga selesai, sehingga data mencapai kejenuhan. Proses analisis data termasuk reduksi (*data reduction*), penyajian (*data display*), dan kesimpulan (*drawing/verifikasi conclusion*).

1. Reduksi data

Peneliti akan segera menganalisis data yang dikumpulkan di lokasi penelitian. Mereduksi data berarti merangkum, mengambil inti dari informasi, mengidentifikasi tema dan pola, dan menghilangkan yang tidak penting. Dengan demikian, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data tambahan.

2. Penyajian data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat berupa diagram, *flowchart*, deskripsi singkat, diagram, dan sebagainya. (Sugiyono, 2019). Tujuan dari penyajian data disini adalah untuk membantu pembaca dalam memahami data dengan lebih mudah

3. Menarik kesimpulan

Menarik kesimpulan adalah langkah terakhir dalam proses analisis data. Di sini, data yang dikumpulkan disusun dan dirangkai antara satu sama lain untuk menghasilkan kesimpulan yang menjawab masalah penelitian. Dalam penelitian ini, kesimpulan yang dibuat hanya dapat diterima jika didukung oleh bukti yang kuat dan konsisten.