

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Peneliti melakukan penelitian pada wilayah DKI Jakarta. Alasan memilih lokasi ini dikarenakan sebagai pusat metropolitan, Jakarta bagaikan wadah peleburan berbagai golongan di Indonesia. Hal ini tercermin dalam komposisi penduduk Jakarta yang sangat beragam berdasarkan demografinya, termasuk generasi Z dan milenial yang sedang mendominasi saat ini (dppapp.jakarta.go.id, 2023). Keberadaan target tersebut sangat relevan dan dapat membantu peneliti mendapatkan pengetahuan lebih dalam perihal strategi komunikasi pemasaran TOMORO Coffee melalui media sosial TikTok.

2. Waktu

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei hingga Juni 2024 dengan metode pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Data yang diperoleh akan digunakan sebagai data primer untuk penelitian ini.

B. Desain Penelitian

Penulisan dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif untuk mencapai pemahaman mendalam mengenai pengalaman pelanggan terhadap strategi komunikasi pemasaran TOMORO Coffee melalui media sosial TikTok.

Dalam penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Menurut Fiantika *et al.* (2022) studi kasus adalah jenis penelitian kualitatif yang meneliti program, aktivitas, peristiwa, atau kelompok tertentu dalam situasi spesifik. Penelitian ini secara umum digunakan untuk mengamati latar belakang, keadaan, dan interaksi yang terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengamati latar belakang, kondisi, dan interaksi yang terjadi secara menyeluruh.

C. Sumber Data dan Sampel Penelitian

1. Sumber Data

Data adalah fakta atau informasi yang terhimpun dan tersaji dengan maksud tertentu. Berdasarkan sumber datanya, mengumpulkan data dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui sumber primer dan sekunder. Sumber primer menghadirkan data langsung melalui wawancara, eksperimen atau observasi. Sedangkan, sumber sekunder menyajikan data tidak langsung, seperti melalui perantara atau dokumen (Sugiyono, 2022).

Untuk memperoleh data primer, penelitian ini melibatkan wawancara langsung dengan narasumber berusia 12-27 tahun, serta observasi akun TikTok resmi TOMORO Coffee @tomorocoffee.id. Mendukung temuan survei Jakpat (2023) yang menunjukkan bahwa generasi Z dengan rentang usia 12-27 tahun paling banyak 47% mengonsumsi kopi susu dari *coffee shop* dibanding generasi lainnya. Sedangkan, pada data sekundernya, peneliti mengumpulkan dengan bentuk dokumentasi yang dihasilkan dari TikTok TOMORO Coffee. Melalui

wawancara dan observasi, peneliti menggali informasi yang relevan dengan pertanyaan penelitian yang dirumuskan berdasarkan teori yang telah dikaji.

2. Populasi

Dalam konteks penelitian, populasi adalah kumpulan lengkap individu, objek, atau kejadian yang menjadi fokus penelitian, dengan karakteristik yang terdefinisi dan relevan dengan pertanyaan penelitian (Asrulla *et al.*, 2023). Menurut Spradley dalam Sugiyono (2022), penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah "populasi", melainkan "situasi sosial" yang terdiri dari tiga elemen yaitu tempat, pelaku, dan aktivitas yang saling berkaitan. Peneliti memilih tempat sebagai populasi dalam penelitian ini, yaitu pada wilayah DKI Jakarta.

3. Sampel Penelitian

Proses pengambilan sampel penelitian difokuskan pada kelengkapan informasi dari narasumber untuk menghasilkan data yang komprehensif dan beragam. Pemilihan narasumber yang terarah (*purposive sampling*) dilakukan demi menjaga fokus data dan menghindari informasi yang tidak relevan dengan penelitian. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022). Berikut adalah kriteria yang digunakan untuk memilih narasumber dalam penelitian ini:

- a. Narasumber yang berada di DKI Jakarta dan mengikuti akun TikTok TOMORO Coffee.

- b. Narasumber telah melihat konten yang dipublikasikan oleh TikTok TOMORO Coffee dalam kurun waktu 3 bulan terakhir.
- c. Narasumber adalah konsumen dengan batas usia 12-27 tahun.

Sebagaimana dijelaskan di atas, penelitian ini menggunakan 14 informan sebagai sampel. Menurut (Asrulla *et al.*, 2023) penelitian kualitatif tidak memiliki ketentuan baku mengenai jumlah sampel minimum. Biasanya, penelitian ini menggunakan sampel kecil, bahkan terkadang hanya satu informan saja. Penentuan jumlah informan dalam penelitian kualitatif bergantung pada dua syarat utama, yaitu kecukupan dan kesesuaian. Kualitatif tidak berfokus pada kuantitas sampel, melainkan pada kualitas data untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data, yaitu:

1. Observasi

Nasution menyatakan dalam Sugiyono (2022) bahwa observasi merupakan akar dari ilmu pengetahuan, di mana fakta diperoleh melalui observasi. Melalui observasi, data dikumpulkan dengan tujuan memperoleh informasi yang kemudian diolah untuk menghasilkan diagnosis atau kesimpulan. Pada penelitian ini, observasi yang dilakukan adalah pengamatan pada akun TikTok resmi @tomorocoffee.id. Dalam fase observasi, peneliti mencatat secara detail

setiap kejadian yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang dijalankan oleh @tomorocoffee.id.

2. Wawancara

Esterberg mengatakan dalam Sugiyono (2022) wawancara merupakan pertemuan antara dua pihak, bertukar gagasan dan informasi melalui tanya jawab, memungkinkannya untuk membangun pemahaman yang mendalam terkait topik tertentu. Peneliti menerapkan metode wawancara semi terstruktur dalam penelitian ini guna mendorong narasumber untuk secara terbuka membagikan sudut pandang dan pemikiran mereka (Sugiyono, 2022). Berikut pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara penelitian ini yang disusun berdasarkan teori:

Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Pihak TOMORO Coffee

Elemen/Faktor	Indikator	Pertanyaan Wawancara	Sumber
<i>Attention</i>	Frekuensi konten	Apakah saja media sosial yang digunakan TOMORO Coffee sebagai alat pemasarannya?	(Fadhli, 2023)
	Visualisasi iklan yang menarik	Konten seperti apa yang paling menarik bagi konsumen TOMORO Coffee di media sosial?	
<i>Interest</i>	Kejelasan pesan	Apakah TOMORO Coffee dapat menyediakan informasi yang mudah dipahami?	
	Efektivitas media	Apakah TOMORO Coffee mengikuti tren media sosial untuk menarik minat konsumen?	
<i>Desire</i>	Perolehan informasi dari iklan	Apakah ada media sosial tertentu yang sering ditanyakan konsumen untuk promo?	
	Minat konsumen atas iklan	Promo seperti apa yang banyak ditanyakan oleh konsumen?	
<i>Action</i>	Frekuensi pembelian	Apakah ada konsumen yang membeli karena promo dari Tiktok?	

	Keyakinan untuk membeli produk	Apa cara yang dilakukan untuk meyakinkan konsumen untuk membeli produk?	
--	--------------------------------	---	--

Sumbr: Tabel diolah oleh penulis (2024)

Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Narasumber

Elemen/Faktor	Indikator	Pertanyaan Wawancara	Sumber
<i>Attention</i>	Pesan yang disampaikan	Apakah konten TikTok TOMORO Coffee yang paling menarik perhatian Anda?	(Febrianti & Rambe, 2023)
	Visualisasi Iklan	Adakah elemen visual tertentu dari konten tersebut yang membuatnya menonjol?	
<i>Interest</i>	Kejelasan pesan	Menurut Anda, apakah konten TOMORO Coffee di TikTok terlalu berlebihan?	(Pranantya <i>et al.</i> , 2022)
	Persepsi konsumen	Apakah yang membuat anda yakin dari produk yang dipromosikan oleh akun TikTok @tomorocoffee.id	(Febrianti & Rambe, 2023)
<i>Desire</i>	Kepercayaan konsumen pada produk	Apakah <i>review</i> konsumen lain mempengaruhi keinginan Anda untuk membeli?	(Febrianti & Rambe, 2023)
	Informasi keunggulan produk	Apakah diskon eksklusif membuat Anda ingin membeli produknya?	(Pranantya <i>et al.</i> , 2022)
<i>Action</i>	Frekuensi pembelian	Apakah Anda pernah membeli TOMORO Coffee setelah melihat konten promosi di TikTok?	(Febrianti & Rambe, 2023)
	Keyakinan untuk membeli	Selain promosi, adakah hal lain yang mempengaruhi Anda agar membeli produknya?	

Sumber: Tabel diolah oleh penulis (2024)

3. Dokumentasi

Menurut Zuriah dalam Fiantika *et al.* (2022) bahwa dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang berfokus pada sumber tertulis. Dokumentasi terdapat dalam bentuk arsip, buku teori, dalil, pendapat, hukum, dan lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Proses dokumentasi penelitian ini melibatkan pengambilan rekaman suara dan foto selama kegiatan observasi dan wawancara.

E. Teknik Keabsahan Data

Pada penelitian, memverifikasi keabsahan data menjadi langkah penting guna menjamin keakuratan informasi yang dianalisis. Sugiyono (2022) menyatakan bahwa memastikan keabsahan data pada penelitian kualitatif membutuhkan serangkaian pengujian, yaitu kredibilitas, transferabilitas, dan dependabilitas.

1. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas merupakan penilaian kepercayaan perihal hasil data dari penelitian kualitatif yang dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti memperpanjang durasi pengamatan, meningkatkan ketekunan penelitian, triangulasi metode pengumpulan data, berdiskusi dengan rekan seprofesi, mengamati kasus negatif, dan melakukan pengecekan kembali data kepada narasumber.

2. Uji Transferabilitas

Transferabilitas merupakan uji validitas eksternal dalam penelitian kuantitatif yang mengukur sejauh mana hasil penelitian dapat digeneralisasi dan diterapkan pada populasi yang lebih luas di mana sampel penelitian diambil. Dalam menyusun penelitian, peneliti perlu menghadirkan uraian yang terperinci, jelas, terstruktur, dan terpercaya. Hal ini bertujuan untuk membantu pembaca memahami hasil penelitian dengan baik, sehingga mereka dapat memutuskan apakah hasil penelitian tersebut dapat diterapkan di konteks lain.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Sugiyono (2022) merupakan sebuah proses yang melibatkan pencarian dan penyusunan data yang dihasilkan dari berbagai sumber seperti wawancara, data lapangan, dan bahan-bahan lainnya secara sistematis. Tujuannya adalah untuk memudahkan pemahaman data dan memungkinkan penyampaian temuan kepada pihak lain. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2022) menyatakan bahwa analisis data kualitatif melibatkan proses interaktif yang berkelanjutan hingga data terselesaikan. Proses ini terdiri dari tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan.

1. Reduksi Data

Mereduksi data sama halnya dengan proses penyederhanaan data dengan cara merangkum, menyeleksi, dan memfokuskan pada aspek-aspek penting. Oleh karena itu, maka reduksi data menghasilkan gambaran yang lebih jelas, sehingga memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data lanjutan dan pencarian data yang diperlukan (Sugiyono, 2022).

2. Penyajian Data

Setelah mereduksi data, tahap selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan bentuk lain yang sejenis (Sugiyono, 2022). Penyajian data ini bertujuan untuk memfasilitasi pemahaman data yang lebih mudah bagi pembaca.

3. Verifikasi/Kesimpulan

Tahap terakhir adalah penarikan atau verifikasi kesimpulan, yang bertujuan untuk menghasilkan temuan baru dan orisinal yang belum pernah ada sebelumnya. Melalui proses penyusunan dan perangkaian data yang dikumpulkan, penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang menjawab pertanyaan penelitian. Namun, kesimpulan tersebut hanya dapat diterima jika didukung oleh bukti-bukti yang kuat dan konsisten.

