

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Tempat Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Kebab Gendats di Pondok Surya Mandala, Kecamatan Bekasi Selatan, Kelurahan Jakamulya. Alasan pemilihan tempat penelitian dikarenakan lokasinya strategis, dan mudah dijangkau.

##### **2. Waktu penelitian**

Waktu yang digunakan untuk penelitian ini dilaksanakan dari bulan Agustus 2023 sampai selesainya pengumpulan data melalui interview kepada pihak Kebab Gendats dan Konsumen atau penikmat Kebab Gendats.

#### **B. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan AIDA dengan metode kualitatif, yaitu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, gambar, bukan angka, dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati menurut pedoman AIDA. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dipakai untuk meneliti keadaan objek yang alamiah. Sedangkan menurut Mutiara (2021) model AIDA merupakan singkatan dari *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action* yang

digunakan untuk melakukan analisa pola pikir konsumen terhadap produk setelah melihat pesan promosi melalui media.

Menurut Arianto (2023) dalam penelitiannya “Kebermanfaatan Media Sosial Bagi Generasi Internet: Studi Fenomenologi” Fenomenologi adalah studi di mana peneliti mengeksplorasi fenomena (kasus) tertentu pada waktu dan aktivitas tertentu (program, peristiwa, proses, organisasi atau kelompok sosial) dan mengumpulkan informasi. Pendekatan fenomenologis bertujuan untuk menjelaskan secara rinci berbagai pengalaman yang berbeda pada generasi internet dalam menggunakan media sosial untuk kegiatan sehari-harinya.

Data yang dikumpulkan peneliti berupa dokumentasi video, foto, dan rekaman suara. Penyajian data yang berasal dari informasi tersebut diinterpretasikan secara tepat dan jelas. Dengan demikian tujuan penelitian ini untuk mengetahui efektivitas promosi di media sosial Instagram Kebab Gendats dengan model AIDA.

**Tabel 3.1 Instrumen Penelitian**

Dimensi	Indikator	Pertanyaan Wawancara (untuk kebab Gendats)	Pertanyaan Wawancara (untuk konsumen)	Sumber
---------	-----------	---	--	--------

<i>Attention/Perhatian</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperhatikan informasi produk di instagram</li> <li>2. Memperhatikan promosi diskon di instagram</li> <li>3. Memperhatikan testimoni di instagram</li> <li>4. Memperhatikan tempat suasana restoran di instagram</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah Anda rutin memperbarui informasi produk Kebab Gendats di Instagram?</li> <li>2. Bagaimana cara Anda untuk mengevaluasi efektivitas promosi diskon Kebab Gendats di Instagram?</li> <li>3. Apakah Anda aktif mengumpulkan dan memposting testimoni pelanggan di Instagram Kebab Gendats?</li> <li>4. Bagaimana cara Anda menggambarkan suasana restoran Kebab Gendats di Instagram untuk menarik pelanggan?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah anda memperhatikan informasi produk Kebab Gendats melalui Instagram?</li> <li>2. Apakah anda memperhatikan promosi diskon di Instagram Kebab Gendats?</li> <li>3. Apakah anda memperhatikan testimoni di Instagram Kebab Gendats?</li> <li>4. Apakah anda memperhatikan tempat suasana restoran di Instagram?</li> </ol>	Virgioni dkk (2020), Khairani dkk (2018)
<i>Interest/Ketertarikan</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjadi pengikut di instagram</li> <li>2. Menyalakan notifikasi akun instagram</li> <li>3. Tertarik untuk mendapatkan informasi dari instagram</li> <li>4. Tidak keberatan melihat informasi di instagram</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah Anda memiliki strategi khusus untuk meningkatkan jumlah pengikut di Instagram Kebab Gendats?</li> <li>2. Bagaimana cara Anda untuk mendorong pengikut/followers menyalakan notifikasi akun Instagram Kebab Gendats?</li> <li>3. Bagaimana cara Anda agar memastikan konten Instagram Kebab Gendats menarik dan relevan bagi pengikut?</li> <li>4. Apakah Anda mempertimbangkan sensitivitas pelanggan saat memposting informasi di Instagram Kebab Gendats?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah anda menjadi pengikut di Instagram Kebab Gendats?</li> <li>2. Apakah anda menyalakan notifikasi akun Instagram Kebab Gendats?</li> <li>3. Apakah anda tertarik untuk mendapatkan informasi dari Instagram Kebab Gendats?</li> <li>4. Apakah anda keberatan melihat informasi di Instagram Kebab Gendats?</li> </ol>	Virgioni dkk (2020), Khairani dkk (2018)
<i>Desire/Keinginan</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berkeinginan mencoba produk</li> <li>2. Mencari tahu cara pemesanan</li> <li>3. Mengajak kerabat/keluarga untuk membeli</li> <li>4. Bersedia membayar lebih</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana cara Anda untuk mengukur dampak promosi di Instagram terhadap keinginan pelanggan untuk mencoba produk Kebab Gendats?</li> <li>2. Apakah Anda menyediakan informasi yang jelas tentang cara pemesanan produk di Instagram Kebab Gendats?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah setelah melihat promosi di Instagram Kebab Gendats anda berkeinginan mencoba produk Kebab Gendats?</li> <li>2. Apakah setelah melihat promosi di Instagram Kebab Gendats anda mencari tahu cara pemesanan Kebab Gendats?</li> </ol>	Virgioni dkk (2020), Khairani dkk (2018)

		3. Apakah Anda memanfaatkan promosi di Instagram untuk mendorong pelanggan mengajak kerabat/keluarga membeli produk? 4. Apakah Anda mengamati peningkatan kesediaan pelanggan untuk membayar lebih setelah melihat promosi di Instagram?	3. Apakah setelah melihat promosi di Instagram Kebab Gendats anda mengajak kerabat/keluarga untuk membeli Kebab Gendats? 4. Apakah setelah melihat promosi di Instagram Kebab Gendats anda bersedia membayar lebih Kebab Gendats?	
<i>Action/ Tindakan</i>	1. Promosi mampu meyakinkan untuk melakukan pembelian 2. Iklan terbaru membuat ingin segera membeli 3. Selalu mencari tahu informasi terbaru 4 Suka berinteraksi dengan fitur instagram	1. Bagaimana Anda menilai keefektifan promosi Instagram dalam mendorong pembelian? 2. Apakah Anda memantau respons pelanggan terhadap iklan promosi di Instagram dan seberapa cepat mereka bereaksi? 3. Bagaimana cara Anda untuk memastikan informasi terbaru selalu tersedia di Instagram Kebab Gendats? 4. Bagaimana cara Anda untuk memanfaatkan fitur interaktif di Instagram untuk meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan?	1. Apakah promosi Instagram Kebab Gendats mampu meyakinkan anda untuk melakukan pembelian? 2. Apakah Iklan promosi Instagram Kebab Gendats membuat anda ingin segera memeli produk Kebab Gendats? 3. Apakah anda selalu mencari tahu informasi terbaru dari Instagram Kebab Gendats? 4. Apakah anda suka berinteraksi dengan Instagram Kebab Gendats dengan fitur yang ada di Instagram?	Virgioni dkk (2020), Khairani dkk (2018)

### C. Sumber Data dan Sampel Penelitian

Pada Penelitian ini terdapat dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder:

#### 1. Data Primer

Untuk pengumpulan data primer menggunakan dengan cara observasi, dan wawancara. Sumber data primer adalah sumber data yang menyediakan

data secara langsung kepada pengumpul data. Sumber data primer dapat berupa pendapat subjek penelitian atau secara individu atau kelompok. Dalam penelitian ini, sumber data primer yang digunakan adalah hasil wawancara dan observasi secara langsung tentang penggunaan akun @Kebabgendats terhadap jejaring sosial Instagram sebagai media beriklan.

Proses wawancara dilakukan dengan datang langsung ke toko Kebab Gendats yang berada di Pondok Surya Mandala, kemudian peneliti meminta izin kepada pihak Kebab Gendats untuk meminta tempatnya untuk wawancara dan dokumentasi. Kemudian peneliti melakukan wawancara kepada karyawan dan Konsumen Kebab Gendats dengan pertanyaan yang sudah disiapkan peneliti. Setelah selesai mewawancarai, peneliti tidak lupa mengucapkan terimakasih dan memberikan sedikit bingkisan sebagai tanda ucapan terimakasih.

## 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan atau data yang diperoleh dari sumber kedua atau data tambahan dari data primer. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari Instagram Kebab Gendats, dokumentasi berupa foto, video dan jurnal-jurnal terdahulu yang berkaitan dengan masalah penelitian, khususnya mengenai efektivitas promosi Instagram @Kebabgendats.

Pada penelitian ini data sekunder didapatkan dengan cara meminta beberapa data seperti *insight* di instagram Kebab Gendats dengan meminta izin kepada pemiliknya, dan mengamati kenaikan dan penurunan yang terjadi di instagram Kebab Gendats.

Adapun kriteria-kriteria yang akan dijadikan sebagai sampel penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Sample Penelitian**

No	Keterangan
1.	Berdomisili di wilayah Bekasi Selatan
2.	Merupakan <i>followers</i> Instagram Kebab Gendats
3.	Pernah melakukan pembelian Kebab Gendats

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Umumnya penelitian kualitatif menggunakan jumlah sampel kecil. Bahkan pada kasus tertentu menggunakan hanya satu informan saja. Setidaknya ada dua syarat yang harus dipenuhi dalam menentukan jumlah informan yaitu kecukupan dan kesesuaian. Selain itu Kriyantono (2020) juga mengungkapkan bahwa riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya dan tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampel, namun lebih menekankan pada kualitas data dalam hal kedalaman pemahaman.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data merupakan metode analisis data yang independen atau bahkan menjadi alat utama dalam metode dan teknik analisis data. Untuk mendapatkan data yang akan didalami, ada beberapa teknik pengumpulan data.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan bentuk wawancara seperti percakapan yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi atau dapat dipahami sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertanya dan menjawab pertanyaan antara penelitian dan objek penelitian. Tujuan wawancara adalah untuk menemukan apa yang tersembunyi dalam pikiran dan hati orang lain, bagaimana mereka memandang dunia, yaitu hal-hal yang tidak diketahui peneliti melalui observasi.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini meliputi penggunaan teknik wawancara mendalam, yaitu teknik pengumpulan data atau informasi secara langsung dan langsung dengan narasumber atau informan untuk memperoleh informasi yang utuh dan menyeluruh. Wawancara dilakukan kepada pengelola akun Instagram @Kebabgendats dan pengikut Instagram @Kebabgendats. Total Narasumber yang dibutuhkan sebanyak 13 orang yang terdiri, 1 owner dan konsumen kebab gendats sebanyak 12 orang.

## E. Teknik Keabsahan Data

Teknik Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan sebuah penelitian apakah benar benar penelitian ilmiah dan sekaligus mengecek data yang di peroleh (Radika, 2023). Teknik Keabsahan data merupakan alat atau instrumen untuk mengukur keakuratan pada proses penelitian. Nilai data pada penelitian kualitatif adalah tingkat keakuratan antara data yang terkandung dalam subjek dan kekuatan yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Adapun teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *credibility*, uji *transferability*, dan uji *dependability*.

### 1. Uji *Credibility*

Uji *Credibility* atau Uji Kepercayaan merupakan data penelitian yang disajikan peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak dipertanyakan sebagai karya ilmiah. Dalam penelitian ini, keandalan data diperiksa dengan triangulasi. Menurut Sugiyono (2019), triangulasi yang digunakan untuk memeriksa keandalan ini diartikan sebagai pemeriksaan data dari berbagai sumber dengan cara yang berbeda dan waktu yang berbeda.

1. Triangulasi Sumber, peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk menguji keandalan data yang diperoleh dari laporan pihak Kebab Gendats Pondok surya mandala, seperti *insight* instagram kebab gendats.
2. Triangulasi Teknik, peneliti menggunakan teknik untuk mengamati langsung strategi Kebab Gendats dengan menggunakan wawancara dan



observasi langsung melalui pihak kebab gendats. Seperti bagaimana kebab gendats mempromosikan produknya di instagram.

3. Triangulasi Waktu, dalam penelitian ini dilakukan wawancara dengan waktu sore hari dengan memperhatikan karyawan kebab gendats yang biasanya di pagi/malam hari memiliki kegiatan yang padat atau ramainya pembeli.

4. Peneliti menggunakan bahan referensi untuk merekam proses wawancara dengan informan dengan persetujuan dan mendokumentasikannya dalam bentuk foto untuk memberikan keyakinan bahwa peneliti benar-benar melakukan wawancara dengan informan.

## 2. Uji *Transferability*

Uji transferabilitas ini menjawab pertanyaan tentang seberapa baik temuan penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain. Oleh karena itu, agar hasil penelitian dapat dipahami orang lain, maka peneliti yang menulis laporan harus memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya.

Dalam uji *transferability* peneliti menulis kembali hasil dari wawancara dalam format naskah dengan menggunakan kata-kata dan bahasa yang sesuai dengan rekaman sehingga pembaca dapat memperoleh informasi dari temuan penelitian ini. Naskah tersedia di lampiran penelitian ini.

### 3. Uji *Depenability*

Uji reliabilitas dilakukan untuk memverifikasi keandalan dan kepastian data dengan memeriksa proses penelitian dan hasilnya. Dalam penelitian ini, Peneliti melibatkan dosen pembimbing untuk memastikan apakah peneliti benar-benar melakukan wawancara kepada narasumber dengan cara meninjau dokumen dan catatan peneliti sejak wawancara dilakukan. Dosen pembimbing juga akan memberikan instruksi dan memeriksa daftar pertanyaan untuk ditanyakan peneliti kepada narasumber sebelum melakukan wawancara. Daftar pertanyaan tersedia di lampiran penelitian.

## **F. Teknik Analisa Data**

Noeng Muhadjir mengatakan, analisis data adalah suatu upaya untuk mencari dan mengatur secara sistematis catatan observasi, wawancara dan sejenisnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap bidang studi kasus dan menyajikannya sebagai temuan kepada orang lain. Sementara itu, untuk memperkuat pemahaman tersebut, analisis harus terus dilakukan untuk mencari makna

### 1. *Reduction Data* (Data Reduksi)

Data reduksi merupakan proses pemilihan, penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data yang muncul dari catatan lapangan dan berlangsung terus menerus selama pengumpulan data. Reduksi data adalah bagian analisis yang menyaring, mengkategorikan, mengorientasikan, menghilangkan data

yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sehingga kesimpulan dapat ditarik dan diverifikasi.

## 2. *Display Data* (Penyajian Data)

Display data merupakan proses pembuatan laporan tentang data yang ditemukan. Dengan menyajikan data, lebih mudah memahami apa yang terjadi, merencanakan tindak lanjut pekerjaan berdasarkan apa yang dipahami. Menurut Sugiyono (2019) penyajian data dapat berupa uraian singkat, diagram, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan lain-lain.

## 3. *Conclusion* (Kesimpulan)

Kesimpulan merupakan fokus temuan penelitian yang menggambarkan pendapat akhir berdasarkan uraian sebelumnya. Dengan demikian, temuan-temuan penelitian kualitatif mungkin pada awalnya dapat memuaskan rumusan masalah, namun bisa juga tidak, karena permasalahan dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang selama peneliti berada di lapangan.