BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di usaha kuliner Mie Padeh Lasuah yang berlokasi di Gg. Swadaya No. 33, Campago Ipuh, Kecamatan Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26137. Objek pada penelitian ini berfokus pada penggunaan *social media marketing* Instagram usaha kuliner Mie Padeh Lasuah. Penelitian ini dilakukan pada Instagram Mie Padeh Lasuah karena adanya permasalahan penurunan penjualan pada tahun 2020 hingga 2022, serta kurangnya pengetahuan yang dimiliki pemilik Mie Padeh Lasuah tentang penggunaan *social media marketing* yang tepat.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pendekatan kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan suatu situasi atau kejadiaan yang sedang berjalan pada saat penelitian dilakukan (Untari, dkk., 2018). Penelitian kualitatif dapat menunjukkan kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisme organisasi, pergerakan sosial, dan hubungan kekerabatan. Beberapa data dapat diukur melalui data sensus, tetapi analisisnya tetap analisis data kualitatif (Sidiq, dkk., 2019).

Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh formulasi *social media marketing* Instagram pada Mie Padeh Lasuah. Dengan penelitian kualitatif peneliti mampu membuat gambaran secara deskriptif, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara kejadian yang diselidiki peneliti dalam penelitian ini.

3.2.2 Desain Penelitian

Menurut Yusanto (2019), penelitian kualitatif memiliki ragam pendekatannya tersendiri, sehingga peneliti dapat memilih berbagai ragam pendekatan tersebut untuk menyesuaikan dengan objek yang akan ditelitinya.

Muhammad Zaki Nindri, 2023
ANALISIS PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM PADA MIE PADEH LASUAH KOTA BUKITTINGGI
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dalam penelitian kualitatif, analisis data harus dilakukan dengan teliti agar data-data yang sudah diperoleh mampu dinarasikan dengan baik, sehingga menjadi hasil penelitian yang layak (Fadli, 2021). Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Terdapat beberapa tahapan dalam penelitian ini, sehingga terbentuk bagaimana alur penelitian kualitatif ini akan dijalankan, yaitu:

1) Tahap Perencanaan

   Sebelum dilakukan penelitian, peneliti menyusun rancangan kegiatan yang akan dilakukan. Adapun rancangan kegiatan yang dilakukan peneliti yaitu penyusunan rancangan awal penelitian, penetapan tempat penelitian, perumusan, dan identifikasi masalah fokus pada penggunan *social media marketing* Instagram Mie Padeh Lasuah.

2) Tahap Pelaksanaan

   Pada penelitian ini, peneliti mulai menghimpun data informasi dan melaksanakan penelitian ke objek penelitian. Sumber dan teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer berupa observasi di Mie Padeh Lasuah, setelah itu melaksanakan wawancara terstruktur dengan pemilik usaha kuliner Mie Padeh Lasuah. Peneliti juga menggunakan data sekunder sebagai sumber dan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi di Mie Padeh Lasuah dan studi literatur berupa jurnal, *e-book*, penelitian sebelumnya dan lain - lain.

3) Tahap Gambaran Mengenai Penggunaan *Social Media Marketing*

   Tahap gambaran dilakukan setelah peneliti melakukan pengumpulan data pada tahap sebelumnya. Gambaran penggunaan *social media marketing* Instagram dilakukan pada Mie Padeh Lasuah. Sehingga dapat diketahui bagaimana gambaran penggunaan *social media marketing* Instagram yang ada pada Mie Padeh Lasuah.

4) Tahap Identifikasi *Social Media Marketing*

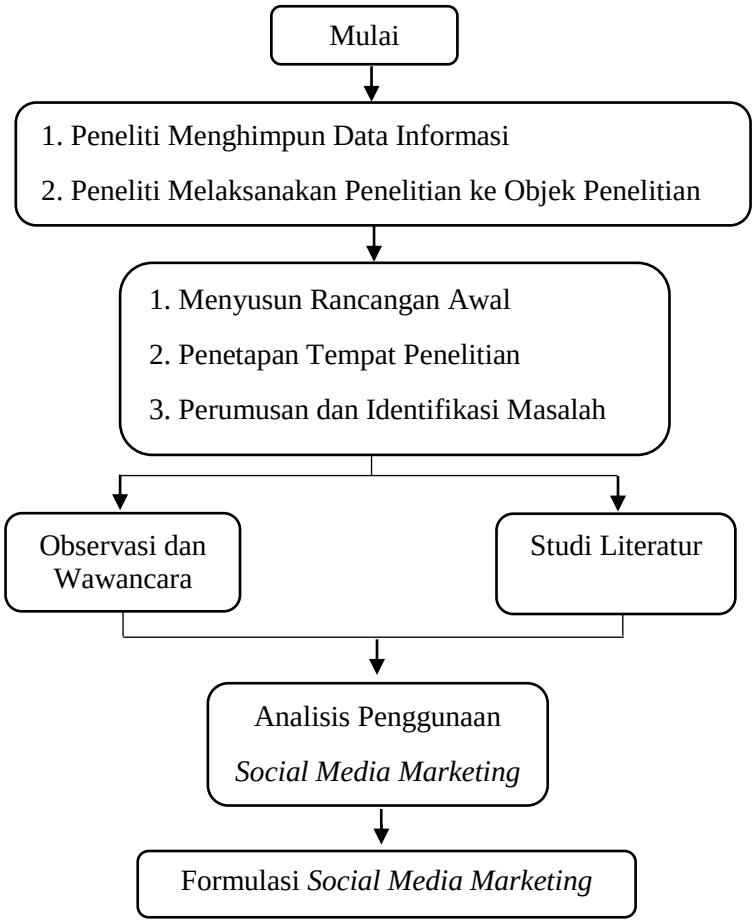
   Tahap identifikasi dilakukan setelah peneliti mengetahui bagaimana gambaran penggunaan *social media marketing* Instagram yang ada pada Mie Padeh Lasuah. Identifikasi *social media marketing* dilakukan pada

Instagram Mie Padeh Lasuah. Sehingga dapat diketahui bagaimana identifikasi *social media marketing* Instagram Mie Padeh Lasuah.

5) Formulasi *Social Media Marketing* Baru

Setelah melakukan identifikasi *social media marketing* Instagram Mie Padeh Lasuah maka akan terbentuknya formulasi baru berdasarkan analisis *social media marketing* yaitu *content creation, content sharing, connecting,* dan *community building.*

Dari pemaparan di atas, didapatkan gambaran alur prosedur penelitian sebagai berikut:



Gambar 3.1 Alur Prosedur Penelitian

3.3 Sumber dan Alat Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu:

1) Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan secara internal atau secara langsung melalui observasi dan wawancara, dan lain-lain (Siregar, dkk., 2022). Data primer pada penelitian ini merupakan observasi dan hasil wawancara langsung terhadap pemilik usaha kuliner Mie Padeh Lasuah terkait penggunaan *social media marketing* Instagram.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi atau data yang berasal dari luar dan diperoleh melalui referensi eksternal, termasuk buku, artikel, jurnal, dan sumber lainnya. (Siregar, dkk., 2022). Data sekunder pada penelitian ini merupakan *e-book*, buku, jurnal, dokumentasi, atau sumber literatur yang berkaitan dengan *digital marketing*, *social media marketing*, struktur penulisan karya ilmiah dan data – data yang terkait pada skripsi ini.

3.3.2 Alat Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu:

1) Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengumpulan data dengan menggunakan pancaindera (penglihatan, penciuman, dan pendengaran) untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi, atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran langsung suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian (Rahardjo, 2011). Observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Mengamati proses pembuatan produk. Dalam hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tahap demi tahap dalam membuat produk-produk usaha kuliner Mie Padeh Lasuah.
b) Apa saja yang menjadi bahan - bahan untuk membuat Mie Padeh Lasuah hingga sampai ke tangan konsumen melalui media sosial Instagram.
c) Mengamati pelayanan dan kinerja karyawan pada media sosial Instagram. Dalam hal ini bertujuan untuk melihat bagaimana

karyawan-karyawan melakukan kegiatan ataupun kinerjanya pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah.

d) Pemantauan proses penjualan pada media sosial Instagram. Sambil memantau proses penjualan pada Instagram, peneliti mengamati semuanya mulai dari pembuatan konten, pembagian konten, interaksi dengan calon konsumen, penempatan iklan, pengiriman produk dan lainnya pada media sosial Instagram, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana proses pemasaran produk Mie Padeh Lasuah pada media sosial Instagramnya.

e) Mengamati dan melakukan pencatatan mengenai informasi. Tujuannya untuk melengkapi informasi yang diperoleh untuk menjawab semua pertanyaan yang diperlukan dalam penelitian ini, terutama yang mendukung rumusan masalah penelitian ini.

2) Wawancara

Wawancara merupakan proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Dengan kemajuan teknologi informasi, selain tatap muka, wawancara dapat dilakukan melalui media telekomunikasi. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian atau merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya (Rahardjo, 2011). Agar wawancara efektif, maka terdapat berapa tahapan yang harus dilalui, yaitu mengenalkan diri, menjelaskan maksud kedatangan, menjelaskan materi wawancara, dan mengajukan pertanyaan (Yunus, 2010). Wawancara membahas mengenai sejarah berdirinya dan struktur usaha Mie Padeh Lasuah dan *digital marketing* yang ada pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah. Sumber informasi wawancara pada penelitian ini adalah pemilik usaha Mie Padeh Lasuah. Transkip hasil wawancara terdapat pada lampiran.

3) Studi Literatur

Studi literatur merupakan beberapa kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian. Studi literatur yaitu mencari referensi teori yang sesuai dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan. Referensi ini dapat ditemukan melalui buku, jurnal, artikel laporan penelitian, dan situs-situs internet (Pilendia, 2020). Terdapat dua buku inti sebagai acuan dan referensi dalam penelitian ini yaitu buku yang berjudul *30 Minute Social Media* dan *Digital Markting*. Terdapat banyak jurnal yang dijadikan acuan dalam penelitian ini yang terlampir dalam daftar pustaka, salah satu jurnal yang jadi tolak ukur dalam keberhasilan penelitian ini adalah penelitian Armayani, dkk (2021) dengan judul *Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online*.

3.4 Responden Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi sehingga responden di dalam penelitian ini sebanyak satu orang yaitu pemilik dari usaha kuliner Mie Padeh Lasuah. Pemilihan tersebut dikarenakan penggunaan *social media marketing* erat kaitannya dengan pemilik suatu usaha, maka dari itu pemilik usaha kuliner Mie Padeh Lasuah cocok untuk menjadi responden pada penelitian ini.

3.5 Waktu dan Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian akan memudahkan menentukan tenggat waktu dan membantu untuk nantinya (Basuki, 2006). Pada umumya penelitian kualitatif membutuhkan waktu penelitian relatif lama, antara enam bulan sampai dua puluh empat bulan. (Sugiyono, 2007). Waktu penelitian ini adalah bulan dan tahun di mana kegiatan penelitian tersebut di lakukan, adapun waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu dari bulan Oktober 2022 sampai bulan Juli 2023. Sehingga didapatkan jadwal mulai dari tahap perencanaan hingga mendapatkan formulasi baru, sebagai berikut :

1) Tahap perencanaan

Tahap perencanaan pada penelitian ini yaitu dimulai dari penyusunan rancangan awal penelitian yang dilakukan pada bulan Oktober 2022. Pada tahap ini peneliti mengidentifikasi masalah atau mencari permasalahan. Peneliti mencari apa masalah yang hendak diteliti dan tempat yang akan dijalankan objek penelitian, objek penelitian yaitu di usaha kuliner Mie Padeh Lasuah.

2) Tahap pelaksanaan

Pada tahap ini, ada beberapa kegiatan yang harus dilakukan dengan baik, diantaranya peneliti menghimpun data informasi yang diperlukan di lokasi yang telah di tentukan pada bulan November hingga Desember 2022.

3) Tahap pengumpulan data

Tahap pengumpulan data dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh dari sumber pertama melalui prosedur dan teknik pengambilan data yang dapat berupa observasi dan wawancara. Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari sumber tidak langsung biasanya berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi atau sumber data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Pada bulan Januari hingga Februari 2023.

4) Tahap analisis gambaran penggunaan *social media marketing*

Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis penggunaan *social media marketing* Instagram pada Mie Padeh Lasuah. Pada bulan Maret hingga April 2023.

5) Tahap identifikasi *social media marketing*

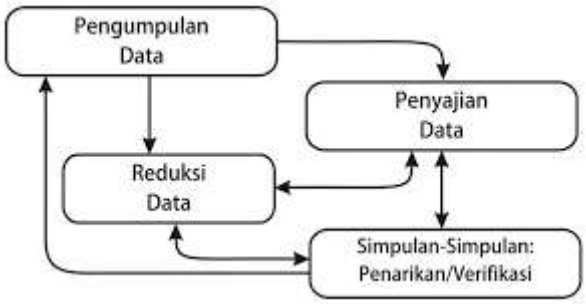
Setelah melakukan tahap analisis, maka dilanjutkan dengan mengidentifikasi *social media marketing* Instagram pada Mie Padeh Lasuah. Identifikasi *social media marketing* Instagram ini dilakukan pada bulan Mei hingga Juni 2023

6) Formulasi *social media marketing* baru

Formulasi *social media marketing baru* didapatkan setelah melakukan identifikasi pada tahap sebelumnya. Sehingga dapat diketahui formulasi *social media marketing* Instagram baru pada Mie Padeh Lasuah. Formulasi *social media marketing* Instagram ini dilakukan pada bulan Juli 2023.

3.6 Teknik Analisis Data

Aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas. Aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Miles, dkk 2018).



Gambar 3.2 Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif

Sumber: Miles, dkk. (2018)

Ketiga aktivitas analisis dan aktivitas pengumpulan data tersebut membentuk pada suatu siklus interaktif. Dalam penelitian yang bergerak diantara keempat model tersebut selama mengumpulkan data, kemudian bergerak secara bolak-balik diantara reduksi data, model dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

1) Reduksi data

   Mereduksi hasil wawancara yaitu:

a. Merangkum yaitu mengelola data atau menyederhanakan data yang diperoleh dari hasil wawancara.
b. Memilih hal-hal yang pokok yaitu memilih data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan memfokuskan pada hal-hal penting dan sesuai dengan rumusan masalah.
c. Menarik kesimpulan, pada tahap ini peneliti merangkai data yang diperoleh dari hasil wawancara dilapangan yaitu usaha kuliner Mie Padeh Lasuah dengan cara memilih mana data yang menarik, penting dan berguna mengenai penggunaan *social media marketing* Instagram sehingga kesimpulan bisa ditarik.

2) Penyajian data

   Setelah data direduksi selanjutnya penulis melakukan penyajian data dengan menyederhanakan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara

hal tersebut bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian untuk menarik kesimpulan.

3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Setelah data disajikan selanjutnya penulis melakukan penarikan kesimpulan dengan meninjau pada jawaban pertanyaan dalam rumusan masalah penelitian berdasarkan hasil temuan dilapangan melalui proses wawancara dan observasi yang dikaitkan dengan semua indikator *social media marketing*.