

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab metodologi ini berfungsi untuk memaparkan lebih rinci mengenai pendekatan-pendekatan yang peneliti gunakan dan tentunya pendekatan yang relevan dengan tujuan penelitian ini. Dalam bab ini, peneliti membahas dan menguraikan mengenai desain penelitian, *setting* dan partisipan, proses pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan etika penelitian.

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan desain penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Yang mana pendekatan penelitian kualitatif merupakan sebuah pendekatan untuk peneliti mengeksplorasi dan memahami makna setiap individu atau kelompok yang dianggap berasal dari masalah sosial (Creswell, 2018, hlm. 51). Pendekatan kualitatif dipilih oleh peneliti dengan alasan ingin memfokuskan kajian pada implementasi dan optimalisasi media sosial sebagai sarana pemasaran oleh *street food* atau UMKM di Bandung Raya. Selain itu, penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan mengenai suatu masalah atau suatu fenomena secara sistematis dari sudut pandangan perorangan atau populasi yang diteliti, dan juga untuk menghasilkan suatu konsep atau teori baru (Mohajan, H. K. 2018, hlm. 2).

Selain itu, siapapun yang terlibat dengan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif harus mengaplikasikan cara pandangan penelitian yang memiliki gaya induktif, yang mana memiliki fokus terhadap makna individual atau kelompok, dan menerjemahkan suatu persoalan sehingga akan sulit untuk dikaji apabila diukur oleh pendekatan kuantitatif. Oleh karena itu pendekatan kualitatif dirasa cocok untuk digunakan dalam penelitian ini (Kusumastuti & Khoiron, 2019, hlm. 4).

Selaras dengan penjelasan mengenai definisi yang dipaparkan di atas, dengan begitu penelitian ini sangat cocok jika menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini mengungkapkan upaya pengoptimalisasian media sosial yang dilakukan oleh pengusaha *street food* sebagai sarana pemasaran *street food* miliknya. Maka dengan itu, dengan menggunakan pendekatan kualitatif, upaya pengusaha *street food* dalam mengoptimalisasi media sosialnya sebagai sarana promosi pemasaran dapat digali secara lebih mendalam.

Selanjutnya, untuk mengumpulkan data dan melakukan analisis terhadap “Optimalisasi Media Sosial sebagai sarana pemasaran *Street Food*.”, penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Menurut Yin, R. K., (2009, hlm. 59) studi kasus memungkinkan peneliti memahami bagaimana dan mengapa suatu peristiwa kontemporer. Selain itu, penggunaan studi kasus yaitu untuk memberi pemahaman mengenai sesuatu yang menarik perhatian, pemahaman mengenai suatu proses sosial yang terjadi, peristiwa yang nyata dan juga mengenai pengalaman seseorang yang menjadi latar belakang dari sebuah kasus (Prihatsanti, dkk, 2018, hlm 126).

Selain itu, menurut Creswell (2018, hlm. 62), studi kasus sering digunakan oleh para peneliti untuk mengembangkan suatu analisis yang mendalam tentang suatu kasus, baik kasus berupa individu maupun kelompok. Selain itu, kasus yang diteliti juga dibatasi oleh waktu dan aktivitas. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan informasi secara terperinci dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode waktu yang berkelanjutan.

Berdasarkan penjelasan definisi-definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa metode studi kasus tepat jika digunakan dalam penelitian ini, dikarenakan dengan studi kasus peneliti dapat memahami bagaimana persepsi, implementasi dan optimalisasi media sosial sebagai sarana pemasaran secara mendalam. Merujuk pada buku Cangara, H. (2013) dengan memahami bagaimana persepsi, implementasi dan optimalisasi media sosial sebagai sarana pemasaran secara mendalam, penulis dapat meningkatkan pemahamannya mengenai apa saja upaya optimalisasi media sosial yang dilakukan setiap pengusaha *street food* sebagai sarana promosi pemasaran usaha *street food* miliknya.

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

Pada subbab partisipan dan setting ini peneliti membaginya menjadi dua bagian. Bagian pertama subbab ini akan mengulas mengenai landasan memilih partisipan penelitian yang turut berkontribusi dalam penelitian ini. Selanjutnya, bagian kedua dalam subbab ini membahas mengenai landasan pemilihan setting atau tempat penelitian ini.

3.2.1 Partisipan Penelitian

Dalam upaya memperoleh partisipan atau informan penelitian yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan dan tujuan penelitian ini, penulis melalui beberapa langkah pemilihan partisipan penelitian terlebih dahulu. Dalam menetapkan partisipan untuk penelitian ini, penulis menggunakan metode *purposive sampling*. Lebih rincinya, jenis *purposive sampling* yang digunakan oleh peneliti dalam menetapkan partisipan atau informan penelitian yaitu *criterion sampling*. Menurut Patton, M. Q (2015, hlm. 425), logika pengambilan *criterion sampling* adalah meninjau dan mempelajari semua kasus yang memenuhi beberapa kriteria kepentingan yang telah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan pada teknik pengambilan sampel tersebut, kriteria partisipan atau informan penelitian yang cocok untuk penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Informan merupakan pengusaha *street food* di Bandung Raya
2. Informan merupakan pengusaha *street food* yang sukses mempromosikan usahanya (*viral*). Dibuktikan dengan tingginya *Social Media engagement*
3. Informan *viral* dan menggunakan media sosial pribadi (bukan dengan KOL/*food blogger*)
4. Memiliki penilaian *google review* diatas 4,5.


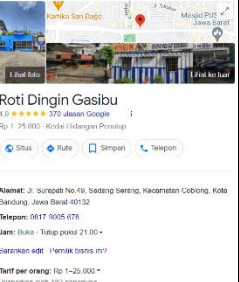

Berdasarkan kriteria diatas, peneliti melakukan penelitian kepada pengusaha *street food* yang *viral*, yang mana *viral* dapat diartikan sebagai konten yang *viral* jika konten yang diunggah tersebut telah dibagikan oleh pengguna media sosial lainnya berulang kali, serta menyebar di beranda media sosial lain atau dengan kata lain masuk ke dalam *for your page* (FYP).


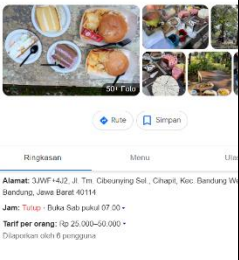
Selain itu, *viral* disini dapat diartikan sebagai konten yang memiliki nilai skor *viralitas* yang tinggi jika dibandingkan dengan konten lain yang serupa. Skor dilihat dari jumlah penonton konten yang diunggah (*views*) pada media sosial. Memiliki banyak jumlah *like*, memiliki lebih sedikit jumlah *unlike* atau *down votes*, serta memiliki banyak nilai *shares* pada konten tersebut dibandingkan konten lain yang serupa.

Dengan begitu, peneliti melakukan penelitian kepada 5 pengusaha *street food viral* yang memiliki ulasan di google review sebesar 4,5 atau lebih. Hal ini didasarkan pada minimnya jumlah dan kesulitan mencari pengusaha *street food* yang *viral* dengan menggunakan media sosial sendiri dan memiliki nilai ulasan diatas 4,5. Selain itu, dengan jumlah 5 informan, peneliti dapat melakukan analisis yang lebih dalam dan komprehensif, peneliti dapat mengidentifikasi persepsi, implementasi dan optimalisasi media sosial sebagai sarana pemasaran secara mendalam.

Berdasarkan pencarian tahap awal, peneliti memperoleh sebanyak 13 pengusaha *street food* yang telah memenuhi kriteria yang sudah dijelaskan diatas. Tetapi sebagian tidak bersedia untuk menjadi informan, bahkan sebagian lainnya tidak ada balasan pada saat dihubungi peneliti untuk menjadi informan penelitian. Beberapa pelaku usaha *street food* yang terlibat menjadi partisipan dalam penelitian ini berjumlah 5, disajikan dalam tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
List Informan

No	Nama	Informan	Alamat	Ulasan di Google Review	Link Media Sosial
1	Baso Aci Imut Bandung (Bacimut Bandung)	Andri (Owner)	Depan toko, Jl. Tamim No.54, Kb. Jeruk, Kec. Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40181	4,6 / 5 	bacimut.bdg
2.	Roti Dingin Bandung	Ilham (Founder)	Jl. Surapati No.49, Sadang Serang, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132	4,9 / 5 	rotidingin.id
3.	Emperano Pizza Pizza Kaki Lima Bandung	Riskiyani (Kasir/pegawai paling lama) dan Galih (Pegawai dan admin medsos)	Cibangkong, Jl. Cikuray, Kota Bandung, Jawa Barat 40263	4,6 / 5 	emperanopizza

4.	Ojisan Ramen	Mega (Admin Media Sosial)	<ul style="list-style-type: none"> Jl. Gelapnyawan (blkg Mesjid Salman ITB) Bandung Jl. Kuningan Raya no 35A 	<p>4,8 / 5</p> 	ojisanramenn
5.	Warung UbiIbu	Terranova (Founder)	<ul style="list-style-type: none"> 3JWF+4J2, Jl. Tm. Cibeunying Sel., Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40114 	<p>4,6 / 5</p> 	warungubiibu

Dalam melakukan perekrutan informan penelitian, peneliti pada penelitian ini melalui beberapa tahap. Tahap pertama, peneliti melakukan pencarian mengenai *street food* atau UMKM yang *viral* melalui media sosial Tiktok. Peneliti melakukan penelusuran melalui akun Tiktok dikarenakan *street food* atau UMKM yang *viral* mayoritas menggunakan Tiktok sebagai sarana pemasarannya. Selain itu, *street food* atau UMKM yang *viral* sudah pasti ada akun-akun kuliner di Tiktok yang mengulas makanannya.

Setelah peneliti memperoleh akun *street food* atau UMKM yang *viral*, selanjutnya peneliti mengecek ulang apakah *street food* atau UMKM yang *viral* tersebut memenuhi kriteria informan yang telah dijelaskan diatas atau tidak. Setelah *street food* atau UMKM yang *viral* tersebut memenuhi semua kriteria yang sudah dijelaskan diatas, maka selanjutnya peneliti menghubungi pelaku usaha *street food* tersebut secara formal melalui media sosial *street food*. Peneliti pada awalnya menghubungi dengan memperkenalkan diri terlebih dahulu, menyampaikan maksud dan tujuan peneliti serta melampirkan surat pengantar penelitian berupa surat izin penelitian sebagai bentuk mengajukan permohonan kebersediaan pelaku *street food* atau UMKM yang *viral* untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian ini sebagai informan penelitian.

Selanjutnya, ketika informan penelitian yang dihubungi tersebut setuju menjadi informan penelitian ini, mayoritas tiap pelaku usaha *street food* tersebut langsung memberikan kontak yang bisa dihubungi oleh peneliti berupa nomor aplikasi *Whatsapp* sehingga dalam melakukan koordinasi peneliti dapat menghubungi informan atau partisipan penelitian secara personal melalui nomor *Whatsapp* tersebut. Selanjutnya dalam menghubungi informan penelitian melalui *Whatsapp*, peneliti kembali melakukan pengenalan identitas peneliti seperti yang peneliti lakukan sebelumnya pada saat menghubungi informan melalui media sosial *street food*nya. Dalam menghubungi melalui *Whatsapp* peneliti kembali juga menyampaikan maksud dan tujuan peneliti menghubungi informan disertai melampirkan surat izin penelitian dari Fakultas yang sudah ditandatangani oleh Wakil Dekan bidang Akademik FPIPS UPI guna memastikan bahwa penelitian ini secara legal diketahui oleh pihak universitas.

Selanjutnya, setelah mendapat balasan mengenai informan yang setuju dan bersedia untuk menjadi partisipan dalam penelitian ini, tahap selanjutnya peneliti melakukan koordinasi dengan informan mengenai penjadwalan mengenai waktu dan tempat pelaksanaan wawancara. Hasil koordinasi penjadwalan tersebut peneliti paparkan lebih rinci dan dapat diamati pada subbab “3.3. Pengumpulan Data”.

Guna melakukan fiksasi pemilihan partisipan penelitian ini, penulis selanjutnya mengajukan lembar persetujuan kepada informan dalam bentuk ekstensi berkas Word (.doc) atau pdf melalui kanal komunikasi yang digunakan sebelumnya jika wawancara dilakukan secara luring dan juga dalam bentuk cetak jika wawancara dilakukan secara daring. Sebagai bentuk informan menyetujui untuk menjadi informan penelitian dan bersedia diwawancarai, para informan membubuhkan tanda tangan mereka sebagaimana yang dapat diamati pada “Lampiran: 3:Lembar Persetujuan Informan”. Penjelasan lebih rinci mengenai isi lembar persetujuan menjadi partisipan atau informan serta penjelasan lebih komprehensif mengenai etika penelitian yang peneliti tempuh saat melakukan penelitian ini dapat diamati pada subbab “3.6 Etika Penelitian”. Pada subbab selanjutnya, peneliti akan memaparkan secara lebih rinci mengenai *setting* atau tempat penelitian ini.

3.2.2 Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini, selaras dengan penjelasan-penjelasan pada subbab sebelumnya peneliti mengumpulkan data dari para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Bandung Raya. Penelitian ini menasar pada pelaku UMKM pada pedagang kaki lima bidang makanan atau biasa disebut *street food* di Bandung Raya yang berhasil *viral* proses pemasarannya dengan menggunakan akun media sosial sendiri.

Pemilihan Bandung Raya sebagai tempat penelitian ini berlandaskan pada latar belakang penelitian ini yang telah peneliti paparkan pada bab pendahuluan. Sebagaimana yang telah diketahui Bandung Raya merupakan wilayah yang terkenal dengan kota wisata kuliner di Indonesia bahkan di dunia. Bandung berhasil meraih posisi ke lima dalam penghargaan yang berasal dari Kroasia yang berfokus mengulas makanan-makanan tradisional, resep-resep lokal dan restoran yang khas

atau autentik dari seluruh dunia, Taste Atlas Awards 2021 untuk kategori “Kota Terbaik di Asia untuk Makanan Tradisional”. Bandung berada di posisi kelima setelah Bangkok, Hongkong, New Delhi dan Seoul (Sugriwa, I. A, 2022, hlm. 1).

3.3 Pengumpulan Data

Sebelum peneliti terjun langsung ke lapangan untuk melakukan wawancara kepada informan, peneliti melakukan *pilot interview* atau simulasi wawancara terlebih dahulu dengan pelaku usaha UMKM di bidang kuliner. Simulasi wawancara ini bertujuan untuk peneliti memperoleh gambaran atau bayangan secara nyata mengenai pelaksanaan wawancara berlangsung. Selain itu, dengan melakukan simulasi wawancara juga, peneliti dapat mempersiapkan diri peneliti lebih matang sebelum terjun langsung mewawancarai informan utama penelitian ini. Hasil atau tanggapan dari *pilot interview* ini yaitu informan *pilot interview* tidak memberi tanggapan mengenai pedoman wawancara penulis dan merasa cukup untuk lanjut melakukan wawancara. Setelah dilakukan *pilot interview* maka peneliti melakukan wawancara yang sebenarnya sebagai upaya untuk mengumpulkan data.

Untuk mengumpulkan data, peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara semi-terstruktur. Wawancara adalah suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan jawaban dari responden dengan mengajukan pertanyaan secara lisan dan dijawab dengan lisan pula (Barlian, 2018, hlm. 53). Selanjutnya peneliti, mengajukan terlebih dahulu persetujuan kesediaan menjadi partisipan penelitian kepada calon informan dengan cara menghubunginya langsung dengan menghubungi pihak partisipan melalui media sosial atau *Whatsapp* sebelum peneliti melakukan wawancara.

Selain mengajukan persetujuan kesediaan menjadi partisipan peneliti juga selanjutnya menanyakan terlebih dahulu jika bersedia menjadi partisipan, nantinya bisa melakukan wawancara tatap muka atau melalui daring, dan jika bersedia tatap muka langsung peneliti akan melakukan diskusi dengan informan mengenai tempat wawancara.

Wawancara melalui tatap muka langsung dilakukan sesuai persetujuan pada saat pengajuan surat kesediaan dan untuk wawancara melalui media daring dilakukan dengan menggunakan *Voice Note Whatsapp*. Informan memilih untuk wawancara melalui *Voice Note Whatsapp* dikarenakan akan kesibukannya mengurus usaha *street food*, yang tidak memungkinkan untuk wawancara tatap muka langsung. Wawancara dilakukan dengan menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa daerah yaitu bahasa Sunda, selama 50 menit hingga 80 menit pada setiap responden bergantung pada kebutuhan. Jangkauan durasi wawancara selama 50-80 menit ini merujuk pada kisaran waktu yang dibutuhkan bagi para peneliti serta informan dalam melakukan wawancara semi terstruktur yang dilakukan secara daring (Salmons, J., 2015, hlm. 226).

Dalam melakukan wawancara semi-terstruktur ini, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kunci yang menentukan area yang akan dieksplorasi oleh peneliti, selain itu dengan wawancara semi-terstruktur juga memungkinkan pewawancara atau informan yang diwawancarai menyimpang untuk mengejar tanggapan dan ide yang lebih mendalam. Peneliti menggunakan metode wawancara semi-terstruktur untuk mengejar kedalaman dan fleksibilitas wawancara yang dapat memudahkan informan dalam sesi wawancara (Kakilla, C., 2021). Selain itu, peneliti menggunakan metode wawancara semi-struktur dikarenakan metode wawancara ini memerlukan waktu yang relatif singkat. Tetapi menghasilkan wawancara yang mendalam, hal ini dikarenakan mengingat waktu pengusaha UMKM dalam kegiatan wawancara ini yang terbatas.

3.4 Analisis Data

Analisis data merupakan tahap yang harus dilakukan ketika mengolah data penelitian. Analisis data biasanya dilakukan untuk mendapatkan penjelasan mengenai data yang berupa teks atau gambar (Creswell, 2016, hlm. 260). Analisis data teks atau gambar dapat terus berlanjut setelah tahap pengumpulan data. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, maka proses analisa data dilakukan pada saat mengumpulkan data dan setelah data terkumpul dalam jangka waktu tertentu (Sugiyono, 2020, hlm. 321). Metode analisis data ini dapat membantu peneliti dalam menghubungkan wawasan, pengalaman serta pandangan informan

terkait strategi optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi pemasaran *street food* milik informan. Menurut Miles dan Huberman (1994, hlm 10), proses analisis data terbagi menjadi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau penarikan kesimpulan.

Tahap pertama yaitu reduksi data, yaitu tahapan merangkum hal-hal penting untuk mendapatkan tema dan pola dari data (Sugiyono, 2020, hlm. 323). Dalam melakukan reduksi data ini dapat diartikan sebagai proses penyederhanaan data yang didapat dari catatan di lapangan. Dalam tahap reduksi ini peneliti melakukan beberapa tahap seperti melakukan *Hybrid Coding*, siklus koding ini memakai sekumpulan kode yang sudah disiapkan (deduktif) kemudian menambahkan kode baru (induktif) seiring dengan berjalannya analisis data. Siklus koding *Hybrid Coding* yang peneliti gunakan yaitu *structural coding* dan *descriptive coding*. Dalam pengkodean secara deskriptif ini peneliti meringkas ide dengan menjadikannya satu kata atau frase yang merangkum ide umum dari data analisis data kualitatif ini. Setelah itu, masuk kedalam tahap reduksi data yang ketiga, pada tahap ini peneliti menyatukan kategori-kategori kode yang berkorelasi sehingga membentuk tema. Setelah dari tema akan dikategorikan lagi berdasarkan sub-tema.

Tahap selanjutnya dalam analisis data ini yaitu penyajian data (*data display*). Penyajian data dilakukan agar data tersusun rapi dalam pola hubungan sehingga menjadi lebih mudah dipahami (Sugiyono, 2020, hlm. 325). Dan tahap yang terakhir dalam analisis data ini yaitu verifikasi/penarikan kesimpulan. Kesimpulan merupakan temuan baru yang belum pernah ada pada penelitian sebelumnya, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori (Sugiyono, 2020, hlm. 329).

Ketiga tahapan analisis data dilakukan untuk mendapatkan kesimpulan dari data penelitian yang telah didapat. Kesimpulan dari data penelitian memuat hal penting dalam data dan menguraikan makna data hasil penelitian (Houghton, Casey, dan Smyth, 2017, hlm. 40). Temuan data penelitian kualitatif biasanya disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2020, hlm. 325). Dengan begitu, analisis data akan menghasilkan kesimpulan yang lebih mudah dipahami. Kesimpulan yang didapat berupa hasil identifikasi tema-tema mengenai

perencanaan, implementasi dan evaluasi dalam optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi pemasaran.

3.5 Keabsahan Data Temuan Penelitian

Sebagai jaminan bahwa penelitian yang dilakukan absah, peneliti melakukan tahap uji keabsahan data dengan melakukan triangulasi sumber data. Menurut Mekarisce (2020), teknik triangulasi merupakan sebuah tahap metodologi dalam penelitian yang perlu diketahui oleh para peneliti yang menggunakan pendekatan kualitatif (Mekarisce, 2020, hlm. 157). Selain itu, teknik triangulasi ini bertujuan untuk meningkatkan kekuatan mengenai teori, metode serta interpretasi dari suatu penelitian kualitatif. Dengan menggunakan teknik triangulasi peneliti dapat melakukan pengecekan data melalui berbagai sumber seperti teori, studi terdahulu serta informan.

Dalam penelitian ini, penulis melalui dua tahap proses keabsahan data. Tahap pertama yaitu pada saat penulis mengolah data, pada tahap ini penulis melakukan proses *memberchecking* dan *intercoding*. Sedangkan tahap kedua yaitu pada saat penulis melakukan konfirmasi hasil data di lapangan berupa temuan penelitian. Pada tahap kedua ini penulis melakukan proses triangulasi sumber data, yaitu dengan melakukan crosscheck hasil temuan dengan berbagai sumber terdahulu, hasil studi dokumentasi dan triangulasi ahli. Pemaparan lebih rinci mengenai tahap-tahap keabsahan data yang dilakukan oleh penulis, dapat diamati pada tiga subbab berikut.

3.5.1 *Memberchecking*

Sebelum peneliti melakukan triangulasi sumber data mengenai temuan penelitian dari hasil wawancara, peneliti melakukan tahap *memberchecking* terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk menentukan keakuratan hasil reduksi data kepada informan dan menentukan apakah informan ini merasa akurat. Menurut Creswell (2018) prosedur *member checking* ini dapat dilakukan dengan melakukan wawancara tindak lanjut dengan informan penelitian dan memberikan kesempatan bagi informan penelitian untuk mengomentari temuan (Creswell, 2018, hlm. 314).

Dalam proses *memberchecking* ini pertama-tama penulis menghubungi kembali informan penelitian melalui media sosial pribadinya maupun melalui *Whatsapp*. Pada saat menghubungi informan penelitian tersebut, penulis menyampaikan maksud dan tujuan penulis menghubungi kembali informan tersebut yaitu bahwa untuk melakukan *memberchecking* atau mengkonfirmasi ulang mengenai hasil analisis data penulis kepada informan. Secara lebih rinci, hasil rekapitulasi mengenai hasil *memberchecking* yang dilakukan penulis dapat diamati pada “Lampiran: 7”.

3.5.2 Intercoding

Selain itu, guna memperkuat keabsahan analisa data peneliti juga melakukan tahap *intercoding*. Tahap *intercoding* diperlukan untuk memverifikasi konsistensi dan kesepakatan antara peneliti dengan *intercoder* dalam menginterpretasikan data yang sama (O’Connor, C., & Joffe, H., 2020, hlm. 2). Dengan melakukan *intercoding*, dapat membantu mengidentifikasi kesalahan atau bias dalam pengumpulan data. Dengan demikian *intercoding* adalah langkah penting untuk memastikan keabsahan data penelitian.

Dalam tahap ini, pertama-tama peneliti menjelaskan terlebih dahulu secara terperinci mengenai tahap koding atau analisis data yang dilakukan oleh peneliti agar *intercoder* memahami mengenai hasil analisis data yang dilakukan. Untuk *intercoder* sendiri yaitu merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi dan memiliki pemahaman mengenai strategi optimalisasi media sosial. Dengan dilakukannya *intercoding* ini diharapkan dapat memperoleh penilaian yang objektif terhadap hasil analisis data yang dilakukan peneliti.

Selanjutnya, peneliti menyediakan Panduan *intercoding* beserta tabel hasil analisis data dan dikirimkan kepada *intercoder*. Selanjutnya, *Intercoder* menilai hasil analisis dari peneliti apakah *intercoder* setuju atau ada yang perlu kurang dan perlu diperbaiki. Setelah dilakukan penilaian oleh *intercoder*, jika terdapat perbedaan hasil dari tiap *intercoder* maka akan dianalisis lebih lanjut untuk mengidentifikasi perbedaan dari penilaian masing-masing *intercoder*. Diskusi pertemuan antara peneliti dengan *intercoder* dilakukan untuk mencapai kesepakatan dari perbedaan penilaian hasil analisis.

Peneliti menggunakan metode Holsti untuk mengukur reliabilitas antar penilai. Hal ini diukur dengan persentase kesepakatan, yang dihitung sebagai jumlah skor kesepakatan dibagi dengan jumlah total skor. Dalam hal ini peneliti memberikan format kepada intercoder dalam bentuk *excel* yang berisis makna serta satuan nilai, yaitu dengan intercoder memberikan nilai 1 jika setuju dengan hasil analisis peneliti dan memberikan nilai 0 jika intercoder tidak menyetujui hasil analisis penelita. Sedangkan untuk interpretasi kekuatan dari hasil analisis datanya peneliti menggunakan interpretasi Kappa Cohen (McHugh, M. L. 2012, hlm. 279). Berkaitan dengan hasil *intercoding* dari 54 kode yang diukur, ada 48 kode yang disetujui oleh *intercoder*, yang menunjukkan bahwa penelitian ini hampir sempurna dengan nilai 89 persen. Hasil *intercoding* secara lebih rinci dapat diamati pada “Lampiran: 8”.

3.5.3 Triangulasi Sumber Data

Setelah melalui tahap proses *memberchecking* dan *intercoding*, lalu dilakukan tahapan proses triangulasi sumber data. Pada tahap ini penulis melakukan proses pengelaborasi antara temuan penelitian dengan penelitian-penelitian terdahulu, studi yang relevan serta dengan triangulasi informan ahli yaitu dengan melakukan konfirmasi ulang mengenai temuan penelitian yang diperoleh oleh peneliti kepada pakar yang relevan. Menurut Creswell (2018) dengan melakukan triangulasi akan dapat membangun pembenaran yang koheren untuk temuan kita dan proses triangulasi ini dapat disebut sebagai penambah keabsahan penelitian (Creswell, 2018, hlm. 314). Selain itu, proses triangulasi ini bertujuan untuk memperoleh masukan dan pandangan dari pakar yang relevan dengan penelitian ini sehingga dapat menjadi bahan kajian pada bagian pembahasan penelitian.

Selanjutnya mengenai pemilihan informan ahli, peneliti memilih informan ahli untuk mengonfirmasi mengenai temuan penelitian ini yang tentunya informan ahli tersebut relevan dengan rumusan serta tujuan masalah penelitian ini. Adapun untuk informan ahli peneliti memilih seorang *social media specialist* yang berfokus pada bidang kuliner di Bandung Raya, yang memiliki pengalaman lebih dari 5 tahun mengurus media sosial bidang kuliner dengan pengikut puluhan ribu. Informan ahli pada penelitian ini mengkonfirmasi mengenai temuan penelitian pada rumusan

masalah penelitian mengenai optimalisasi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi pemasaran *street food*.

Selanjutnya peneliti menghubungi informan ahli secara personal melalui *Whatsapp* dan menyampaikan maksud dan tujuan dilakukannya wawancara triangulasi ahli ini. Setelah informan ahli menyetujui dan bersedia menjadi informan ahli, selanjutnya peneliti mengajukan surat pengantar dari fakultas yang sudah ditandatangani oleh Wakil Dekan FPIPS serta surat kebersediaan menjadi informan ahli. Setelah itu, peneliti melakukan koordinasi dengan informan ahli mengenai teknis wawancara serta melampirkan *executive summary* penelitian ini yang berisi ringkasan serta pertanyaan penelitian triangulasi ahli. Untuk teknis wawancara triangulasi penelitian ini yaitu dilakukan secara daring yaitu dengan informan ahli menjawab pertanyaan triangulasi melalui pesan teks yang selanjutnya penulis lakukan transkripsi. Hasil wawancara triangulasi ahli ini dapat diamati pada “Lampiran: 9”.

Secara keseluruhan, langkah-langkah metodologis yang telah penulis tempuh dapat diamati pada tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Metodologi Penelitian

Pertanyaan Penelitian	Informan Penelitian	Pengumpulan Data	Analisis Data	Keabsahan Data
(1) Bagaimana Penelitian dan Perencanaan pelaku usaha <i>street food</i> ketika akan melakukan optimalisasi media sosial sebagai sarana	lima pengusaha <i>street food viral</i> di Bandung Raya sebagai informan utama	Wawancara semi-terstruktur	Pendekatan Kualitatif Metode Studi Kasus	<i>Memberchecking</i> (Creswell, 2018)

promosi pemasaran?	Pakar Komunikasi sebagai informan ahli		Analisis Data Kualitatif diadaptasi dari Miles &	<i>Intercoder Reliability</i>
(2) Bagaimana Pelaksanaan pelaku usaha <i>street food</i> dalam melakukan optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi pemasaran?			Huberman (1994) Hasil Wawancara ditranskripsikan, diberikan kode, dan dikategorikan ke dalam tema-tema yang relevan dengan temuan penelitian	Wawancara Triangulasi Informan Ahli (Creswell, 2018)
(3) Bagaimana Evaluasi dan Pelaporan yang dilakukan oleh pelaku usaha <i>street food</i> setelah melakukan optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi pemasaran?				

3.6 Isu Etik Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memperhatikan dengan seksama mengenai standar etika penelitian. Sebelum melakukan pengumpulan data, peneliti menyiapkan surat rekomendasi dari pihak Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang menyatakan bahwa penelitian ini mendapatkan izin dari pihak kampus. Proses wawancara dilakukan melalui tatap muka atau melalui media *Voice Note Whatsapp* dan agar keaslian data tetap terjaga, maka proses wawancara direkam atau di *record* dan dimasukkan ke dalam berkas dokumentasi.

Untuk melindungi keamanan privasi identitas partisipan, maka sebelum dilakukan wawancara, partisipan ditanya terlebih dahulu apakah diperbolehkan wajahnya untuk diperlihatkan, jika partisipan merasa keberatan untuk memperlihatkan wajahnya saat proses wawancara, maka wajah dari partisipan peneliti samarkan. Selain itu, nama partisipan juga menggunakan nama samaran atau menggunakan inisial. Setelah tahap wawancara dilakukan, peneliti memberikan kenang-kenangan kepada informan sebagai tanda terimakasih karena telah bersedia menjadi informan. Hasil rekaman atau *recording* wawancara ditranskripsi kata demi kata oleh peneliti kemudian dikirimkan kembali kepada masing-masing informan dan dimintai persetujuannya dari setiap informan sebelum diolah lebih lanjut oleh peneliti.

Pelaksanaan wawancara sepenuhnya dilaksanakan atas dasar persetujuan dan kesediaan partisipan. Persetujuan menjadi partisipan pada penelitian ini dilakukan dalam dua tahap. Pada tahap yang pertama peneliti mengajukan persetujuan kesediaan menjadi partisipan penelitian dengan cara menghubungi pihak partisipan melalui pesan *WhatsApp* ataupun melalui media komunikasi lainnya. Selain mengajukan persetujuan kesediaan menjadi partisipan pada tahap pertama ini dijelaskan pula secara detail mengenai tujuan penelitian ini kepada partisipan.

Pada tahap kedua, peneliti mengajukan formulir persetujuan kepada partisipan dan nantinya dapat ditandatangani oleh partisipan. Dalam formulir yang diajukan, peneliti memberitahu kepada partisipan mengenai hak-hak yang mereka miliki sebagai partisipan penelitian ini. Selanjutnya, Partisipan juga diberitahu mengenai terlindunginya keamanan privasi identitas mereka.

3.7 Lini Masa Penelitian

Tabel 3.3
Lini Masa Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1.	Penyusunan Proposal Skripsi	Maret – Mei 2023
2.	Sidang Proposal Skripsi	Juni 2023
3.	Penyusunan BAB 1-3 Skripsi	Juli -Desember 2023
4.	Pengumpulan Data Penelitian	Januari – Mei 2024
5.	Analisis Data Penelitian	April – Juli 2024
6.	Penyusunan BAB 4-5 Skripsi	Juli – Agustus 2024
7.	Pengumpulan Skripsi	Agustus 2024
8.	Sidang Skripsi	Agustus 2024