

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk dapat memahami mengenai strategi *social media marketing* perpustakaan *The Room 19* pada media sosial Instagram, maka dari itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif ini digunakan karena fokus dalam penelitian ini adalah untuk menggali secara mendalam mengenai bagaimana strategi promosi diterapkan melalui Instagram dengan melihat sudut pandang dari pelaku serta pengguna layanan dan menafsirkan konteks sosial yang melingkupinya. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan untuk menjelajahi dan memahami makna yang diyakini oleh individu atau kelompok terhadap masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema yang umum, dan menafsirkan makna data (Creswell, 2022). Dalam pengertian lain menyebutkan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dapat menjelaskan fenomena dalam bentuk kata-kata serta tidak menggunakan angka dalam pengukurannya sehingga pada penerapannya dapat menggunakan seperti etnografi, studi naturalic, studi lapangan, pekerjaan teknis, studi kasus dan pengamatan langsung pendekatan kualitatif (Hermawan & Amirullah, 2021).

Peneliti menggunakan metode studi kasus yaitu metode untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang berkenaan dengan sesuatu kasus, dimana kasus tersebut terjadi karena adanya suatu masalah, kesulitan, hambatan dan penyimpangan namun bisa juga dijadikan kasus karena

keunggulan dan keberhasilannya (Creswell, 2022; Hardani dkk., 2020). Metode ini dipilih dikarenakan penelitian ini akan berfokus pada satu objek yaitu The Room 19 secara mendalam dan dengan studi kasus dapat memungkinkan peneliti untuk dapat mengeksplor lebih dalam berkaitan dengan strategi promosi yang dilakukan oleh The Room 19 dalam konteks nyata secara komprehensif.

3.2 Partisipan dan Tempat dilakukannya Penelitian

3.2.1 Partisipan

Partisipan yang akan terlibat dalam penelitian ini sebagai pemberi informasi atas pertanyaan yang akan diajukan yaitu mulai dari *Founder* (pendiri) dari The Room 19, Pustakawan/pengelola media sosial Instagram *@the__room19* dan pengunjung yang merupakan pengikut dari akun Instagram *@the__room19* yang berperan sebagai pemustaka di perpustakaan The Room 19.

3.2.2 Tempat Penelitian

Penelitian bertempat di The Room 19, yang beralamat di Jl. Dipati Ukur No.66C (Lantai 2), Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat. Lokasi ini di pilih karena merupakan cabang satu-satunya dari The Room 19, serta menjadi tempat dimana seluruh pemberi informasi dapat berkumpul.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu hal yang penting dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang kredibel dan hasil penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan. Informasi atau data yang diperoleh melalui metode pengumpulan data yang tepat akan secara signifikan membantu menjawab fokus penelitian yang telah

ditetapkan (Darmawan, 2021). Dalam penelitian kualitatif data dikumpulkan dari beragam sumber data seperti wawancara, observasi dan dokumentasi tidak bertumpu pada satu sumber data saja (Creswell, 2022). Oleh karena itu teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data tersebut telah dirancang menggunakan instrumen (pedoman) penelitian, sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian

Fokus Penelitian	Sub Teori	Indikator	Instrumen	Sumber Data
Bagaimana The Room 19 merangkai Konteks di akun Instagram @the__room19?	Context	1. Informasi yang menarik 2. Informasi yang bermanfaat 3. Informasi yang lengkap	Informasi yang menarik	Bagaimana The Room 19 merangkai Konteks di akun Instagram @the__room19?
Bagaimana The Room 19 mengembangkan Komunkasi di akun Instagram @the__room19?	Communication	1. Keterbukaan informasi terhadap respon pengikut 2. Responsitas dan keaktifan admin 3. Kemudahan pengikut dalam memahami konten 4. Interaksi antara pengikut dan admin	Wawancara, Dokumentasi dan Observasi.	Staf Media Sosial, Pengikut Instagram The Room 19

Bagaimana The Room 19 melakukan Kerja sama di akun Instagram @the__room19?	Collaboration	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kerja sama dengan pihak lain 2. Kerja sama dengan pengikut 	Wawancara, Dokumentasi dan Observasi.	Founder The Room 19, Staf Media Sosial,
Bagaimana The Room 19 membangun hubungan di akun Instagram @the__room19?	Connection	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas pembentukan jaringan 2. Retensi pengikut 3. Pengembangan komunitas 	Wawancara, Dokumentasi dan Observasi.	Founder The Room 19, Staf Media Sosial, Pengikut Instagram The Room 19

3.3.1 Wawancara

Pada penelitian ini juga menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Wawancara dapat dilakukan secara langsung (*face to face interview*) dengan informan dan wawancara melalui telepon (Creswell & Creswell, 2022). Pada penelitian ini, peneliti mewawancarai para informan terkait. Peneliti telah merancang beberapa pertanyaan sesuai dengan rumusan masalah dan teori 4C Chris Heuer. Informan dalam penelitian ini adalah pendiri The Room 19, Staf media sosial, dan pengikut akun Instagram @the__room19. Proses wawancara akan dilaksanakan sesuai dengan waktu yang telah disepakati antara peneliti dengan informan terkait. Berikut ini adalah format untuk pedoman wawancara, sebagai berikut:

Tabel 3.2 Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA ANALISIS STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING 4C PADA AKUN INSTAGRAM PERPUSTAKAAN THE ROOM 19 Fadilla Selsha Amanda NIM : 1800825	
A. Fokus Wawancara	:
B. Responden	:
C. Identitas Responden	:
Nama	:
Usia	:
Jenis Kelamin	:
Pendidikan Terakhir	:
D. Pelaksanaan Wawancara	
Hari/Tanggal	:
Waktu	:
Tempat	:
E. Pokok – Pokok Pertanyaan	
1.	
2.	

3.3.2 Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik mengumpulkan data dengan cara mengamati subjek penelitian yang akan diteliti dan mencatat hasil dari pengamatan. Observasi adalah metode di mana peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengamati serta mencatat perilaku dan aktivitas individu di lokasi penelitian (Creswell & Creswell, 2022). Dalam melakukan pengamatan, peneliti merekam atau

mencatat secara terstruktur maupun semi-terstruktur termasuk dengan mengajukan pertanyaan untuk memahami aktivitas yang diamati.

Dalam penelitian ini aspek yang diteliti adalah proses tim media sosial perpustakaan kafe *The Room 19* dalam melakukan promosi melalui akun media sosial Instagram @the__room19, baik itu konten yang diunggah, interaksi dengan pengikut hingga aktivitas kerja sama baik dengan pengikut maupun pihak lain. Pedoman observasi untuk penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.3 Format Pedoman Observasi

PEDOMAN OBSERVASI ANALISIS STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING 4C PADA AKUN INSTAGRAM PERPUSTAKAAN THE ROOM 19 Fadilla Selsha Amanda NIM: 1800825				
A. Pelaksanaan <div style="margin-left: 40px;"> Hari/Tanggal : Waktu : Tempat : </div>				
B. Petunjuk Pengisian <ol style="list-style-type: none"> 1. Tandai dengan tanda centang (✓) pada kolom yang disediakan sesuai dengan kondisi di lapangan. 2. Berikan keterangan yang perlu dicatat pada kolom yang telah disediakan. 				
No.	Aspek Pengamatan	Ya	Tidak	Keterangan
1.				
2.				

3.3.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu metode pelengkap data yang diperoleh dari wawancara dan observasi berupa catatan, rekaman,

gambar maupun foto. Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis dokumen serta catatan penting, yang mana hasilnya dapat menyediakan data untuk memecahkan masalah penelitian (Darmawan, 2021). Hasil penelitian observasi dan wawancara akan lebih kredibel jika didukung oleh dokumen yang berfungsi sebagai bukti histori. Dokumentasi pada penelitian ini yaitu terkait analisis strategi *social media marketing 4C* pada akun Instagram @the__room19. Berikut ini adalah format pedoman studi dokumentasi yang digunakan:

Tabel 3.4 Format Pedoman Dokumentasi

PEDOMAN DOKUMENTASI ANALISIS STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING 4C PADA AKUN INSTAGRAM PERPUSTAKAAN THE ROOM 19 Fadilla Selsha Amanda NIM: 1800825				
A. Petunjuk Pengisian				
1. Tandai dengan tanda centang (✓) pada kolom yang disediakan sesuai dengan kondisi di lapangan.				
2. Berikan keterangan yang perlu dicatat pada kolom yang telah disediakan.				
No.	Aspek yang diamati	Ada	Tidak Ada	Keterangan
1.				
2.				

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses menyusun dan mencari secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan bahan-bahan lainnya sehingga data yang ada dapat lebih mudah untuk dipahami dan hasil temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dalam

Fadilla Selsha Amanda, 2025

ANALISIS STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING 4C PADA AKUN INSTAGRAM PERPUSTAKAAN
(Studi Kasus pada Akun Instagram Perpustakaan @the__room19)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penelitian ini akan berlangsung bersamaan dengan bagian – bagian lain dari pengembangan penelitian kualitatif, yakni pengumpulan data dan penulisan temuan (Creswell & Creswell, 2022). Langkah – langkah menurut Creswell untuk menganalisis data sebagai berikut:

1. Proses pengolahan data dan persiapan data perlu dilakukan sebelum analisis. Langkah ini meliputi kegiatan transkripsi wawancara, melakukan pemindaian materi, serta memasukkan data yang telah terkumpul dari lapangan. Selanjutnya data – data tersebut akan diklasifikasikan dan ditata ke dalam kategori – kategori yang berbeda sesuai dengan sumber informasi asalnya.
2. Membaca keseluruhan data. Proses ini dimulai dengan membangun pemahaman menyeluruh terhadap informasi yang sudah dikumpulkan, kemudian merefleksikan implikasi atau makna secara utuh dari keseluruhan data tersebut. Pada tahap ini peneliti membuat catatan – catatan khusus atau merumuskan gagasan – gagasan umum yang muncul dari data yang diperoleh.
3. Memulai *coding* semua data. *Coding* merupakan suatu proses sistematis untuk mengorganisasikan data dengan cara mengumpulkan segmen – segmen informasi, baik berupa teks maupun gambar lalu menetapkan kategorinya. Tahap ini mencakup pengambilan data tertulis atau visual yang telah dikumpulkan selama proses riset, memilah teks atau gambar tersebut ke dalam kelompok – kelompok berdasarkan tema atau konsep tertentu, kemudian memberikan label pada setiap kategori ini dengan istilah atau bahasa yang benar – benar berasal dari informan.
4. Identifikasi tema. Proses *coding* perlu diterapkan untuk membangun deskripsi yang lebih besar dan terperinci. Lalu mengelompokkan menjadi jumlah tema atau kategori yang lebih sedikit dan lebih muda dikelola. Tema tersebut dapat berupa 2 jenis utama yaitu deskripsi tempat/informan dan tema terkait masalah penelitian. Tema ini akan

menjadi temuan utama dalam penelitian yang berfungsi sebagai sub-judul atau *heading* dan didukung oleh berbagai pandangan dari informan serta bukti data yang konkret.

5. Mengembangkan interpretasi alur cerita/narasi. Mengembangkan analisis dari sekedar identifikasi tema menjadi sebuah narasi yang terintegrasi dan mendalam, yang menjelaskan hubungan antar tema, perkembangan suatu fenomena atau pengalaman informan secara koheren.
6. Menganalisis data lebih lanjut menggunakan kerangka analisis. Tahap selanjutnya adalah menganalisis tema – tema tersebut dengan menerapkan sebuah kerangka atau model analitis yang sudah ada (teori atau konsep tertentu).
7. Merepresentasikan dan menginterpretasikan data. Menyajikan temuan melalui bentuk tulisan yang naratif dan mudah dipahami untuk membahas tema – tema serta melengkapinya dengan visualisasi yang relevan untuk memperjelas dan memperkuat temuan.

3.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam melaksanakan suatu penelitian, setiap peneliti memiliki kewajiban untuk menetapkan tingkat keabsahan dan keandalan dari data yang telah dikumpulkan untuk penelitian. Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik triangulasi data. Triangulasi adalah teknik yang digunakan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas data dengan menggabungkan beberapa metode pengumpulan data (Nyoto dkk., 2025; Sari, 2020). Tujuan dari triangulasi adalah mengecek kebenaran data tertentu dengan membandingkan dengan data yang diperoleh dari sumber lain pada berbagai fase penelitian di lapangan pada waktu yang berlainan (N. Harahap, 2020). Teknik triangulasi data memiliki 3 jenis (Nyoto dkk., 2025), yaitu:

- a. Triangulasi metode melibatkan penggunaan berbagai metode pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan kuesioner untuk mendapatkan yang lebih lengkap dan akurat.
- b. Triangulasi data melibatkan penggunaan beberapa sumber data dalam satu studi, peneliti dapat menggunakan data dari wawancara, observasi dan dokumen untuk memperoleh gambaran yang lebih lengkap mengenai fenomena yang diteliti sehingga meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan penelitian.
- c. Triangulasi teori melibatkan penggunaan beberapa sudut pandang teoritis dalam menginterpretasikan temuan penelitian.
- d. Triangulasi investigator melibatkan penggunaan beberapa peneliti atau pengamat dalam satu studi dengan memberikan dan mengombinasikan perspektif berbeda mengenai fenomena yang diteliti sehingga dapat meningkatkan objektivitas dan mengurangi bias dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menerapkan dua teknik keabsahan data utama yaitu teknik triangulasi metode dan triangulasi data. Peneliti akan melakukan perbandingan antara temuan yang diperoleh dari hasil wawancara para partisipan/informan dengan data dari hasil observasi dan analisis di lapangan. Kemudian dalam rangka triangulasi data, proses pengumpulan data akan melibatkan berbagai sumber yang berbeda yang nantinya akan diperiksa silang dan dibandingkan dengan hasil wawancara yang telah terkumpul dari ketiga informan yaitu *Founder The Room 19* dan staf pengelola media sosial Instagram *@the__room19* sebagai Key Informan dengan pengikut (*followers*) akun Instagram *@the__room19* sebagai informan. Kemudian hasil wawancara didukung dengan dokumentasi dari hasil analisis strategi promosi perpustakaan *The Room 19* pada media sosial Instagram.

3.6 Isu Etik

Dalam rangka menjamin validitas dan etika penelitian, data dikumpulkan dari sumber – sumber yang relevan dengan permasalahan yang dikaji. Peneliti

terlebih dahulu menjalin kesepakatan dengan para informan dan pihak lembaga terkait untuk memastikan kelancaran proses. Salah satu prinsip etika yang diterapkan adalah menjaga kerahasiaan identitas informan, dengan memberikan mereka kebebasan penuh untuk memilih apakah nama mereka dapat dipublikasikan atau tidak. Seluruh tahapan penelitian ini dijalankan dengan kesadaran penuh agar tidak menimbulkan dampak negatif bagi informan maupun pihak terkait, sekaligus memastikan bahwa seluruh proses berlangsung secara profesional dan bertanggung jawab.