

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data yang sangat deskriptif dalam bentuk kata-kata lisan atau tertulis tentang topik yang diteliti.⁴¹ Selain itu, dengan menggunakan metode kualitatif mampu mempermudah pekerjaan. Metode kualitatif mengungkap berbagai keunikan yang ada pada suatu kelompok, individu, masyarakat atau bahkan suatu organisasi pada kehidupan tiap harinya secara menyeluruh, rinci, mendalam, dan juga yang mampu untuk dipertanggung jawabkan dengan ilmiah.⁴²

Melalui metode penelitian kualitatif ini, kita dapat melihat objek dalam konteks alamiahnya melalui pendekatan penelitian fenomenologis.⁴³ Di sini, fenomenologi merupakan strategi penelitian untuk mengukur suatu fenomena dengan makna yang mendalam. Peneliti kemudian menelaah data yang diperoleh untuk menghasilkan informasi yang kemudian dibagikan kepada semua pihak melalui observasi partisipan, dokumentasi atau bahkan wawancara. Deskripsi penelitian ini tentang situasi nyata dan juga tentang strategi komunikasi pemasaran *Make Up "By Kukuh"* dengan menggunakan *influencer marketing* dalam meningkatkan penjualan.

⁴¹ Lexy J. Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 3.

⁴² Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 22.

⁴³ *Ibid*, 4.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat di kediaman *Make Up "By Kukuh"*, jalan dr. Saharjo no. 116 B Kediri. Alasan memilih penelitian di *Make Up "By Kukuh"* lantaran belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya sang peneliti lain.

C. Kehadiran Peneliti

Peneliti memiliki peran yang sangat penting dalam semua penelitian dan bagi peneliti untuk memahami apa yang terjadi di lapangan di sekitar objek penelitian, karena peneliti adalah pelaksana pengumpulan data, perencana dan terakhir peneliti yang menjadi pelopor hasil. . dari Penelitiannya.⁴⁴

Peneliti adalah kunci utama alat pengumpulan data, sehingga temuan peneliti harus sudah memiliki kemampuan untuk menganalisis dan juga membuat objek dari penelitiannya agar lebih bermakna dan jelas. Oleh karena itu, kehadiran peneliti sangat penting karena mereka dapat menjadi pengamat partisipatif sehingga memungkinkan peneliti untuk lebih leluasa mengamati dan mengumpulkan informasi di lapangan. Peneliti melakukan pengamatan di lokasi *Make Up "By Kukuh"*, untuk informasi dari laporan pelaksanaan strategi komunikasi *influencer marketing Make Up "By Kukuh"*.

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan Diana selaku *influencer* dan juga Kukuh selaku *make up* yang terlibat dalam implementasi strategi komunikasi pemasaran. Peneliti juga mengumpulkan bukti-bukti dalam wawancaranya dengan informan.

⁴⁴ Lexy J Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 212.

D. Data Dan Sumber Data

Dalam sumber bahan dan data ini, peneliti harus melakukan penelitian lapangan atau biasa disebut penelitian lapangan untuk mendapatkan data yang diperlukan. Peneliti sedang menyelidiki masalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh *influencer marketing Make Up "By Kukuh"* sebagai subjek dari penelitian. Dengan menggunakan sumber data yang tersedia, informasi tentang objek yang diteliti diperoleh.⁴⁵

Dalam pendekatan kualitatif ini pengumpulan data dibagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok data primer dan sekunder.⁴⁶

1. Data Primer

Data primer merupakan kumpulan informasi yang berhubungan langsung dengan penelitian ini, yaitu sumber data yang memberikan informasi langsung kepada pengumpul data.⁴⁷ Pengumpulan data ini dapat dilakukan dari foto, catatan lapangan, rekaman audio, atau bahkan observasi yang diteliti secara cermat oleh peneliti.⁴⁸ Ada tiga metode yang dapat digunakan peneliti untuk melakukan penelitian utamanya, yaitu dokumentasi, wawancara dan observasi dengan satu atau lebih informan terpilih.

Dari ketiga metode yang dilakukan peneliti mendapatkan informasi secara langsung dari sumber atau informasi strategi komunikasi *influencer marketing* yang digunakan dalam meningkatkan penjualan *Make Up "By Kukuh"*. Data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara yang sangat detail dengan pelapor atau whistleblower. Percakapan ini

⁴⁵ Ibid, 49.

⁴⁶ Ibid, 157.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 376.

⁴⁸ Ibid, 62.

berlanjut oleh *owner* dari *Make Up "By Kukuh"* dan juga *influencer marketing* yang digunakan.

2. Data Sekunder

Dengan informasi sekunder ini, informasi diperoleh dari sumber lain yang sudah tersedia. Ini bisa dalam bentuk jurnal, tesis yang ada, internet atau jurnal yang ada. Data sekunder yang akan dibuat harus memperjelas dan memperkuat data primer. Data sekunder dibuat dari berbagai bentuk seperti buku sastra, jurnal, jurnal ilmiah, arsip dan dokumen pribadi, serta informasi yang sudah dimiliki oleh *Make Up "By Kukuh"* berdasarkan judul penelitian.

E. Pengumpulan Data

Penelitian ini membutuhkan langkah strategis dalam melakukan penelitian. Oleh karena itu, peneliti melakukan beberapa teknik pengumpulan data, sebagai berikut.

1. Observasi

Dalam observasi ini, peneliti belajar tentang pentingnya perilaku dan perilaku tersebut.⁴⁹ Perilaku yang dimaksud disini adalah yang dijelaskan oleh Marshall (1995) yang mengatakan demikian "*through observation, the researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior*". Dalam pernyataan Marshall tersebut yaitu seorang peneliti akan melakukan observasi untuk kegiatan pengamatan dan pencatatan yang lebih spesifik dan juga sistematis yang tampak pada objek yang terdapat pada penelitian.⁵⁰ Instrumen penting dalam penelitian ini yaitu seorang peneliti, karena seorang peneliti akan turun langsung ke lapangan guna

⁴⁹ Ibid, 226.

⁵⁰ Ibid, 123

mengumpulkan data yang diteliti dan juga ikut observasi partisipatif dengan berbagai kegiatan, namun tidak semuanya.⁵¹ Dalam hal ini peneliti melakukan observasi di lapangan dengan mencatat serta mengamati semua aktivitas *owner Make Up "By Kukuh"* dalam melakukan suatu promosi secara langsung maupun melalui media sosial.

2. Wawancara

Bertanya dan menjawab secara lisan, langsung atau tidak langsung, dalam wawancara ini menggunakan teknik pengumpulan data. Wawancara adalah pertemuan antara dua orang atau lebih di mana informasi diperoleh satu sama lain dan ide-ide juga diperoleh melalui pertanyaan dan menjawab pertanyaan untuk memahami suatu topik tertentu.⁵² Dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa wawancara akan dilakukan oleh dua orang atau lebih, karena pewawancara dan juga informan akan saling menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara/responden.

Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan model wawancara terbuka dan mendalam. Dalam wawancara ini digunakan untuk memperoleh informasi tentang keyakinan dan pendapat.⁵³ Wawancara dilakukan secara terbuka dan menyeluruh dengan komunikasi dua orang, termasuk narasumber untuk pengumpulan informasi sesuai dengan tujuan penelitian.

Selain itu, ada alasan peneliti sendiri menggunakan wawancara yaitu agar peneliti memperoleh informasi yang dibutuhkannya secara terbuka dan juga lengkap dari narasumber atau informan. Dengan cara ini tercipta suasana

⁵¹ Ibid, 227.

⁵² Ibid, 231.

⁵³ Fathor Rasyid, *Metode Penelitian Sosial: Teori dan Praktek*, (Kediri: STAIN Kediri Press, 2015), hlm. 156.

akrab, santai dan tidak kaku antara pewawancara dan narasumber, sehingga pertanyaan mengalir keluar dari suasana seiring waktu.

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode wawancara sebagai pengumpulan data dengan mewawancarai *owner Make Up "By Kukuh"* serta seorang *influencer marketing* yang bekerja sama dengan *Make up "By Kukuh"*. Hasil wawancara direkam dan ditulis oleh peneliti untuk digunakan sendiri, metode wawancara akan memperoleh data yang akurat dan mendalam karena mampu menggali informasi dan pendapat secara terperinci.

3. Dokumentasi

Film dokumenter ini berisi rekaman peristiwa masa lalu. dokumen berupa tulisan, rekaman dan foto.⁵⁴ Dokumentasi melengkapi observasi dan dokumentasi. Dokumentasi untuk mendukung finalisasi hasil wawancara. Dokumentasi yang dibuat dalam penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi pemasaran yang di gunakan *Make Up "By Kukuh"* dan *influencer marketing*. Kajian ini didokumentasikan dalam bentuk foto hasil *make up* yang pernah dilakukan oleh Kukuh dan saat wawancara peneliti dengan narasumber.

F. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan membandingkan secara sistematis informasi yang dikumpulkan dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan mengatur data ke dalam kategori, menetapkan pola,

⁵⁴ Ibid, 240.

memilih topik penelitian, dan menarik kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh Anda dan orang lain.⁵⁵

Pada saat wawancara, peneliti harus menganalisis jawaban responden. Jika jawabannya tidak memuaskan, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan lagi sampai diperoleh informasi yang dianggap dapat diandalkan. Metode analisis data menggunakan metode analisis yang dikenal dalam Sugiyono de Milles dan Huberman, dimana analisis data terdiri dari tiga operasi simultan yaitu pengumpulan data, reduksi data, display data dan inferensi/verifikasi. Model interaktif dalam analisis data adalah:

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Pengumpulan data membutuhkan waktu sehari-hari hingga berbulan-bulan sampai banyak informasi tersedia. Pertama, peneliti melakukan pengamatan umum tentang keadaan objek penelitian, apa yang diamati dicatat atau disimpan, dan peneliti memperoleh informasi yang banyak dan bervariasi. Peneliti menyimpan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi tentang *Make Up "By Kuku"*.

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Informasi dari lapangan tentu sangat banyak, sehingga harus dicatat secara detail. Reduksi data berarti meringkas, mengekstraksi dan memilih pokok-pokok pokok, memfokuskan pada yang penting dan mencari tema dan pola. Dengan demikian, data yang direduksi memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan informasi dan menemukan apa yang mereka butuhkan. Proses ini dilakukan setelah peneliti

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 244.

mencatat hasil pengumpulan data dan membuat data menjadi spesifik untuk memudahkan pencarian subjek. Data yang direduksi memberikan gambaran yang jelas tentang masalah tersebut strategi komunikasi *influencer marketing* dalam meningkatkan penjualan *Make Up "By Kukuh"*.

3. *Data Display* (Penyajian Data)

Informasi disajikan dalam bentuk deskripsi singkat, diagram dan hubungan antar kelas. Memvisualisasikan atau menyajikan data memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut. Materi dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk teks berupa observasi, wawancara dan dokumentasi dengan informan penelitian ini adalah *influencer* dan *owner Make Up "By Kukuh"*.

4. *Conclusion Drawing/ Verification* (Penarikan Kesimpulan/Verifikasi)

Kesimpulan awal yang disajikan masih bersifat awal dan akan berubah kecuali ditemukan bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan data selanjutnya. Jika kesimpulan yang disajikan di awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang disajikan adalah kesimpulan yang masuk akal. Kesimpulan dalam hal ini bisa sesuai atau tidak sesuai dengan fokus penelitian yang dirumuskan sejak awal, karena masalah dan fokus penelitian kualitatif bersifat sementara dan berkembang setelah penelitian lapangan.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Triangulasi adalah cara pemeriksaan kebenaran data dengan cara membandingkan data. Konfirmasi kebenaran data dilakukan dengan membedakan 4 jenis triangulasi sebagai teknik penelitian yang menggunakan

sumber, metode, peneliti dan teori. Peneliti menggunakan teknik triangulasi materi yaitu memanfaatkan penggunaan sumber, setelah menyoal informasi dari arsip lembaga dan juga melalui observasi sebagai bahan referensi, peneliti mewawancarai beberapa narasumber.

Triangulasi sumber berarti membandingkan informasi yang diperoleh pada waktu yang berbeda dan dengan instrumen yang berbeda dalam penelitian kualitatif.⁵⁶ Langkah-langkahnya adalah:

1. Perbandingan data hasil wawancara dengan observasi.
2. Perbandingan data pribadi dengan data umum.
3. Perbandingan situasi penelitian dengan informasi yang dibagikan dari waktu ke waktu.
4. Membandingkan pendapat orang yang berbeda status sosial.
5. Perbandingan hasil wawancara dengan dokumentasi yang ada.

H. Tahap-Tahap Penelitian

Pada tahap ini, mereka melalui beberapa tahapan proses, seperti pada proses penelitian ini:

1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra operasi lapangan meliputi tahap persiapan yang dilakukan oleh peneliti:

a. Perumusan dan Identifikasi Masalah

Sebelum melakukan penelitian, hal ini harus dilakukan, apabila peneliti menemukan suatu kejadian dan fenomena tersebut berpotensi untuk diteliti, maka peneliti melakukan tindakan untuk mengidentifikasi

⁵⁶ Patton, Michael Quinn, *Qualitative Evaluation Methods*, (Beverly Hills: Sage Publication, 1987), hlm. 331.

masalah yang ada dengan membuat keterkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Setelah masalah penelitian diidentifikasi, peneliti membuat pertanyaan penelitian dan mengumpulkan informasi untuk mengembangkan rencana penelitian.

b. Menyusun Rancangan Penelitian

Pada tahap ini, penulis menyiapkan rencana penelitian yang akan dilakukan, peneliti mengumpulkan bahan pustaka sebagai bahan sumber, seperti buku, majalah dan skripsi sebelumnya, dan juga informasi terkait penelitian sebanyak-banyaknya. Rencana studi harus fokus penelitian, landasan teori, organisasi implementasi dan metode penelitian. Dalam hal ini, peneliti memfokuskan pada strategi komunikasi yang diterapkan *Make Up "By Kukuh"* dan *influencer marketing* yang digunakan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan analisis data *Make Up "By Kukuh"* dan *influencer marketing*.

2. Tahap Kegiatan Lapangan

Pada tahap ini dikumpulkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

a. Berada di lapangan

Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan metode observasi lapangan langsung untuk mengetahui keadaan lapangan yang sebenarnya secara umum. Lokasi penelitian ini yaitu di jalan Dr. Saharjo no. 116 B Kediri. Selain itu peneliti berpartisipasi mengamati semua aktivitas *owner Make Up "By Kukuh"* dan *influencer marketing* dalam melakukan suatu promosi secara langsung maupun melalui media sosial.

b. Memilih informan

Informan diperlukan untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan bidang penelitian peneliti. Peneliti memilih beberapa informan untuk penelitian ini yaitu Kukuh sebagai *owner make up* dari perusahaan dan Diana Rahmatul Putri sebagai *influencer marketing*, serta beberapa konsumen *Make Up "By Kukuh"*.

c. Mengumpulkan data

Setelah kegiatan on-site selesai, langkah selanjutnya adalah mengumpulkan informasi dari wawancara dan mengumpulkan dokumen perusahaan dari pendiri *Make Up "By Kukuh"*.

3. Tahap Analisis Data

Dari data yang terkumpul diinterpretasikan tergantung pada fokus penelitian. Kemudian mengecek keakuratan data dengan meninjau kembali sumber data dan cara pengolahan data untuk memastikan bahwa data tersebut benar-benar valid.

4. Penulisan Hasil Penelitian

Peneliti membandingkan hasil survei dari berbagai kegiatan intensifikasi untuk mengumpulkan data. Selain itu, peneliti mengirimkan hasil penelitiannya kepada dosen pembimbing untuk perbaikan dan saran guna penyelesaian pekerjaan.