

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

3.1.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan batasan penelitian, dimana peneliti dapat menentukannya dengan benda, hal atau orang untuk melekatnya variabel. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah seseorang yang dapat memberikan informasi secara akurat terkait fokus penelitian. Subjek pada penelitian ini, yaitu Lookingbest yang merupakan store fashion brand lokal.

3.1.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan variabel atau suatu yang menjadi titik perhatian dalam penelitian. Adapun dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah peran media sosial instagram dalam mempromosikan Lookingbest. Peneliti ingin melihat bagaimana pemanfaatan tersebut diterapkan pada pembuatan konten dan membantu membangun *brand engagement* dari Lookingbest.

3.2 Informan Penelitian

Menurut Moleong (2013), Informan adalah seseorang yang memberikan informasi mengenai suatu situasi dan membantu dalam memberikan pandangan terhadap sebuah permasalahan. Pemilihan informan ditetapkan berdasarkan pertimbangan dan beberapa kriteria, dimana kriteria tersebut akan menjadi acuan peneliti dalam memilih informan dari banyaknya populasi yang ada.

Kemudian jika dikaitkan dengan penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan *content marketing* pada Instagram Lookingbest dalam membangun *brand engagement*. Oleh karena itu, peneliti menarik sejumlah informan perwakilan dari Tim Lookingbest, yang bertugas menangani dan merencanakan *digital marketing* dan *content*. Tujuannya untuk mengetahui content marketing yang dilakukan Lookingbest dan menjawab permasalahan yang terjadi. Berikut Owner, pendukung, dan ahli dalam penelitian ini:

3.2.1 Owner

Owner merupakan orang yang mengetahui dan menjadi sumber informasi pokok pada penelitian ini. Apabila dikaitkan dengan fokus penelitian, Owner pada penelitian ini adalah seseorang yang bertanggungjawab atas *digital marketing* dan perencanaan *content* dari Lookingbest. Tujuannya adalah peneliti ingin mengetahui tanggapan langsung dari seseorang yang bertanggungjawab dalam *digital marketing* dengan fokus pemanfaatan *content marketing* dari Lookingbest. Peneliti memiliki sejumlah kriteria dalam menentukan Owner pada penelitian ini, sehingga peneliti menetapkan Owner dalam penelitian sebagai berikut:

1. Merupakan owner atau bagian atau tim pengelola *marketing* dan *digital marketing* Lookingbest.
2. Dapat menjelaskan bagaimana pemanfaatan *content marketing* dari Lookingbest, bagaimana hambatan yang dialami dalam membangun *brand engagement* dan solusi yang diterapkan.
3. Bersedia untuk diwawancarai dan direkam oleh peneliti selama kegiatan wawancara berlangsung.

3.2.2 Manajer Pemasaran

Manajer Pemasaran pada penelitian ini akan peneliti jadikan sebagai sumber informasi tambahan dan pelengkap. Manajer Pemasaran dalam penelitian

ini adalah konsumen atau pengikut Instagram dari Lookingbest. Tujuannya adalah peneliti ingin melihat bagaimana tanggapan dan dampak yang dirasakan oleh pengikut akun Instagram Lookingbest atas konten yang disajikan. Peneliti memiliki sejumlah kriteria dalam menentukan Manajer Pemasaran pada penelitian ini, sehingga peneliti menetapkan Manajer Pemasaran dalam penelitian sebagai berikut:

1. Merupakan tim pengelola marketing dan digital marketing Lookingbest.
2. Dapat menjelaskan bagaimana setiap peranan konten yang dibuat dalam promosi brand.
3. Bersedia untuk diwawancarai dan direkam oleh peneliti selama kegiatan wawancara berlangsung.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan upaya yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data-data penelitian dari sumber data yaitu subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2017), teknik pengumpulan data adalah langkah strategis yang paling utama dalam melaksanakan penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dan dikumpulkan pada kondisi alamiah (*natural setting*) dan dapat berasal dari dua sumber yaitu sumber primer (langsung) dan sumber sekunder (tidak langsung). Adapun dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.3.1 Wawancara

Menurut Esterberg (2015), wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk saling bertukar informasi atau ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat menciptakan susunan makna akan suatu topik. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi yang mampu dipahami oleh individu, serta bermaksud untuk melakukan pengkajian terkait dengan topik atau isu yang berkaitan.

Pada penelitian ini peneliti menerapkan salah satu jenis wawancara yaitu wawancara semiterstruktur, karena peneliti ingin lebih terbuka dalam menemukan permasalahan. Adapun tujuan dari terlaksananya wawancara adalah untuk menemukan informasi mendalam terkait permasalahan pemanfaatan *content marketing* Lookingbest dalam membangun *brand engagement*. Untuk memperoleh tujuan tersebut, maka peneliti mewawancarai perwakilan divisi *digital marketing* dan *creative content* dari Lookingbest serta Manajer Pemasaran dan penguat dari informan ahli.

3.3.2 Observasi

Menurut Sugiyono (2017), observasi merupakan dasar dari semua ilmu pengetahuan, dimana para ilmuwan bekerja berdasarkan data yang diperoleh dari kegiatan observasi. Observasi diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, yaitu observasi partisipatif, observasi terang atau tersamar, dan observasi tak terstruktur. Penelitian ini menggunakan observasi partisipasi pasif, yaitu peneliti datang dan ikut berada pada tempat penelitian, akan tetapi tidak terlibat dalam kegiatan yang dilakukan. Objek penelitian yang peneliti fokuskan dalam kegiatan observasi adalah place yang menjadi tempat terjadinya situasi sosial berlangsung, selanjutnya actor yaitu pelaku atau subjek dari penelitian ini, dan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh aktor.

3.3.3 Dokumentasi

Menurut Trisliatanto (2020), dokumen merupakan bentuk fakta dan data yang tersimpan dalam bentuk dokumentasi. Kajian dengan teknik ini dilakukan dengan cara peneliti menelaah data yang telah didapat, berupa dokumen, catatan, foto, dan lain- lain yang sudah didokumentasikan. Penggunaan teknik dokumentasi dapat menjadi penguat dan pelengkap dari teknik wawancara dan observasi yang juga peneliti lakukan dalam penelitian deskriptif kualitatif ini. Adapun hasil penelitian akan menjadi semakin kredibel karena didukung dengan

dokumen-dokumen. Teknik dokumentasi juga dapat membantu peneliti dalam memeriksa keabsahan data, membuat sebuah interpretasi, dan sampai pada penarikan kesimpulan.

3.4 Teknik Analisis Data

Pada penelitian kualitatif, analisis data dilakukan pada saat berlangsungnya kegiatan pengumpulan data dan setelah selesainya kegiatan tersebut di periode tertentu. Menurut Sugiyono (2017), teknik analisis data model Miles dan Huberman terdiri dari tiga tahap yaitu sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Setelah memperoleh data dilapangan, peneliti perlu untuk mencatat secara rinci dan menganalisis data tersebut dengan teliti. Reduksi data diperlukan sebagai kegiatan merangkum, memilih dan penyederhanaan dari data yang diperoleh. Hal tersebut dilakukan agar data menampilkan gambaran yang jelas, sehingga dapat mempermudah peneliti dalam kegiatan analisis data.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Langkah berikutnya adalah menyajikan data, kegiatan ini dapat dilakukan oleh peneliti dengan menyajikan data dalam bentuk tabel, grafik, teks naratif, *piecard* dan sejenisnya. Upaya penyajian data ini dilakukan untuk menyusun pola dari data sehingga mudah untuk dipahami.

3. Penyimpulan dan Verifikasi Data

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan, berupa deskripsi atau gambaran akan suatu objek yang mulanya masih abu-abu atau remang menjadi jelas, valid, kuat dan kredibel.

Menurut Miles dan Huberman (2017), penelitian kualitatif kegiatan analisis data dilakukan dengan interaktif dan berjalan secara terus menerus, hingga tahap tuntas dan data yang didapatkan jenuh. Kegiatan analisa data pada penelitian ini melalui beberapa tahap yaitu mulai dari merangkum, menggambarkan, menyajikan, dan menyimpulkan data yang diperoleh dari proses pengumpulan data. Analisa data dilakukan setelah peneliti merasa cukup dengan data-data yang didapatkan dari sumber data melalui kegiatan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pada tahap reduksi data, peneliti akan merangkum dan mengambil data pokok yang sifatnya penting dan membuat kategorisasi. Berikutnya tahap penyajian data, peneliti akan mengolah dan menyajikan data berupa teks naratif ataupun tabel guna memudahkan dalam memahami apa yang terjadi. Tahap terakhir yaitu verifikasi data, peneliti akan mendeskripsikan data yang diperoleh secara rinci guna menjadikan data tersebut jelas dan kuat.