

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah metode kualitatif. Penggunaan kualitatif dalam penelitian bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan fenomena atau gejala sosial yang terjadi dalam kehidupan masyarakat atau dalam konteks penelitian. Menurut Sugiyono, kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan objek dan kondisi sosial yang mampu memberikan penjelasan mengenai keadaan sosial yang terlibat dalam suatu permasalahan, dengan penjelasan yang diurutkan dari awal kemunculan suatu masalah hingga tahapan akhir dalam pemecahan masalah tersebut.¹

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk menyelidiki fenomena sosial terkait *"Peran Media Sosial dalam Mempromosikan Produk UMKM di Kota Padang"*. Peneliti membuat gambaran yang komprehensif, meneliti kata-kata dan laporan terperinci dari pandangan responden, serta melakukan studi pada situasi yang alami berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pengalaman yang dialami oleh objek penelitian (UMKM di Kota Padang) dan subjek penelitian (admin media sosial, pemilik, serta konsumen), yang kemudian

¹Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods) Bandung: Alfabeta, 2016, hal. 23.

dijelaskan secara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks yang alami.²

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah Kota Padang. Sedangkan waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini sekitar tiga bulan, dimulai bulan mei 2024, dan dimungkinkan adanya penambahan waktu pada penelitian.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif deskriptif ini diperoleh melalui metode pengumpulan data Snowball Sampling yang disesuaikan dengan instrumen dan prosedur pelaksanaan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, informan yang dimaksud mencakup admin media sosial, pemilik UMKM, dan konsumen produk UMKM di Kota Padang. Peneliti meminta saran dari para informan tersebut untuk merekomendasikan individu lain yang memiliki potensi menjadi informan berikutnya. Dengan cara ini, jaringan informan dapat diperluas, sehingga data yang relevan dengan peran media sosial dalam mempromosikan produk UMKM dapat terkumpul secara lebih komprehensif.³

Selain itu, penggunaan peta wilayah objek penelitian juga dimanfaatkan untuk memberikan gambaran visual tentang lokasi penelitian, yaitu di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder untuk

²Iskandar, Metodologi Penelitian Kualitatif (Jakarta: Gaung Persada, 2009), cetakan pertama, halaman 11

menunjang pemenuhan kebutuhan data. Penjelasan mengenai data primer dan sekunder dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari kata-kata dan tindakan informan melalui wawancara dan observasi. Data ini dikumpulkan langsung dari sumber pertama tanpa adanya perantara antara peneliti dan informan. Dalam konteks penelitian ini, sumber data primer adalah admin media sosial, pemilik UMKM, dan konsumen produk UMKM di Kota Padang.

a. Admin Media Sosial UMKM

Admin media sosial UMKM adalah narasumber utama karena berhubungan langsung dengan strategi pemasaran melalui media sosial. Mereka memahami perkembangan pemasaran, jenis konten yang dibuat, dan respon audiens terhadap promosi produk UMKM.

b. Pemilik UMKM

Pemilik UMKM adalah sumber data penting karena mereka merancang konsep pemasaran dan menentukan ide-ide kreatif yang diimplementasikan dalam kegiatan promosi. Selain itu, keputusan mengenai strategi media sosial biasanya berasal dari pemilik, yang kemudian dilaksanakan oleh admin. Oleh karena itu, wawancara dengan pemilik UMKM dapat memberikan informasi mendalam tentang strategi dan tujuan promosi yang dilakukan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari pihak ketiga atau melalui perantara. Sumber data sekunder mencakup media online, media cetak, majalah, televisi, situs web, laporan evaluasi, jurnal, artikel, dan buku yang memiliki relevansi kuat dengan penelitian tentang peran media sosial dalam mempromosikan produk UMKM di Kota Padang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi (Pengamatan)

Menurut Sugiyono (2016) Observasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian. Melalui observasi, peneliti dapat mencatat, memeriksa, dan memahami perilaku, kejadian, atau fenomena yang terjadi di lapangan. Metode ini sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan data deskriptif mengenai situasi yang diamati. Jenis-Jenis Observasi:⁴

1. Observasi Partisipatif

Dalam observasi partisipatif, peneliti ikut serta dalam kegiatan yang sedang diamati. Ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan

⁴Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

pemahaman yang lebih mendalam karena dia dapat mengalami langsung fenomena yang terjadi.

2. Observasi Non-Partisipatif

Peneliti hanya bertindak sebagai pengamat tanpa terlibat dalam kegiatan yang diamati. Peneliti tidak mempengaruhi lingkungan atau kegiatan yang sedang diamati.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi non-partisipatif untuk memahami bagaimana media sosial dimanfaatkan oleh UMKM di Kota Padang dalam strategi pemasaran mereka. Observasi dilakukan terhadap empat UMKM, yaitu UMKM Durian Madame, Usaha Dapur Inyak, Randang Kolaku, dan Teh Daun Kopi Kawa Daun, dengan menganalisis aktivitas promosi mereka di berbagai platform media sosial seperti Instagram dan Facebook. Melalui pendekatan ini, peneliti mengamati bagaimana UMKM tersebut menggunakan berbagai fitur media sosial, seperti Instagram Stories, Reels, polling interaktif, live streaming, hingga testimoni pelanggan, untuk meningkatkan daya tarik produk mereka. Misalnya, UMKM Durian Madame memanfaatkan visualisasi estetik dan fitur interaktif untuk membangun kepercayaan konsumen, sementara Usaha Dapur Inyak menggunakan storytelling budaya untuk menciptakan keterikatan emosional dengan audiens. Randang Kolaku menerapkan strategi pemasaran berbasis testimoni pelanggan dan fitur countdown timer, sedangkan Teh Daun Kopi Kawa Daun lebih menekankan pendekatan edukatif dalam kontennya. Dengan

metode observasi non-partisipatif, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih objektif mengenai efektivitas media sosial dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM di Kota Padang, tanpa memengaruhi langsung jalannya strategi pemasaran yang telah mereka terapkan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang lebih dalam menggali suatu informasi kepada responden tanpa media perantara dalam hal ini terdapat penanya dan pemberi informasi. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai. Wawancara diartikan cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilaksanakan dengan tanya jawab secara lisan, sepihak, bertatap muka secara langsung dan dengan arah tujuan yang telah ditentukan. Menurut Hopkins, wawancara adalah suatu cara untuk mengetahui situasi tertentu di dalam kelas dilihat dari sudut pandang yang lain.

Wawancara yang digunakan juga untuk menggali informasi kepada para UMKM yang telah mempromosikan produk melalui media sosial. Penelitian ini dilakukan menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur. Pedoman wawancara yang digunakan adalah upaya yang telah dilakukan oleh subjek maupun objek dalam mempromosikan UMKM menggunakan akun media sosial apapun di Kota Padang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut (Sugiyono 2018) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah mendokumentasi seluruh kegiatan penelitian dengan cara mencatat dalam dokumen atau arsip serta berusaha untuk menemukan maknanya dalam proses menggali data atau informasi yang diperlukan.

E. Teknik Analisis Data

Dari data yang diperoleh atau dikumpulkan, penulis mengidentifikasi dan mengelompokkan data dengan menggunakan model interaktif. Proses penelitian kualitatif melibatkan data verbal yang banyak. Menurut Idrus menyatakan jumlah data kualitatif yang banyak itu perlu diperkecil dan dikelompokkan kedalam beberapa kategori yang ada. Huberman dan Miles yang dikutip dalam Idrus menyajikan analisis data yang disebut sebagai model interaktif yang terdiri dari: 1) reduksi data, 2) penyajian data, 3) penarikan /verifikasi.

Dalam model interaktif, peneliti harus memiliki kesiapan selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak bolak-balik dalam kegiatan reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi penelitian. Berikut adalah paparan masing-masing proses analisis data, diantaranya adalah:

1. Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini merupakan langkah awal dalam proses analisis data. Data dikumpulkan dari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan biasanya berupa narasi atau deskripsi yang mendalam terkait fenomena yang sedang diteliti. Peneliti harus memastikan bahwa data yang diambil adalah data yang valid, relevan, dan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai topik penelitian. Tahap ini juga bersifat fleksibel, memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan pendekatan atau instrumen pengumpulan data berdasarkan situasi lapangan.

2. Tahap Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses penyederhanaan, pemilahan, dan pengorganisasian data mentah menjadi informasi yang lebih terfokus dan terarah. Dalam tahap ini, data yang tidak relevan atau tidak sesuai dengan tujuan penelitian dihilangkan, sehingga hanya informasi yang penting dan mendukung yang disimpan. Tujuan dari reduksi data adalah mempermudah peneliti dalam memahami inti dari data yang telah dikumpulkan. Misalnya, data hasil wawancara yang panjang dapat dirangkum menjadi poin-poin utama yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Proses ini juga membantu dalam mengelompokkan data ke dalam kategori-kategori tertentu sesuai dengan tema atau isu yang muncul.

3. Display Data

Setelah data dirangkum dan direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikannya dalam bentuk yang mudah dipahami. Penyajian data dapat dilakukan dalam berbagai format, seperti tabel, matriks, diagram, grafik, atau narasi deskriptif. Display data berfungsi untuk membantu peneliti mengidentifikasi pola, hubungan, atau tren yang muncul dari data. Dalam konteks penelitian kualitatif, tampilan data yang terorganisasi dengan baik sangat penting untuk memberikan gambaran menyeluruh dan memudahkan dalam proses analisis lebih lanjut. Misalnya, hasil wawancara dapat disajikan dalam matriks untuk membandingkan tanggapan dari berbagai informan.

4. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah proses verifikasi dan penarikan kesimpulan. Peneliti menganalisis data yang telah disajikan untuk menemukan makna, pola, atau hubungan di antara data tersebut. Pada tahap ini, peneliti harus memastikan bahwa kesimpulan yang diambil sesuai dengan data yang ada dan didukung oleh bukti yang cukup. Verifikasi dilakukan untuk memastikan keabsahan kesimpulan melalui triangulasi, diskusi dengan rekan sejawat, atau pengecekan ulang data. Hasil akhirnya adalah penarikan kesimpulan yang memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian dan memberikan kontribusi teoretis maupun prakti