

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena secara mendalam dalam konteks alamiah tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel penelitian (Creswell, 2014). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada upaya memahami strategi komunikasi yang digunakan oleh selebgram @hagervann dalam mempromosikan produk kuliner lokal melalui media sosial Instagram. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti berusaha menggambarkan secara komprehensif proses komunikasi yang dilakukan, mulai dari penyusunan pesan, penentuan sasaran *audiens*, pemilihan media, hingga dampak yang ditimbulkan dari aktivitas promosi tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data utama berupa wawancara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung dari informan mengenai pengalaman, pemahaman, serta strategi yang diterapkan dalam kegiatan promosi produk kuliner lokal melalui akun Instagram @hagervann. Menurut Creswell (2014), wawancara merupakan salah satu teknik utama dalam penelitian kualitatif yang memungkinkan peneliti memperoleh data yang kaya dan mendalam mengenai perspektif serta pengalaman informan terhadap suatu fenomena yang diteliti.

Selain wawancara, penelitian ini juga didukung oleh dokumentasi berupa unggahan foto, video, caption, dan berbagai aktivitas promosi yang terdapat pada akun Instagram @hagervann. Dokumentasi tersebut digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil wawancara sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih utuh mengenai strategi komunikasi yang diterapkan dalam promosi kuliner lokal.

Untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh selebgram @hagervann, penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi Harold D. Lasswell yang terdiri atas unsur *Who, Says What, In Which Channel, To Whom*, dan *With What Effect*. Teori tersebut digunakan sebagai kerangka analisis untuk memahami siapa komunikator yang terlibat, pesan apa yang disampaikan, media apa yang digunakan, kepada siapa pesan ditujukan, serta efek yang dihasilkan dari kegiatan promosi produk kuliner lokal melalui Instagram.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Pariaman, Sumatera Barat. Kota Pariaman merupakan wilayah yang menjadi fokus aktivitas promosi kuliner yang dilakukan oleh akun Instagram @hagervann.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini memerlukan waktu berkisar tiga bulan, terhitung dari Februari – April 2026.

C. Informan Penelitian

Informan penelitian terdiri dari individu atau kelompok yang memiliki informasi mendalam dan relevan terkait objek penelitian, yaitu aktivitas pemilik akun @hagervan dan beberapa UMKM Pariaman dalam mempublikasikan konten promosi di instagram

D. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pemilik akun instagram @hagervann sedangkan objek penelitiannya adalah Strategi Komunikasi promosi @hagervan di instagram untuk UMKM Pariaman.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara langsung dan mendalam (*in-depth interview*). Menurut Sugiyono (2019:231), wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara tatap muka untuk memperoleh informasi yang lebih rinci dan komprehensif mengenai permasalahan yang diteliti.

Melalui teknik ini, peneliti mengumpulkan informasi dengan melakukan wawancara tatap muka secara langsung bersama Hager Van Dino selaku pemilik akun Instagram @hagervann. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data yang mendalam mengenai proses dan strategi komunikasi promosi yang ditampilkan melalui akun tersebut. Dengan demikian, subjek penelitian adalah pemilik akun Instagram @hagervann

dan UMKM sedangkan objek penelitiannya adalah Promosi kuliner dalam mengembangkan UMKM Pariaman

2. Dokumentasi

Pada teknik ini, peneliti akan mengumpulkan berbagai jenis dokumen sebagai sumber data utama. Dokumen yang dimaksud dapat berupa materi tertulis seperti laporan, catatan, atau artikel, arsip tersimpan yang mencakup dokumen resmi dan rekaman kegiatan, memorabilia yang berkaitan dengan kegiatan lembaga, korespondensi berupa surat menyurat atau pesan resmi, serta bahan *audio-visual* seperti foto, video, atau rekaman suara. Pengumpulan dokumen ini bertujuan untuk memperoleh data yang lengkap, mendalam, dan dapat mendukung pemahaman menyeluruh terhadap objek penelitian.

UIN IMAM BONJOL
PADANG