

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam melaksanakan penelitian, peneliti harus menentukan metode yang digunakan secara tepat supaya dapat membantu peneliti untuk melakukan penelitian secara sistematis.

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Paradigma Konstruktivisme. Menurut Sugiyono (2023) Paradigma Konstruktivisme adalah cara pandang yang melihat fenomena realitas sosial sebagai sesuatu yang utuh atau holistik, dinamis, kompleks dan bersifat interaktif.

Sementara itu hampir sama dengan Sugiyono, menurut Umanailo (2019) Paradigma Konstruktivisme adalah paradigma yang bersifat interpretif. Asumsi dasar dari paradigma konstruktivisme adalah memandang bahwa realitas sosial tidak dibentuk secara ilmiah, melainkan dibentuk dengan cara di konstruksi. Paradigma ini bersifat interpretif karena semua individu dapat menafsirkan realitas yang ada dengan penafsiran yang berbeda - beda, dikarenakan ada latar belakang yang mempengaruhi penafsiran realitas yang ada. Individu menggunakan pengetahuan yang dimiliki untuk mengkonstruksi realitas dan menafsirkannya.

Alasan menggunakan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini adalah karena paradigma konstruktivisme dijadikan landasan pada penelitian metode kualitatif. Pada penelitian ini, paradigma konstruktivisme digunakan sebagai landasan dari penelitian yang akan dilakukan. Paradigma konstruktivisme digunakan untuk panduan memahami realitas sosial yang tercipta dengan mengamati langsung dan menafsirkan bagaimana aktor sosial menciptakan realitas sosial. Sebagaimana pada penelitian ini adalah untuk mengamati bagaimana klinik kecantikan memanfaatkan media sosial Instagram dalam aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kualitatif deskriptif. Menurut Sahir (2021) metode penelitian kualitatif adalah tata cara penelitian yang berdasarkan pada suatu fenomena dengan hasil analisis datanya berupa pendekatan deskriptif yang berbentuk kalimat lisan dari objek penelitian.

Sementara itu, hampir sama dengan Sahir, menurut Harahap (2020) penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah dan posisi peneliti sebagai instrumen kunci.

Selanjutnya, diperjelas oleh Sugiyono (2023) bahwasannya penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah suatu objek dan menjadi lawan dari eksperimen. Pendekatan kualitatif memiliki beberapa ciri khas yaitu posisi peneliti menempati posisi sebagai instrumen kunci, menggunakan teknik triangulasi data untuk pengumpulan data, data yang diperoleh bersifat induktif atau kualitatif serta hasil penelitian berupa makna.

Menurut Sahir (2021) penelitian kualitatif memiliki tiga tipe yaitu deskriptif, komparatif, dan asosiatif. Tipe deskriptif digunakan untuk meneliti lebih dalam terhadap suatu objek yang diteliti. Tipe komparatif digunakan untuk membandingkan satu fenomena yang diteliti dengan fenomena yang lainnya. Sedangkan tipe asosiatif digunakan untuk menghubungkan satu situasi sosial dengan situasi sosial lainnya.

Alasan memilih menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif adalah dikarenakan penelitian kualitatif deskriptif sangat tepat dengan kebutuhan peneliti untuk meneliti lebih dalam tentang obyek yang diteliti. Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan sebuah fenomena yang diteliti oleh peneliti secara akurat dan sistematis sehingga dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dapat memberikan pengetahuan yang mendalam tentang bagaimana klinik kecantikan The Maple's beauty memanfaatkan media sosial Instagram dalam aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian telah dilakukan di lokasi Klinik Kecantikan The Maple's Beauty yang terletak di Jalan MT. Haryono No. 1A Blok A No.7 Dinoyo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian telah dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan mulai dari bulan Mei hingga bulan Juni 2024.

3.4 Informan Penelitian

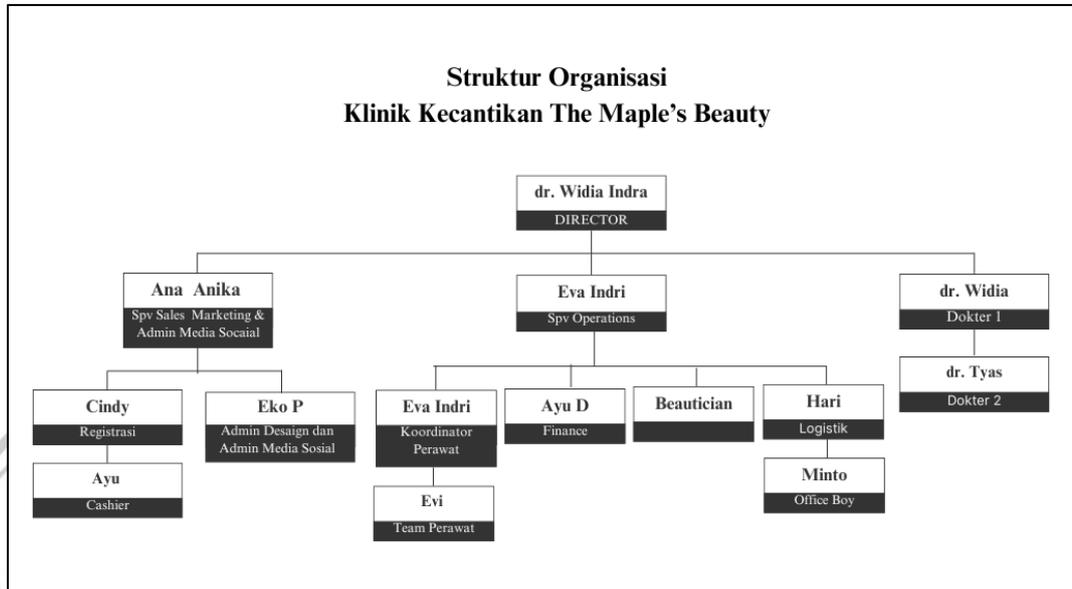
Pada penelitian ini, peneliti memilih informan dengan cara purposive sampling. Menurut Sugiyono (2023) purposive sampling adalah teknik pengambilan sebuah data dengan pertimbangan tertentu, seperti orang yang dianggap paling mengetahui dan paham tentang sebuah fenomena yang akan diteliti atau orang paling mengetahui tentang apa yang kita harapkan sehingga akan memudahkan peneliti untuk mendalami situasi sosial yang diteliti.

Alasan memilih teknik purposive sampling ialah karena dalam purposive sampling memiliki penekanan yang tinggi terkait pemilihan kriteria informan yang harus memenuhi kriteria berdasarkan tujuan penelitian yang ditetapkan secara spesifik, sehingga dapat memberikan pengetahuan yang komprehensif terkait situasi sosial yang diteliti. Alasan lainnya adalah purposive sampling paling banyak digunakan untuk penelitian kualitatif, karena dalam purposive sampling bukan berfokus pada generalisasi, melainkan berfokus pada eksplorasi dan pemahaman secara lebih mendalam sehingga sesuai dengan tujuan penelitian ini. Dengan menggunakan purposive sampling akan menjamin kualitas data karena data yang diberikan bersumber pada informan yang paling mengetahui di lingkungan objek penelitian tentang permasalahan ataupun fenomena yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2023 : 289), cara yang dapat digunakan dalam purposive sampling adalah peneliti memilih langsung orang yang akan

memberikan data yang dibutuhkan sesuai dengan pertimbangan kriteria yang ditentukan.

Berikut ini adalah gambar struktur organisasi Klinik Kecantikan The Maple's Beauty :



Gambar 3.1 Struktur organisasi (sumber data: data peneliti)

Adapun penjelasan terkait dengan *jobdesk* masing - masing bagian dari struktur organisasi Klinik Kecantikan The Maple's Beauty adalah sebagai berikut :

1. Director :

- Memimpin kegiatan operasional klinik dengan membuat kebijakan klinik.
- Mengawasi kegiatan operasional keseluruhan, memastikan pencapaian tujuan perusahaan dan mengadakan evaluasi kerja.

2. Spv Sales dan Marketing :

- Bertanggung jawab atas strategi pemasaran dan penjualan Klinik.
- Mengawasi tim marketing.

- Berperan penting dalam membuat, mengembangkan, memimpin dan melaksanakan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan perluasan pemasaran bersama tim marketing.
 - Mengevaluasi kinerja tim marketing,
 - Menyusun content plan
 - Mengelola akun media sosial klinik, menjalin interaksi dengan pengikut.
 - Membuat inovasi baru untuk konten dan menganalisis kinerja posting dan kampanye sosial media.
3. Spv Operations:
- Mengawasi kinerja staf, mengatur alur kerja tim dan memberikan training untuk staff lainnya.
 - Membantu menyelesaikan masalah yang ada di klinik dan memberikan evaluasi kinerja staf.
4. Dokter 1 dan Dokter 2:
- Memberikan konsultasi dan memberikan pelayanan terbaik kepada pasien atau customer tentang perawatan kulit dan produk yang sesuai.
5. Admin Registration
- Melayani customer baru, menerima dan mengelola pendaftaran.
 - Menjembatani komunikasi customer tentang kebutuhan atau layanan yang diinginkan dengan team perawat.
6. Admin Cashier
- Bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan atau transaksi harian serta memastikan proses transaksi pasien secara akurat.
7. Admin Desain Grafis dan Admin Media Sosial

- Melakukan riset analisis pasar untuk kebutuhan desain konten.
- Mendesain materi visual yang menarik untuk konten media sosial dan konten promosi dan keperluan komunikasi pemasaran lainnya.
- Menyusun content plan dan copywriting.
- Mengelola akun media sosial klinik, menjalin interaksi dengan pengikut.
- Membuat inovasi baru untuk konten dan menganalisis kinerja posting dan kampanye sosial media.

8. Koordinator Perawat:

- Mengkoordinasi jadwal dan tugas perawat, melatih dan mengembangkan keterampilan perawat klinik.
- Mengidentifikasi kebutuhan peralatan pelayanan klinik.

9. Finance:

- Melakukan penginputan data keuangan, mengontrol laporan keuangan dan membuat laporan keuangan.
- Mengelola keuangan klinik, bertanggung jawab atas hubungan dengan pihak internal maupun eksternal terkait dengan aktivitas keuangan perusahaan seperti pembayaran gaji staf dan pembayaran dengan supplier.

10. Beautician dan Team Perawat

- Memberikan perawatan kecantikan untuk customer atau pasien seperti facial, waxing, dan *treatment* wajah.

11. Logistik:

- Mengelola persediaan produk dan peralatan klinik, mengatur pengiriman dan penerimaan barang dan memastikan stok barang tersedia dan teratur.

12. Office Boy:

- Menjaga kebersihan dan kerapian ruangan klinik serta memberikan bantuan umum kepada staf klinik.

Berdasarkan penjelasan *jobdesk* masing – masing bagian staf Klinik Kecantikan The Maple's Beauty, maka peneliti memilih informan penelitian yang dianggap paling mengetahui tentang pemanfaatan media sosial instagram dalam aktivitas komunikasi pemasaran yaitu Spv sales marketing dari The Maple's Beauty, admin desain grafis dari The Maple's Beauty dan keduanya juga sekaligus menjadi admin media sosial dari The Maple's Beauty.

Adapun beberapa pertimbangan kriteria orang yang dianggap paling mengetahui fenomena terkait ialah melalui *jobdesk* dari informan. Yang pertama, alasan memilih Spv sales marketing adalah dikarenakan *jobdesk* Spv sales marketing adalah memimpin tugas dari tim marketing dalam menyusun dan mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan perluasan pasar dari Klinik Kecantikan The Maple's Beauty sehingga Spv sales marketing sangat memahami terkait aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Klinik Kecantikan The Maple's Beauty. Selanjutnya, alasan memilih narasumber admin desain grafis adalah dikarenakan *jobdesk* admin desain grafis berhubungan strategi pembuatan konten di media sosial termasuk di media sosial Instagram, melakukan riset pasar untuk kebutuhan konten promosi dan juga mendesain materi visual yang menarik untuk konten media sosial dan konten promosi dan keperluan komunikasi pemasaran lainnya. Kemudian alasan lainnya dalam pemilihan Spv sales Marketing dan juga Admin desain grafis sebagai narasumber adalah dikarenakan kedua informan yang secara langsung mengelola Instagram termasuk pembuatan *Content plan*, penguploadan konten Instagram, mengelola segala aktivitas komunikasi pemasaran yang ada di Instagram seperti menjalin interaksi dengan pengikut dan juga menganalisis kinerja konten yang ada di Instagram.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Teknik Wawancara

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara. Wawancara adalah kegiatan tanya jawab antara untuk melakukan pengamatan terhadap suatu masalah atau fenomena. Data yang diperoleh dari teknik wawancara yang berupa percakapan yang bertujuan untuk mengemukakan fenomena yang diteliti. Alasan menggunakan teknik wawancara adalah karena peneliti ingin mengetahui secara lebih dalam dan pasti tentang informasi yang ingin diperoleh.

3.5.2 Teknik Observasi

Menurut Nasution (1998) dalam Sugiyono (2023) teknik observasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan alat - alat canggih untuk menemukan sebuah pengetahuan dasar untuk peneliti, sehingga peneliti akan memperoleh pandangan yang lebih menyeluruh dan holistik dikarenakan peneliti akan memperoleh data dalam keseluruhan situasi sosial.

Teknik observasi digunakan untuk mengamati segala aktivitas komunikasi pemasaran pada media sosial Instagram Klinik Kecantikan The Maple's beauty yaitu *@themaples.beauty*. Alasan untuk menggunakan teknik pengumpulan data observasi adalah untuk memperoleh data yang lebih mendalam tentang pemanfaatan media sosial Instagram dalam aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Klinik Kecantikan The Maple's Beauty.

3.5.3 Teknik Dokumentasi

Sugiyono (2023) menjelaskan bahwasannya teknik dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data di metode kualitatif berupa pengumpulan data dari dokumen tertulis, gambar maupun rekaman audio visual.

Alasan menggunakan teknik dokumentasi untuk menambah

dan memperjelas kredibilitas data yang diperoleh dari wawancara atau observasi. Penggunaan teknik dokumentasi akan menjadi penguat bukti pada penelitian. Data dokumentasi yang akan digunakan adalah data yang ada pada akun Instagram Klinik Kecantikan The Maples Beauty yaitu *@themaples.beauty*.

3.6 Teknik Analisis Data

Setelah melakukan penelitian dan memperoleh data, maka data tersebut akan dianalisis sehingga dapat ditemukan hasil dari penelitian yang dapat menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2023) teknik analisis data adalah proses menyusun kesimpulan secara sistematis yang berasal dari hasil wawancara, dokumentasi, catatan lapangan dengan cara diorganisir ke dalam kategori lalu dijabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa kemudian menyusun ke dalam pola dan memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari supaya kesimpulan dapat dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data model Interaktif dari Miles, Huberman dan Saldana yaitu :

1. Data Collection (Pengumpulan Data)

Menurut Sugiyono (2023) menjelaskan bahwa pengumpulan data menjadi kegiatan utama dalam proses penelitian. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data bisa dilakukan dengan wawancara, observasi, dokumentasi maupun triangulasi (menggabungkan ketiganya) untuk memperoleh informasi yang bervariasi dan mendalam.

2. Data Condensation (Kondensasi Data)

Kondensasi data adalah proses pemilihan, menyederhanakan, memfokuskan, mengabstraksikan dan mentransformasi data yang diperoleh dari catatan hasil penelitian di lapangan. Kondensasi data dapat dilakukan setelah mendapatkan data tertulis dari hasil penelitian, semua data yang diperoleh kemudian akan dipilih untuk memperoleh fokus penelitian (Sukmawati, et., al ,2020).

3. Data Display (Penyajian Data)

Penyajian data adalah proses penyatuan dan pengorganisasian data yang telah dikondensasi agar dapat dilakukan penarikan kesimpulan. Melalui Penyajian data akan membantu untuk menganalisis lebih dalam agar dapat lebih memahami konteks penelitian. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk teks yang bersifat naratif (Sukmawati, et., al ,2020).

4. Penarikan Kesimpulan

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang dibuat menjadi temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Kesimpulan dapat berupa deskripsi ataupun gambaran objek yang sebelumnya belum jelas, kemudian menjadi akurat karena telah dihubungkan dengan teori (Sukmawati, et., al ,2020).

3.7 Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian wajib dilakukan uji keabsahan data untuk menjamin kebenaran dan validnya data yang diperoleh. Uji keabsahan data ditekankan pada validitas dan reliabilitas data. Validitas data terbagi menjadi dua macam, yaitu validitas internal dan eksternal. Validitas internal berkaitan dengan derajat akurasi desain penelitian dan hasil yang diperoleh, sedangkan validitas eksternal berkaitan dengan apakah hasil yang diperoleh dapat digeneralisasikan pada populasi sampel tersebut diambil. Dalam penelitian kualitatif, sebuah data dinyatakan valid apabila ada persamaan tentang data yang dilaporkan peneliti dengan fenomena yang terjadi dilapangan (Sugiyono, 2023).

Sugiyono (2023) menjelaskan bahwasannya dalam penelitian kualitatif, uji keabsahan data yang bisa dilakukan antara lain :

1. Uji Kredibilitas (*Credibility*)

Uji kredibilitas digunakan untuk mengetahui kepercayaan atau kebenaran data yang diperoleh. Terdapat beberapa cara yang bisa dilakukan dalam uji kredibilitas yaitu dengan perpanjangan penelitian dan pengamatan,

peningkatan ketekunan, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, menganalisis kasus negatif dan *member check*.

2. Uji Keteralihan (*Transferability*)

Uji keteralihan digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dapat diterapkan pada tempat populasi dan sampel dan juga pada tempat lainnya.

3. Uji *Dependability*

Uji *dependability* dilakukan apabila ada seorang peneliti yang tidak meneliti ke lapangan namun dapat memberikan data. Uji *dependability* dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap seluruh proses penelitian.

4. Uji *Confirmability*

Uji *confirmability* digunakan untuk mengubah data subjektif menjadi data objektif. Proses uji *confirmability* bisa dikatakan sama dengan uji *dependability*.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji keabsahan data dengan menggunakan uji kredibilitas (*Credibility*). Seperti yang dijelaskan diatas bahwasannya terdapat beberapa cara dalam uji kredibilitas, dalam penelitian ini peneliti, memilih menggunakan cara triangulasi data dan triangulasi teknik pengumpulan data untuk uji kredibilitas yang akan dilakukan.

Alasan menggunakan uji kredibilitas karena relevan dengan hasil yang ingin diperoleh. Dengan menggunakan uji kredibilitas dapat mengetahui kebenaran data wawancara tentang pemanfaatan Instagram dalam aktivitas komunikasi pemasaran Klinik Kecantikan The Maple's Beauty dengan apa yang ada pada akun Instagram The Maple's Beauty.

Adapun proses triangulasi teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti yaitu memeriksa dan mencocokkan data dari satu sumber dengan sumber lainnya, kemudian memeriksa dan mencocokkan data hasil wawancara dengan data observasi dan dokumentasi.