

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan sebuah penelitian untuk mengumpulkan informasi mengenai status penjualan yang ada, yaitu keadaan menurut keadaan pada saat penelitian dilakukan. Jadi, tujuan penelitian deskriptif adalah membuat penjelasan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif. Bodgan dan Taylor pada tahun (2010) yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang diamati. Berdasarkan pendapat tersebut, penelitian ini menggunakan data berupa lisan dari orang atau perilaku yang diamati dalam wacana penjualan *online*.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu dokumentasi. Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, dan lainnya. Dalam hal ini proses dokumentasi diarahkan pada pemanfaatan *instagram*.

Melalui metode ini data-data yang termuat dalam proses pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi dapat di kumpulkan sebagai data untuk dapat dipergunakan sebagai bukti atau keterangan dalam melakukan pengkajian atau selanjutnya data sudah terkumpul dan teridentifikasi untuk dapat dievaluasi.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini juga di dapat dari hasil observasi tentang penjualan *online* yang ada di media social. Selain itu, dalam penelitian ini penulis juga memperoleh data dari sumber data, sebagai berikut.

1. Data primer, yaitu berupa sumber data yang berfungsi sebagai data asli dan sumber utama, yakni dalam hal ini penjualan *online shop*.
2. Data sekunder, yaitu sumber data yang melengkapi atau mendukung data primer yakni berupa buku teks, ensiklopedia, kamus, laporan kegiatan/penelitian, karya sastra dan arsip lainnya.

C. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasai masalah, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian ini. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif maka peneliti sangat erat kaitannya dengan faktor-faktor kontekstual, jadi dalam hal ini sampling dijangin sebanyak mungkin informasi dari berbagai sumber.

Berikut adalah daftar tabel nama-nama penjual dan konsumen yang menjadi informan dalam penelitian ini:

Tabel 1. Nama-nama Penjual

No	Nama Penjual	Program Studi	Media sosial	Produk/ jasa
1.	Rifanti Salsabila Tehuayo (penjual <i>online shop</i>)	Admisnisrasi bisnis (Stia Alaska)	<i>facebook</i> <i>Instagram</i>	Tas, baju stelan wanita dan gamis.
2.	Aisa Loilatu (penjual <i>online shop</i>)	Komunikasi Penyiaran Islam (IAIN Ambon)	<i>Facebook</i> <i>WhatsApp</i>	Pakaian wanita, tas.
3	Siti Rahayu Sangadji (penjual <i>online shop</i>)	Jurnalistik Islam	<i>Facebook</i> , <i>whatsApp</i>	Pakaian, jilbab.
4	Siti Tarawia Kella (penjual <i>online shop</i>)	Administrasi bisnis (Stia Alaska)	<i>Facebook</i> , <i>whatsApp</i>	Pakaian, jilbab, dan tas
5	Maryam Rumagutawa (penjual <i>online shop</i>)	Jurnalistik Islam	<i>Facebook</i> , <i>whatsApp</i>	Pakain cewe makeup, aksi soris

Tabel 2. Nama-nama konsumen

No	Nama pembeli	Program Studi	Produk / jasa
1	Nurafni Mandang	Jurnalistik Islam	Baju, celana jiens, gamis
2	Astuti Kelrey	Bimbingan Konseling Islam	Jilbab, gamis , celana, baju
3	Vera Rahawarin	Jurnalistik Islam	Jilbab, gamis, celana kulot
4	Anti Amalia Kella	Administrasi Bisnis (stia Alaska)	Baju gamis, jilbab, baju tunik
5	Silyawati hamit	Jurnalistik Islam	Tas, sepatu, baju.
6	Saoda Walemuli	Masyarakat (ibu rumah tangga)	Baju gamis, jilbab, baju stelan anak, celana.
7	Ibu Ela	Masyarakat (ibu rumah tangga)	Jilbab, celana, baju stelan anak, baju kaus
8	Sitra Hatala	Masyarakat (ibu rumah tangga)	Baju stelan, celana, gamis.

Orang-orang di atas dipilih oleh peneliti karena kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Yang mana sesuai dengan penelitian yang diangkat peneliti yang berjudul “Komunikasi Pemasaran *Online Shop*”. Sehingga peneliti membutuhkan beberapa orang yang berinteraksi secara langsung dengan *online shop* tersebut. Yang mana peneliti tidak mengambil secara keseluruhan penjual dan pembeli yang ada, akan tetapi membatasinya hanya pada produk seputar kewanitaan. Yakni penjual yang mempunyai produk seputar kebutuhan wanita yakni sepatu, tas, pakaian, jilbab, dan aksesoris.

D. Teknik Pengumpulan Data

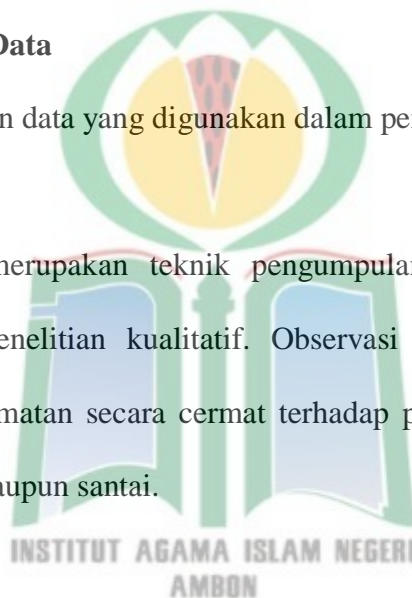
Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang paling lazim dipakai dalam penelitian kualitatif. Observasi menggiring peneliti untuk melakukan pengamatan secara cermat terhadap perilaku subyek, baik dalam suasana formal maupun santai.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara bertatap muka secara langsung dengan informan dengan melakukan wawancara secara mendalam untuk menggali informasi detail mengenai strategi redaksi dalam penyajian pemasaran di media daring. Wawancara akan dilakukan menggunakan pedoman wawancara agar setiap pertanyaan terarah.



3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi yang digunakan peneliti disini berupa foto gambar dan data-data mengenai penjualan *online shop*

E. Teknik Analisis Data

Terdapat tiga tahap dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Ketiga tahapan tersebut saling berinteraksi, berawal dari pengumpulan data dan berakhir pada selesainya penulisan laporan penelitian. Semua tahap tersebut memiliki keterkaitan proses antara satu dengan lainnya. Tujuan analisis data dalam penelitian ini yakni mengolah data berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan.¹ Berikut akan dijelaskan tahapan analisis data dalam penelitian ini.

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan suatu proses untuk mengolah data. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya.

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan proses pemaparan dan penginterpretasian keseluruhan data dari hasil reduksi data. Data yang sudah dipilih berdasarkan strategi semantic, strategi retorik, idiologi dan kebohongan wacana iklan kemudian dimasukkan dalam table selanjutnya akan diinterpretasikan sesuai rumusan

¹ Miles dan Hiberman, 1992:16-19

masalah yang diambil. Penyajian data berupa pemaparan dalam kata-kata. Penyajian data ini digunakan sebagai dasar penarikan kesimpulan

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi temuan

Penarikan kesimpulan merupakan akhir dari analisis data. Pada penelitian ini kesimpulan dapat diambil selama proses analisis data. Dalam tahap ini data yang telah dianalisis akan disimpulkan sesuai focus penelitian. Setelah penarikan kesimpulan, dilakukan pemeriksaan ulang (verifikasi data) pada keseluruhan analisis data hingga penarikan kesimpulan. Verifikasi data dilakukan dengan cara menguji kebenaran hasil temuan yang dilakukan oleh peneliti apakah sudah lengkap dan valid, atau masih perlu melakukan analisis data kembali untuk melengkapi kekurangan-kekurangan. Apabila dirasa lengkap dan valid, maka dapat ditarik kesimpulan akhir

