

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana persepsi, tanggapan, dan masukan terhadap promosi *vape* pada media sosial *Instagram* dari para responden, penulis akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan logika induktif sebagaimana tertulis dalam Subyantoro dan Suwanto (2007:78). Sedangkan sifat penelitian ini adalah studi evaluatif, yaitu evaluasi terhadap promosi *vape* pada media sosial *Instagram* dengan persepsi, tanggapan, dan masukan terhadap promosi *vape* pada media sosial *Instagram* dari pengguna *Instagram* yang juga merupakan konsumen produk yang mengandung nikotin (rokok konvensional dan rokok elektrik/*vape*) dan *follower Instagram Classy Vape* sebagai unit analisisnya.

Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang bersifat deskriptif dan menggunakan analisa deskriptif. Data yang akan digunakan merupakan rincian dari hasil jawaban responden atas pertanyaan terbuka. Metode yang akan digunakan peneliti adalah pertanyaan terbuka yang akan disajikan sedemikian rupa untuk mendapatkan jawaban yang mendetail dan sesuai dengan karakteristik dari para responden, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi selengkap mungkin dari responden perihal masalah yang ingin diteliti.

Rancangan perbaikan dari akun *Instagram* ini sendiri akan dilakukan dengan cara mengikuti saran dari mayoritas konsumen, disesuaikan dengan anggaran perusahaan, dan kemudian akan dijadikan bahan evaluasi untuk mengubah akun *Instagram Classy Vape* agar lebih sesuai dengan keinginan mayoritas konsumen kami. Sedangkan untuk melihat tingkat keberhasilan formula rancangan perbaikan kami,

indikatornya adalah peningkatan jumlah *likes* pada *posting-an*, komentar pada *posting-an*.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007: 90). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *followers* akun *Instagram* Classy Vape yang jumlahnya ada di kisaran 80 orang per tanggal 1 Juli 2021 (jumlah *followers* sebuah akun *Instagram* sifatnya tidak konstan).

Sedangkan sampel menurut Sugiyono (2007: 91) merupakan bagian dari populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini dengan kuota berjumlah 20 orang *followers* dari akun *Instagram* Classy Vape. Kuota 20 orang ditentukan mengingat jumlah *followers Instagram* yang tidak konstan dan ada syarat untuk menjadi responden.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan peneliti mengenai sampel-sampel mana yang paling sesuai, dan paling mewakili populasi penelitian yaitu *followers* akun *Instagram* Classy Vape dengan syarat sebagai responden boleh pria maupun wanita dalam rentang usia 21-70 tahun (umur legal minimal dalam mengkonsumsi produk mengandung nikotin adalah 21 tahun) yang sebelumnya akan dikonfirmasi merupakan konsumen produk yang mengandung nikotin (rokok konvensional maupun rokok elektrik/vape).

3.3 Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek penelitian ini akan mencakup persepsi, tanggapan, dan masukan terhadap promosi vape pada media sosial *Instagram* dari para

responden yang merupakan konsumen produk yang mengandung nikotin (rokok konvensional dan rokok elektrik/vape). Disebabkan penelitian ini dilakukan secara *online*/daring dan responden bisa berasal dari daerah mana saja, maka lokasi penelitian ini tidak dapat ditentukan secara pasti.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti (Sekaran, 2011). Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah informasi perihal persepsi konsumen Classy Vape terhadap promosi *vape* pada media sosial Instagram dari para responden. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini merupakan indikator-indikator keberhasilan rancangan perbaikan akun *Instagram* Classy Vape yaitu berupa Jumlah *likes*, komentar, serta peningkatan angka penjualan produk-produk Classy Vape pasca dilakukannya perbaikan.

Sedangkan sumber data primer dari penelitian ini adalah responden yang merupakan *followers* Instagram Classy Vape; konsumen produk yang mengandung nikotin (rokok konvensional dan rokok elektrik/vape), dan berusia antara 21-70 tahun. Lalu sumber data sekundernya berasal dari statistik yang tersedia pada *Instagram* yang meliputi indikator-indikator keberhasilan rancangan perbaikan akun *Instagram*.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah teknik menentukan data apa yang akan dikumpulkan, dari mana data tersebut dapat diperoleh dan dengan cara apa (Arikunto, 2010:65). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan peneliti untuk

mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk kemudian menganalisa data tersebut untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner elektronik berupa pertanyaan terbuka yang akan diberikan kepada 20 responden yang merupakan pengguna *Instagram* yang merupakan *follower* akun Classy Vape, baik pria maupun wanita dalam rentang usia 21-70 tahun (umur legal minimal dalam mengkonsumsi produk mengandung nikotin adalah 21 tahun.) yang sebelumnya akan dikonfirmasi merupakan konsumen produk yang mengandung nikotin (rokok konvensional maupun rokok elektrik/*vape*).

3.6 Metode Analisa Permasalahan

Metode analisa data pada penelitian ini menggunakan metode Miles dan Huberman. Dengan penjabaran sebagai berikut:

Metode Analisis Data

Menurut Patton (2006:250), analisis data merupakan suatu proses bagaimana data diatur dan diorganisasikan dalam sebuah pola, kategori, dan suatu urutan dasar penelitian untuk menganalisis data secara keseluruhan baik data berupa gambar, maupun teks. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode Miles dan Huberman. Machmud (2016:28) menjabarkan model analisis data dari Miles dan Huberman terdiri dari 4 (empat) hal utama, yaitu pengumpulan data, reduksi data atau penyederhanaan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penjabarannya adalah sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dari hasil pertanyaan terbuka akan dibagi dalam dua bagian yaitu deskriptif dan refleksi. Catatan deskriptif merupakan

catatan tentang data yang dilihat, didengar, disaksikan, dan dialami sendiri oleh peneliti tanpa adanya pendapat ataupun penafsiran dari peneliti terhadap fenomena yang dialami. Sedangkan, catatan refleksi merupakan catatan yang berisi kesan, komentar, pendapat, dan tafsiran dari peneliti tentang temuan yang dijumpai dalam proses pengumpulan data.

b. Reduksi Data

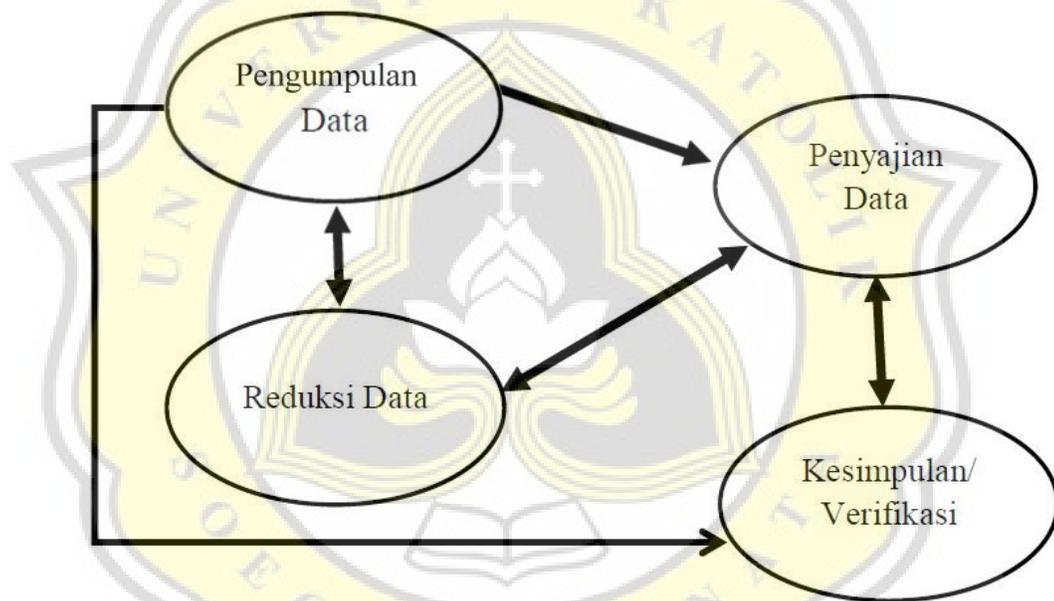
Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan pengabstraksian data kasar yang diperoleh. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan akan memudahkan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk mencari dan mengumpulkan data selanjutnya. Kemudian peneliti akan memusatkan perhatian, menggolongkan dan mengorganisasikan data sehingga bisa ditarik interpretasi.

c. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan setelah data kasar yang diperoleh dari lapangan sudah direduksi dan ditampilkan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Penyajian data pun bentuknya beragam, dapat berupa tabel, grafik, ataupun *pie chart*. Dalam penelitian ini data yang diperoleh akan berupa uraian singkat dan deskriptif dari responden, sehingga penulis akan menggunakan penyajian data berbentuk tabel.

d. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dan proses verifikasi merupakan hasil dari penelitian yang menjawab fokus tujuan penelitian berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh. Kesimpulan dari temuan yang ada, bisa berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesa atau teori.



Gambar 3.1: Alur Analisis Data Penelitian Kualitatif (*Interactive Model*) menurut Miles dan Huberman (1992)

2. Metode Merancang Perbaikan Metode Promosi

Penulis akan merancang perbaikan metode promosi baru yang digunakan pada akun *Instagram* Classy Vape dari menangkap suara mayoritas dari data primer yang diperoleh dari konsumen lalu akan mengubah akun *Instagram* Classy Vape sesuai dengan yang mayoritas

konsumen Classy Vape inginkan, dan juga disesuaikan dengan anggaran perusahaan.

3. Metode Evaluasi

Penulis akan mengevaluasi keberhasilan dari rancangan perbaikan metode promosi baru yang digunakan pada akun *Instagram* Classy Vape dari indikator-indikator utama dari evaluasi ini yaitu serangkaian data statistik yang berupa jumlah *followers* dan *likes* dari akun *Instagram* Classy Vape. Jika kedua indikator utama ini mengalami peningkatan secara bersamaan setelah diaplikasikan rancangan perbaikan metode promosi baru yang digunakan pada akun *Instagram* Classy Vape, maka dapat dikatakan bahwa rancangan perbaikan metode promosi yang penulis lakukan berhasil.

