

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah proposal *employer branding* @kami.unilever dari PT. vosFoyer Mitra Kreatif (pra-produksi), konten instagram @kami.unilever yang bertemakan *employer branding* yang diunggah selama bulan Desember 2019 (produksi), dan laporan bulanan pada bulan Desember 2019 (pasca produksi). Alasan Peneliti menggunakan ketiga subjek tersebut pada @kami.unilever yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi *employer branding action plan* Unilever Indonesia di media sosial Instagram @kami.unilever.

Unilever Indonesia menggunakan pihak eksternal untuk membentuk strategi media sosial *employer branding* @kami.unilever. Pihak eksternal yang membuat strategi tersebut yaitu dibuat oleh *creative consultant* dari PT. vosFoyer Mitra Kreatif, yang nanti akan disingkat menjadi vosFoyer. Instagram @kami.unilever terinspirasi dari Instagram *employer branding* dari perusahaan lain seperti PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa yaitu yang biasa diketahui sebagai Gojek. PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa membuat Instagram @lifeatgojek. Instagram @lifeatgojek membagikan cerita tentang pengorbanan yang dilakukan oleh para pemimpin selama ini, sehingga para pekerja memahami dan setiap individu didorong untuk melampaui dan selaras dengan visi perusahaan.

Tujuan pada Instagram @kami.unilever adalah untuk meningkatkan *branding* dari Unilever Indonesia untuk target penonton, terutama *fresh graduate* melalui strategi *online* agar dapat menarik lebih banyak talenta muda untuk bergabung pada Unilever Indonesia. Untuk memperkaya penelitian dan analisis, Peneliti akan mewawancarai dua





orang tim *employer branding* dari Unilever dari pihak Unilever yaitu Indriarni Pramaningrum dan dari pihak vosFoyer yaitu William Sudhana sebagai pembuat proposal *employer branding* Instagram @kami.unilever.

Narasumber pertama dari Unilever yaitu Indriarni Pramaningrum, berikutnya disingkat menjadi IP. IP menjabat sebagai *Talent Acquisition & Employer Branding* di Unilever Indonesia. Pekerjaan IP di Unilever yaitu mengembangkan dan mendorong strategi merek ketenagakerjaan yang memastikan keselarasan dengan rekrutmen serta strategi dan prioritas bisnis secara keseluruhan, pengembangan media sosial (Facebook, Instagram, dan LinkedIn) baik sebagai strategi merek dan alat generasi kandidat untuk mendorong strategi dan metrik keterlibatan, memimpin perekrutan mulai dari seleksi hingga perekrutan, dan menerapkan dan mendorong perekrutan kampus/ hubungan universitas di tingkat lokal untuk menciptakan *employer brand awareness*. Narasumber kedua dari vosFoyer yaitu William Sudhana, berikutnya disingkat menjadi WS. WS adalah CEO (*Chief Executive Officer*) vosFoyer. WS telah mendirikan vosFoyer selama 5 tahun, tujuan WS membentuk vosFoyer yaitu sebagai perusahaan konsultan kreatif khusus dalam aktivitas *digital branding, content, media, brand activation* dan *community engagement*. WS mempunyai visi untuk membangun #HealthierDigitalEcosystem pada media sosial yang ada saat ini.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2012:13) metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, yaitu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti merupakan



suatu nilai di balik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna.

Pendapat lain mengenai penelitian kualitatif berasal dari Bodgan dan Taylor (Nugrahani, 2014: 8) bahwa penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik atau secara utuh, tidak mengisolasi individu ke dalam variabel ataupun hipotesis, tetapi memandangnya sebagai bagian dari keutuhan itu sendiri. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Menurut Nugrahani (2014: 96) penelitian kualitatif deskriptif memusatkan pada kegiatan yang berhubungan yang terjadi pada realita. Data yang dikumpulkan terutama berupa kata-kata, kalimat, atau gambar yang memiliki makna dan mampu memacu timbulnya pemahaman yang nyata daripada sekedar angka atau frekuensi. Untuk mendukung penyajian data maka, peneliti perlu untuk menekankan catatan dengan deskripsi kalimat yang rinci, lengkap, mendalam yang menggambarkan situasi yang sebenarnya.

C. Jenis Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017: 193) yang di maksud dengan data primer ialah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data bisa berupa hasil wawancara dan lainnya. Dalam penelitian ini, data primer merupakan wawancara dari Indriarni Pramaningrum yang menjabat sebagai *employer branding & talent acquisition* dari Unilever Indonesia dan



wawancara dari William Sudhana selaku pembuat proposal *employer branding*

Instagram Unilever Indonesia dari vosFoyer.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:193), data sekunder ialah sumber yang tidak langsung memberikan kepada pengumpul data. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data sekunder bersifat melengkapi data primer. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari subjek riset, yaitu konten di media sosial Instagram @kami.unilever, proposal *employer branding*, laporan bulan Desember 2019, dan rencana konten instagram @kami.unilever.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

1. Wawancara Semiterstruktur

Menurut Sugiyono (2017:318), wawancara semiterstruktur sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh narasumber. Narasumber yang peneliti wawancarai adalah Indriarni Pramaningrum yang menjabat sebagai *employer branding & talent acquisition* dari Unilever Indonesia dan wawancara dari William Sudhana selaku



pembuat proposal *employer branding* Instagram Unilever Indonesia dari vosFoyer.

Ⓒ Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber.

2) Observasi Partisipasi Aktif

Observasi dalam penelitian kualitatif berperan sebagai dokumentasi dan refleksi yang sistematis terhadap kegiatan dan interaksi subjek penelitian. Semua yang dilihat dan didengar dalam observasi dapat dicatat dan direkam dengan teliti jika memang sesuai dengan tema atau masalah yang akan dibahas dalam penelitian. Ciri spesifik observasi ialah tidak terbatas pada narasumber saja tetapi dapat juga dilakukan pada objek-objek yang lain seperti alam, benda, ataupun peristiwa (Nugrahani, 2014: 133).

Salah satu macam observasi ialah observasi partisipasi aktif, observasi ini peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Observasi ini partisipasi ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak (Sugiyono, 2017: 227).

Observasi partisipasi ini digolongkan ke dalam empat bagian dan salah satunya ialah partisipasi aktif yang mana digunakan ke dalam penelitian ini. Dalam observasi ini peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan oleh narasumber, tetapi belum sepenuhnya lengkap.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis Miles dan Huberman terhadap strategi *employer branding* di Instagram @kami.unilever. Menurut Milles and Huberman, analisis data tertata dalam situs ditegaskan bahwa kolom pada sebuah



matriks tata waktu disusun dengan jangka waktu, dalam susunan tahapan, sehingga dapat dilihat kapan gejala tertentu terjadi. Prinsip dasarnya adalah kronologi. Berikut tahapan dalam analisis data tertata, Pertama, membangun sajian, pada tahap ini cara yang mudah bergerak maju adalah memecah-mecah inovasi ke dalam komponen-komponen atau aspek-aspek khusus, dengan menggunakan ini sebagai baris matriks. Kolom matriks adalah jangka-jangka waktu, dari penggunaan awal sampai penggunaan nanti. Jika terjadi perubahan dalam komponen selama jangka waktu itu, kita dapat memasukkan deskripsi singkat dari perubahan itu (Miles dan Huberman, 2007: 173-174).

Kedua, memasukkan data. Pada tahap ini, penganalisis sedang mencari perubahan-perubahan dalam inovasi itu, komponen demi komponen. Perubahan-perubahan itu dapat ditempatkan dalam catatan-catatan lapangan wawancara dengan para pengguna inovasi yang sudah terkode, yang ditanyai secara khusus apakah mereka telah membuat suatu yang sudah terkode dalam format buku inovasi. Kelanjutan penyelidikan menurut adanya bagian-bagian yang telah ditambah, didrop, diperbaiki, digabungkan, atau diseleksi untuk digunakan. Dalam beberapa hal dapat mengacu pada bukti-bukti dokumenter (Miles dan Huberman, 2007: 174).

Ketiga, Menganalisis data. Pada tahap ini, penganalisis dapat memahami lebih dalam mengenai apa yang terjadi dengan mengacu kembali pada aspek-aspek lain dari catatan lapangan, khususnya apa lagi yang dikatakan orang mengenai perubahan itu atau alasan-alasannya (Miles dan Huberman, 2007: 177). Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama memasuki lapangan, dan setelah selesai dari lapangan. Analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data dalam situs yang dikembangkan oleh Miles Huberman. Data yang sudah terkumpul dibuat dalam

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



matriks. Dalam matriks akan disajikan penggalan-penggalan data deskriptif sekitar peristiwa atau pengalaman tertentu yang menyekat data sebelum dan sesudahnya. Setelah data dimasukkan kedalam matriks selanjutnya di buat daftar cek (Miles Huberman, 2007: 139-140).

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama memasuki lapangan, dan setelah selesai dari lapangan. Nasution dalam Sugiyono (2008: 236), menyatakan bahwa analisis data telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian.

Miles and Huberman dalam Sugiyono (2008: 237), megemukakan aktivitas dalam analisis data kualitatif harus dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Analisis data dalam penelitian ini dilaksanakan pada saat pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Apabila jawaban yang disampaikan oleh orang yang diwawancarai atau narasumber setelah dianalisis dirasa kurang memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu sehingga diperoleh data atau informasi yang lebih kredibel.

Untuk menyajikan data agar mudah dipahami, maka langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analysis Interactive Model* dari Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclutions*).



1. Pengumpulan Data

© Pada analisis model pertama dilakukan pengumpulan data hasil wawancara, dan berbagai dokumen berdasarkan kategorisasi yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi (Miles dan Huberman, 2007: 16). Menurut Mantja (dalam Harsono, 2008: 169), reduksi data berlangsung secara terus menerus sepanjang penelitian belum diakhiri. Produk dari reduksi data adalah berupa ringkasan dari catatan lapangan, baik dari catatan awal, perluasan, maupun penambahan.

3. Penyajian Data

Dalam tahap selanjutnya, Sugiyono (2017: 249) mengatakan adalah penyajian data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2017: 249), yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data berupa teks yang bersifat naratif, maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya, disarankan dalam melakukan penyajian data, selain

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dengan teks yang naratif, juga dapat berupa grafik, matrik, dan *network* (jejaring kerja).

4. Penarikan Kesimpulan

Menurut Miles, dan Huberman (Sugiyono, 2017: 252) kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti yang valid, dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan sangat kredibel. Pada konteks ini, peneliti tidak hanya akan menuliskan hasil wawancara dengan tim dari @kami.unilever semata, tetapi setelah wawancara dilakukan, peneliti juga akan melihat seluruh bukti konkret lain mengenai strategi *employer branding* yang dibentuk oleh akun @kami.unilever. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, namun mungkin juga tidak, karena seperti yang telah dikemukakan, bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.