



BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti menjabarkan metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini, untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti teliti. Peneliti akan menjelaskan mengenai metode penelitian, pendekatan penelitian, objek penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data yang dipakai oleh peneliti.

A. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah konten akun Instagram @olympiqessence dari CV. Olympic Sari Rasa. Akun @olympiqessence ini dibuat pada tanggal 27 September 2020. Akun ini dibuat agar CV. Olympic Sari Rasa dapat menjangkau konsumen secara langsung melalui konten visual yang diunggah pada akun @olympiqessence.

Dalam penelitian ini, peneliti mengangkat konten visual akun @olympiqessence dengan memfokuskan pada konten yang diproduksi oleh tim media sosial CV. Olympic Sari Rasa. Dalam konten Instagram tersebut, peneliti akan menganalisa dengan menggunakan teori *visual branding* Marty Neumeier dan akan dikupas melalui 5 tahap yang terdiri dari diferensiasi, kolaborasi, inovasi, validasi, dan manajemen.

B. Desain Penelitian

Desain yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Kirk dan Miller (Moleong, 2018: 4) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Menurut Denzin dan Lincoln (Anggito dan Setiawan, 2018: 7) penelitian kualitatif adalah penelitian



yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Menurut Sugiyono (2020:18), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2018: 4) mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Hal tersebut mengidentifikasi hal-hal yang relevan dengan makna baik dalam beragamnya keadaan dunia keberagaman manusia, beragam tindakan, beragam kepercayaan dan minat dengan berfokus pada perbedaan bentuk-bentuk hal yang menimbulkan perbedaan makna.

Jenis atau tipe riset yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, catatan, atau memo, dan dokumen resmi lainnya. (Moleong, 2018 : 11)

C. Jenis Data

Data adalah bagian terpenting dari sebuah penelitian, karena dengan menggunakan data, peneliti dapat mengetahui hasil dari penelitian yang sudah dilakukan. Peneliti menggunakan dua sumber data untuk mendukung hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, yaitu:

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



1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2019: 193) yang di maksud dengan data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer berupa konten-konten, terutama gambar dari Instagram @olympiqessence yang dimiliki oleh CV. Olympic Sari Rasa dan dianalisa menggunakan teori *visual branding* Marty Neumeier sehingga dapat diperoleh data-data sesuai dengan keperluan penelitian. Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa karyawan CV. Olympic Sari Rasa yang memiliki peran dalam pembuatan konten Instagram @olympiqessence. Wawancara yang dilakukan bersifat wawancara semi terstruktur.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2019: 193) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder didapatkan dari sumber yang dapat mendukung penelitian antara lain dari dokumentasi dan literatur.

D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti melakukan berbagai upaya untuk bisa mengumpulkan data selengkap-lengkapnyanya. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti antara lain adalah :

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan indra, sehingga tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata saja. Mendengarkan, mencium, mengecap meraba termasuk salah satu bentuk dari observasi. Instrumen yang digunakan dalam observasi adalah panduan pengamatan. Agar hasil observasi dapat dipertanggungjawabkan maka sebaiknya observasi jangan hanya dilakukan oleh satu orang saja, sehingga dapat dibandingkan. Karena peneliti ikut serta dalam pembuatan konten visual yang terdapat pada media sosial Instagram @olympiqessence, peneliti akan menggunakan observasi aktif.



Menurut Sugiyono (2020 : 203), observasi aktif adalah observasi dimana peneliti terlibat dengan kegiatan sehari – hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Dengan observasi aktif, data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak. Namun, kelemahan terhadap observasi adalah pengamat terbatas dalam mengamati karena kedudukannya dalam kelompok atau hubungannya dengan anggota. Kelemahan yang kedua adalah observasi aktif sering sukar memisahkan diri walau hanya sesaat untuk membuat catatan hasil pengamatannya. Yang ketiga adalah hasil pengamatan berupa sejumlah besar data sering sukar dan sangat memakan waktu untuk menganalisisnya. (Moleong, 2018 : 184)

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu (Moleong, 2018 : 186). Lebih spesifiknya, menurut Esterberg pada Sugiyono (2020 : 304), wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2020 : 317). Pada saat wawancara peneliti tidak harus bertatap muka secara langsung tetapi melalui media tertentu misalnya melalui telepon, *teleconverence* atau *chatting* melalui internet.

Kelebihan dari teknik ini peneliti dapat menggali informasi sebanyak-banyaknya dari responden utama karena proses wawancara dapat terus berkembang. Kelemahan dari teknik ini adalah memerlukan biaya yang mahal, dan waktu yang cukup lama serta sulitnya mencari waktu yang cocok antara calon responden dengan pewawancara. Kelemahan wawancara adalah data yang diperoleh dari wawancara bias atau menyimpang dari yang seharusnya



sehingga data tersebut subjektif dan tidak akurat (Sugiyono, 2020 : 199). Esterberg (dalam Sugiyono, 2020 : 305) mengemukakan beberapa macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur. Setiap informan digali agar mengungkap motivasi, kepercayaan, sikap dan perasaan dasar pada topik yang diajukan oleh pewawancara. Wawancara terstruktur ini setiap narasumber diberikan pertanyaan yang sama. Dalam melakukan wawancara, selain harus membawa instrumen sebagai pendoman untuk wawancara, maka pengumpul data juga dapat menggunakan alat bantu seperti rekaman suara, gambar, brosur, dan material lain yang membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar (Sugiyono, 2020:233).

Pengumpulan data pada penelitian ini melalui proses wawancara dengan metode wawancara semiterstruktur dengan sejumlah informan. Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan wawancara terstruktur (Sugiyono, 2020 : 306). Peneliti menggunakan wawancara semiterstruktur dengan tujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana opihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.

Patton pada Moleong (2018 : 191-194) menggolongkan enam jenis pertanyaan yang saling berkaitan yaitu :

- a. Pertanyaan yang berkaitan dengan pengalaman

Pertanyaan ini digunakan untuk mengungkapkan pengalaman yang telah dialami oleh informan atau subjek yang diteliti dalam hidupnya, baik dalam kehidupan pada waktu masih kanak-kanak, selama di sekolah, di masyarakat, di tempat kerja dan lain lain.

1. Dilarang menyalin 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.



- b. Pertanyaan yang berkaitan dengan pendapat
- c. Pertanyaan yang berkaitan dengan pendapat informan tentang data dari sumber tertentu.
- d. Pertanyaan yang berkaitan dengan perasaan
Pertanyaan yang digunakan untuk mengungkapkan perasaan seseorang menggunakan pertanyaan yang tidak langsung.
- e. Pertanyaan tentang pengetahuan
Pertanyaan ini digunakan untuk menungkapkan pengetahuan informan suatu kasus atau peristiwa yang mungkin diketahui karena informan tersebut. Informan tersebut juga terpilih menjadi narasumber karena diduga terlibat dalam peristiwa tersebut.
- f. Pertanyaan yang berkenaan dengan indera
Pertanyaan ini digunakan untuk mengungkapkan data atau informasi karena yang bersangkutan melihat, mendengarkan, meraba, dan mencium suatu peristiwa.
- g. Pertanyaan yang berkaitan dengan latar belakang atau demografi
Pertanyaan ini digunakan untuk mengungkapkan latar belakang subjek yang dipelajari yang meliputi status sosial ekonomi, latar belakang pendidikan, asal usul, tempat lahir, usia, pekerjaan, dan lain lain.

3. Studi Pustaka

Peneliti juga akan melakukan studi pustaka yang bertujuan untuk melengkapi data penelitian yang mengacu pada wacana-wacana pustaka sebagai referensi dalam penelitian. Melalui penelusuran literatur atau mencari data untuk mendapatkan data lain yang berhubungan dengan penelitian ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



E. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna (Sugiyono, 2020: 9).

Menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2020: 246) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi data

Melakukan pembedahan konten dalam dengan menggunakan teori *visual branding* Marty Neumeier lalu dilihat dalam keempat tahap yaitu, diferensiasi, kolaborasi, inovasi, evaluasi, dan manajemen. Analisis yang digunakan sebagai upaya mengetahui *visual branding* yang dilakukan oleh CV. Olympic Sari Rasa pada media sosial Instagramnya.

2. Penyajian Data

Data yang didapat peneliti diperoleh dari manajemen perusahaan CV. Olympic Sari Rasa dengan melakukan wawancara. Informasi yang didapat bertujuan untuk menyaring hal-hal mana yang penting terkait dengan penelitian yang diteliti dan mencocokkan antar data yang didapat dalam hal analisis *visual branding* Marty Neumeier dari konten visual @olympiqessence.

3. Penarikan kesimpulan

Hasil penelitian yang telah terkumpul dan terangkum, peneliti cocokkan kembali terhadap data yang telah didapat dari studi kepustakaan dan teori-teori yang sudah ada dan

akan dicocokkan juga dengan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti agar kesimpulan yang telah dikaji disepakati untuk ditulis sebagai laporan yang memiliki tingkat

kepercayaan yang benar.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.