

BAB 3

MODEL PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini dilakukan secara kualitatif yang mana penelitian kualitatif sendiri harus bersifat deskriptif analitis dari segi pengumpulan data agar dapat memberikan penjelasan sedalam-dalamnya. Penelitian ini juga bersifat induktif yaitu dimulai dari fenomena yang terjadi di lapangan dengan berfokus pada makna yang dapat diteliti serta digali dari fenomena tersebut sehingga juga mengutamakan akan pentingnya proses penelitian yang berjalan, bukan hanya mengacu pada hasil yang diinginkan. Penelitian ini berfokus untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam - dalamnya dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya. Hal ini menunjukkan pentingnya detail suatu data yang diteliti. Jenis pendekatan yang akan digunakan oleh pengimplementasian yaitu dengan Metode *Fenomenologi (Phenomenology)*. *Fenomenologi* adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan tentang realitas yang tampak. Fenomena yang tampak adalah refleksi dari realitas yang tidak berdiri sendiri karena ia memiliki makna yang memerlukan penafsiran lebih lanjut. Menurut Hegel, *Fenomenologi* mengacu pada pengalaman sebagaimana yang muncul pada kesadaran, ia menjelaskan *Fenomenologi* adalah ilmu menggambarkan apa yang seseorang terima, rasakan dan ketahui didalam kesadaran langsungnya dan pengalamannya. Dan apa yang muncul dari kesadaran itulah yang disebut sebagai fenomena. *Fenomenologi* ingin mengungkapkan apa yang menjadi realitas dan pengalaman yang dialami individu, mengungkapkan dan memahami sesuatu yang tidak nampak dari pengalaman subjektif individu. Oleh karenanya, pengimplementasian tidak dapat memasukkan dan mengembangkan asumsi-asumsinya di dalam Penelitiannya.

Disini peneliti melakukan penelitian dengan terjun langsung ke lapangan, mendeskripsikan dan mengkonstruksi realitas yang ada serta melakukan pendekatan terhadap sumber informasi, sehingga diharapkan data yang didapatkan akan lebih maksimal. Dengan menggunakan metode analisis secara kualitatif diharapkan dapat mendeskripsikan bagaimana analisa penerapan digital marketing dengan menggunakan pendekatan Segmenting, Targeting dan Positioning pada persewaan kostum cosplay

Andrecosrent. Untuk memperoleh data sebanyak mungkin, detail dan orisinal, maka selama penelitian di lapangan, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat atau instrumen utama dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono, peneliti kualitatif disebut sebagai human instrumen yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya. Peneliti berkedudukan sebagai instrumen penelitian yang memiliki tanggung jawab penting atas proses penelitian.

Pada pendekatan kualitatif ini, untuk memperoleh informasi dengan wawancara mendalam dengan informan sekaligus dengan telaah dokumen dan observasi untuk mengkaji target pasar dan positioning. Pelaksanaan penelitian ini didahului dengan menganalisis target pasar dan posisi yang akan ditanamkan di benak *customers*.

3.2 Karakteristik Penelitian Kualitatif

Menurut Ningsih (2015: 56) berikut ini adalah beberapa karakteristik penelitian kualitatif yaitu:

1. Penelitian kualitatif dilaksanakan pada latar alamiah (bukan dibuat-buat/artifisial), yaitu tempat di mana kejadian dan perilaku manusia berlangsung.
2. Asumsi-asumsi pada penelitian kualitatif amat berbeda dengan penelitian kuantitatif.
3. Dalam melaksanakan penelitian kualitatif, justru penelitilah yang merupakan instrumen utama penelitian untuk mengumpulkan data.
4. Data yang dikumpulkan pada penelitian kualitatif lebih cenderung bersifat deskriptif atau penggambaran dalam bentuk kata-kata, bukan dominan angka-angka.
5. Penelitian kualitatif berfokus pada menggali persepsi dan pengalaman partisipan (pihak-pihak yang terlibat dalam) penelitian.
6. Pada penelitian kualitatif, proses pelaksanaan penelitian sama pentingnya dengan hasil penelitian (produk). Peneliti, selama prosesnya berusaha memahami bagaimana suatu kejadian berlangsung.
7. Data pada penelitian kualitatif ditafsirkan dalam pemahaman idiografis, bukan untuk membuat atau merumuskan generalisasi.

8. Dalam merancang penelitian, peneliti pada penelitian kualitatif harus mencoba merekonstruksi penafsiran dan pemahaman dengan sumber data, yaitu manusia.
9. Proses penelitian kualitatif hingga menghasilkan produk penelitian, lebih mengandalkan pada tacit knowledge (intuisi dan perasaan), hal ini disebabkan oleh karena data tidak dapat dikuantifikasi. Data adalah apresiasi dari majemuknya suatu keadaan (kenyataan kejadian).
10. Pada penelitian kualitatif amat perlu menjunjung tinggi objektivitas dan kebenaran. Akan tetapi kriterianya berbeda dengan penelitian kuantitatif, karena derajat kepercayaannya diperoleh dari verifikasi berdasarkan koherensi, wawasan, dan manfaat.

3.3 Obyek/Situs Penelitian

Obyek penelitian ini adalah persewaan AndrecoRent. AndrecoRent merupakan jasa persewaan kostum *Cosplay* karakter anime Jepang yang menyediakan berbagai macam koleksi anime dari perempuan hingga laki-laki. Penetapan obyek penelitian merupakan tahap yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Lokasi penelitian dilakukan di galeri AndrecoRent di Jl. Bukirsari blok G-04 Kota Malang.

Yang di maksud dengan situs penelitian ini adalah suatu tempat dimana peneliti menangkap keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan. Sesuai permasalahan yang di mukakan dalam bab terdahulu, maka penetapan situs penelitian adalah galeri AndrecoRent.

3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian yaitu subyek penelitian yang mana dari mereka data penelitian dapat diperoleh, memiliki pengetahuan luas dan mendalam mengenai permasalahan penelitian sehingga memberi informasi yang bermanfaat. Informan juga berfungsi sebagai pemberi umpan balik terhadap data penelitian (Burham Bungin, 2010). Dalam penelitian ini informan yang dipilih adalah para pelanggan AndrecoRent.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang benar untuk mendapatkan data yang dibutuhkan peneliti. Data yang diperoleh harus valid dan sesuai dengan apa yang terjadi pada subyek penelitian. Dalam teknik pengumpulan data harus adanya hubungan dengan metode lainnya agar data yang terkumpul dapat dijabarkan dan mudah untuk diteliti. Berikut pengertian jenis teknik pengumpulan data:

1. Wawancara

Wawancara merupakan proses interaksi atau komunikasi secara langsung antara pewawancara dengan informan. Agar wawancara efektif, maka terdapat berapa tahapan yang harus dilalui, yakni mengenalkan diri, menjelaskan maksud kedatangan, menjelaskan materi wawancara, dan mengajukan pertanyaan. Ketika penyewa melakukan pengembalian kostum, dengan memanfaatkan waktu yang diijinkan oleh penyewa maka antara penyewa dengan peneliti sepakat untuk melakukan wawancara. Wawancara yang dilakukan dengan informan yang jumlahnya relatif terbatas ini memiliki tujuan agar peneliti memungkinkan mengadakan kontak secara langsung hina mendapatkan data dan informasi mendalam. Proses wawancara ini dilakukan Dalam wawancara dengan informan, peneliti memberikan keleluasaan kepada informan untuk menjawab segala pertanyaan, sehingga memperkuat data-data melalui pengamatan. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur dan menggunakan pedoman wawancara. Keunggulan dari metode wawancara ini ialah peneliti dapat mengetahui isi pikiran dan hati informan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Nasution (1992: 73) menjelaskan bahwa "Teknik wawancara terkandung maksud untuk mengetahui apa yang ada dalam pikiran dan hati informan. Dengan wawancara ini, diharapkan dapat menjaring sejumlah data verbal mengenai persepsi informan. Pemikiran, oleh peneliti dibandingkan dengan bahasa tubuh. Sebelum melakukan wawancara, peneliti menyiapkan daftar pertanyaan sebagai pedoman ketika telah berada di lapangan. Daftar pertanyaan disesuaikan dengan alur proses penelitian. Namun daftar pertanyaan tersebut bukanlah sesuatu yang bersifat baku, tetapi dapat mengalami perubahan sesuai situasi dan kondisi di lokasi penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan subyek penelitian dengan tetap berpegang pada arah, sasaran, serta fokus penelitian.

Pendapat Lincoln dan Guba menjelaskan bahwa ada lima langkah penting dalam melakukan wawancara, yaitu:

1. Menentukan siapa yang akan diinterview.
2. Menyiapkan bahan-bahan interview langkah-langkah pendahuluan.
3. Mengatur kecepatan menginterview.
4. Mengupayakan agar produktif.

Mengakhiri interview. Berdasarkan langkah-langkah di atas, maka langkah awal yang peneliti lakukan ialah menentukan siapa-siapa saja yang akan diwawancarai. Setelah informan ditentukan, selanjutnya peneliti menyusun pedoman wawancara sebagai acuan dalam mengumpulkan data melalui metode wawancara. Pedoman wawancara juga akan memandu peneliti untuk tidak keluar dari focus penelitian. Sebelum melakukan wawancara, peneliti juga melakukan kesepakatan dengan informan mengenai waktu dan tempat untuk wawancara. Hasil dari wawancara tersebut kadang-kadang dapat dicatat langsung di depan informan, dan kadang-kadang tidak perlu dicatat. Hal ini untuk menghindari kekakuan dan menimbulkan kesan seolah-olah peneliti mencari-cari kesalahan terhadap orang yang diwawancarai. Oleh karena itu peneliti perlu mengetahui hal-hal mana saja yang bias dicatat secara langsung, dan mana hal-hal yang tidak perlu dicatat secara langsung. Wawancara ini dilakukan untuk melengkapi data-data hasil observasi. Wawancara ini dilakukan Pengumpulan dengan wawancara mempunyai beberapa keuntungan seperti jawaban yang dilakukan informan secara spontan hingga jawaban dapat lebih dipercaya, kemudian dapat digunakan untuk menilai kebenaran dan keyakinan terhadap jawaban yang diberikan, dapat membantu informan untuk mengingat kembali hal-hal yang lupa dan data yang diperoleh adalah data primer. Sedangkan Emzir (2012, hlm, 51) mengemukakan bahwa wawancara dapat dibagi menjadi dua macam berdasarkan bentuk-bentuk pertanyaan yang diajukan, yaitu;

1. Wawancara Terbuka

Wawancara terbuka yaitu wawancara yang dilakukan peneliti dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mengundang jawaban terbuka misalnya menanyakan pendapat seseorang. Wawancara terbuka memiliki

kelebihan dari segi kekayaan datanya, akan tetapi sulit untuk mengklasifikasikan jawaban yang diajukan. Wawancara jenis ini banyak dipergunakan dalam penelitian kualitatif yang menuntut lebih banyak informasi apa adanya tanpa intervensi peneliti.

2. Wawancara Tertutup

Wawancara tertutup yaitu wawancara dengan mengajukan pertanyaan yang menurut jawaban-jawaban tertentu misalnya pertanyaan yang memerlukan jawaban ya atau tidak, atau setuju, atau ragu-ragu, tidak setuju. Wawancara jenis ini mempunyai keistimewaan dalam hal mudahnya mengklasifikasikan dan menganalisis

3.6 Tahapan melakukan wawancara

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 informan yang mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report, setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2019: 235), yaitu:

- a. Menetapkan kepada siapa wawancara akan dilakukan.
- b. Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan.
- c. Mengawali atau membuka alur wawancara.
- d. Melangsungkan alur wawancara
- e. Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya.
- f. Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan.
- g. Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh.

3.7 Tahapan Penelitian

Penelitian kualitatif analisis data dilakukan yakni; sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data. Nasution, (1992: 36) menyatakan “Analisis telah dirumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penelitian dan hasil penelitian dicapai. Analisis data merupakan satu tahapan yang sangat penting dalam penelitian, karena memungkinkan peneliti memberikan makna terhadap data yang dikumpulkan. Tujuan utama dari tahap analisis data ialah untuk mempermudah peneliti mengorganisasikan data yang diperoleh dari lapangan. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini mempunyai dua corak analisis, yaitu melakukan analisis saat mempertajam keabsahan data dan melakukan analisis melalui interpretasi pada data secara keseluruhan

Secara singkat dapat diketahui terdapat beberapa langkah-langkah dalam metode penelitian deskriptif, yakni:

1. Mengidentifikasi adanya permasalahan yang signifikan untuk dipecahkan melalui metode deskriptif.
2. Membatasi dan merumuskan permasalahan secara jelas.
3. Menentukan tujuan dan manfaat penelitian.
4. Melakukan studi pustaka yang berkaitan dengan permasalahan.
5. Menentukan kerangka berfikir dan pertanyaan serta hipotesis.
6. Mendesain metode penelitian yang hendak digunakan termasuk menentukan populasi, sampel, teknik sampling, instrument pengumpulan data dan menganalisis data.
7. Mengumpulkan, mengorganisasi, dan menganalisis data dengan menggunakan teknik statistik yang relevan dan membuat laporan penelitian.

Data hasil penelitian dianalisis dengan metode fenomenologi, yaitu mencoba menyajikan dan memahami makna di balik data yang diperoleh ke dalam tema-tema tertentu. Lebih lanjut, menurut Creswell metode analisis dan interpretasi data yang paling sering digunakan adalah modifikasi metode Stevick-Colaizzi-Keen dari Moustakas. Prosedur analisis data dalam penelitian menurut Creswell meliputi:

1. Peneliti memulai dengan mendeskripsikan secara menyeluruh pengalamannya.
2. Peneliti kemudian menyusun daftar pertanyaan (dalam wawancara) yang mengungkap makna pengalaman bagi para individu, serta menanyakan kepada mereka untuk menguraikan pengalaman pentingnya.
3. Peneliti mengumpulkan data dari individu yang mengalami fenomena yang diteliti. Data yang diperoleh melalui wawancara yang mendalam kepada informan.
4. Peneliti melakukan analisis data fenomenologis. Dengan mendeskripsikan sepenuhnya fenomena yang dialami subjek penelitian. Seluruh hasil wawancara dengan subjek penelitian ditranskripsikan ke dalam bahan tulisan. Kemudian pada tahap horisonalisasi data hasil transkrip tersebut peneliti menginventarisasi pernyataan-pernyataan penting yang relevan dengan topik. Kemudian di tahap *cluster of meaning* peneliti mengklasifikasikan pernyataan-pernyataan tadi ke dalam tema atau unit makna, serta menyisihkan pernyataan yang tumpang tindih atau berulang.
5. Peneliti mengonstruksi (membangun) deskripsi menyeluruh mengenai makna dan esensi pengalaman para subjek
6. Peneliti melaporkan hasil penelitiannya, yang memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pembaca tentang bagaimana seseorang mengalami suatu fenomena, laporan penelitian menunjukkan adanya kesatuan makna tunggal dari pengalaman, dimana seluruh pengalaman itu memiliki “struktur” yang penting.

Dalam tahap analisis data, juga tidak menutup kemungkinan terjadi reduksi data. Reduksi data ialah pencatatan kembali dalam bentuk uraian dan laporan secara rinci dan sistematis. Hal ini dilakukan untuk menelaah kembali seluruh catatan lapangan yang diperoleh melalui wawancara. Data yang direduksi memberi gambaran yang lebih tajam dan jelas tentang hasil pengamatan dan ini juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali daya yang diperlukan.

Dalam penelitian ini peneliti menguji keabsahan data dilakukan dengan mengandalkan kompetensi subjek riset, dimana subjek riset harus kredibel. Kredibel disini artinya adalah subjek merupakan orang yang memiliki pengalaman dan pengetahuan mengenai masalah riset. Dalam penelitian ini menggunakan Teknik *trustworthiness*, yaitu menguji kebenaran dan kejujuran subjek dalam menangkap realitas sesuai dengan apa yang

ditangkap dan dirasakan. *Trustworthiness* sendiri mencakup dua hal yaitu autensitas dan triangulasi. Peneliti disini menggunakan analisis triangulasi. Analisis triangulasi merupakan teknik analisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris yang ada. Terdapat pula beberapa jenis triangulasi yaitu triangulasi informan, triangulasi waktu, triangulasi teori, triangulasi periset, dan triangulasi metode. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik triangulasi informan, yaitu membandingkan hasil pengamatan dengan data-data yang dikumpulkan guna mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informan yang diperoleh dari sumber berbeda.

3.8 Tahapan mengimplementasikan *Segmenting, Targeting dan Positioning*

Dengan adanya gambaran penjelasan mengenai teori baik dalam sisi digital ataupun dalam sisi segmentasi, targeting, serta positioning (STP) sesuai yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Maka tahapan dalam pengimplementasian teori-teori tersebut ke dalam fenomena yang diteliti yaitu dari persewaan kostum *cosplay* AndrecoSrent. Maka peneliti mengelompokkan beberapa segmen agar dapat mengetahui bagaimana menarik target dengan benar melalui *platform* dunia digital seperti media sosial yang sudah dimiliki oleh AndrecoSrent.

Tahapan melakukan proses segmentasi pasar :

1. Survey Stage, merupakan tahap melakukan eksplorasi baik melalui observasi atau dengan wawancara terhadap beberapa kelompok pelanggan untuk memperoleh keterangan mengenai pengalaman saat menyewa kostum *cosplay* di AndrecoSrent. Dengan adanya gambaran tentang preferensi pelanggan, peneliti dapat menggali lebih lanjut dengan metode yang akan diterapkan
2. Analysis Stage merupakan tahap analisis terhadap informasi yang telah diperoleh melalui survey. Analisis dapat dilakukan dengan menerapkan analisis faktor untuk menelaah variabel-variabel mana yang berkorelasi tinggi kemudian menerapkan analisis cluster untuk menciptakan atau mengetahui kelompok-kelompok pasar yang secara signifikan memiliki perbedaan karakteristik.
3. Profiling Stage merupakan tahap untuk mengidentifikasi profil masing-masing cluster yang terbentuk. Dengan ini akan teridentifikasi perbedaan masing-masing cluster

berdasarkan sikap dan perilaku, demografi atau psikografi, manfaat atau value yang diharapkan dari sebuah program, kemudian masing-masing cluster diberi nama berdasarkan karakteristik yang menonjol.

Apabila diimplementasikan dalam pola segmentasi maka didapati sebagai berikut :

1. Pola ini mensegmentasikan kustomer Andrecosrent yang memiliki preferensi yang relatif sama. Dalam hal ini yaitu para peminat budaya jepang terutama *cosplayer*.
2. Dari banyaknya peminat tersebut akan terdapat perbedaan pilihan dari setiap orang yang akan disesuaikan dengan kepribadian masing-masing. Orang yang berada di dalam suatu kelompok yang sama biasanya memiliki selera atau kecenderungan yang sama.
3. Pengelompokan segmentasi secara geografis : Target dari Andrecosrent tidak hanya yang berada di Kota Malang saja, melainkan dari Kota maupun Kabupaten disekitarnya. Lokasi menimbulkan pertimbangan biaya untuk layanan transportasi.
4. Pengelompokan secara demografis : segmentasi yang membagi pasar berdasarkan usia, jenis kelamin, dan tingkat pendapatan maupun status pekerjaannya. Hal ini dikarenakan peminat budaya jepangan atau *cosplay* ini rata-rata adalah remaja yang usianya berkisar 13-25 tahun.
5. Pengelompokan secara psikografi : segmentasi ini lebih membidik kepada hobi atau kebiasaan berkumpul dengan rekan-rekan maupun komunitas. Maka target Andrecosrent adalah peminat budaya jepangan yang berupa individu maupun komunitas terutama di Kota Malang.

Selanjutnya yaitu Targeting. Targeting merupakan tindakan menilai ketertarikan dan minat dari beberapa segmen, kemudian menentukan segmen pasar mana yang akan dijadikan sebagai target pasar. Target pasar dipahami sebagai kelompok yang dipilih oleh suatu bisnis untuk dijadikan sebagai calon *customers* dengan melakukan penargetan dan segmentasi. Dalam hal ini pelaku bisnis mengelompokkan beberapa segmen yang mungkin berkaitan dan ada yang tidak, kemudian akan diseleksi menjadi lebih spesifik untuk menuju target pasar.

Kemudian langkah akhirnya yaitu Positioning. Kunci utama keberhasilan positioning terletak pada persepsi yang diciptakan dari persepsi terhadap dirinya sendiri, persepsi terhadap pesaing, persepsi terhadap pelanggan. Untuk memposisikan citra baik

bisnis kedalam benak kustomer atau bahkan calon kustomer maka dilakukan dengan komunikasi dengan cara yang sopan serta positif. Cara mengkomunikasikannya bisa dilakukan dengan cara mengidentifikasi keunggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing kemudian dikemas sedemikian menarik agar meningkatkan posisi bisnis tersebut di benak kustomer. Alasan yang diinginkan suatu segmen dalam memilih suatu produk atau jasa juga harus kita ketahui untuk memanfaatkan peluang dalam memasuki posisi di kehidupan para konsumen.

3.9 Tahapan mengimplementasikan *Digital Marketing*

Pola yang sudah digambarkan akan diimplementasikan dalam kecanggihan digital dengan memanfaatkan *digital marketing*. *Digital marketing* dapat dilakukan didalam fitur advertising yang di fitur tersebut akan memudahkan pelaku pemasaran untuk mensegmenkan pasar, mulai dari usia hingga hobi taupun konten yang disukainya. Kemudian fitur itu juga dapat dimanfaatkan untuk membuat orang akan sering melihat konten yang dipasarkan tanpa terlihat seperti iklan sehingga calon konsumen tidak merasa terganggu. Fitur ini dapat diaplikasikan dalam pemetaan segmen, pentargetan calon konsumen hingga memposisikan perusahaan dalam benak konsumen. Fitur yang tertera dalam media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* ini bisa jadi sebagai digital marketing yang dapat bekerja maksimal untuk diterapkan pada segmentasi pasar para peminat *cosplay* karena dapat dipastikan di era revolusi digital ini seluruhnya bermain serta memiliki akun media sosial. Hal ini memudahkan pelaku pemasaran untuk menyeleksi pasar dan memudahkan konsumen untuk mengunjungi *platform* yang dimiliki pelaku pemasaran.