

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif. Fadli (2020) mengemukakan bahwa tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memahami kondisi suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks yang alami (*natural setting*). Penelitian kualitatif merujuk pada penelitian tentang kehidupan orang, pengalaman hidup, perilaku, emosi, dan perasaan serta tentang fungsi organisasi, gerakan sosial, fenomena budaya, dan interaksi antar negara. Ini berarti penelitian kualitatif tidak bersifat statistik dan menggabungkan banyak realitas (Yulianty and Jufri, 2020).

Menurut Firmansyah, *et.al* (2021) penelitian kualitatif akan mengacu pada konsep dari makna, definisi, karakteristik, metafora, simbol dan hal lain berkaitan dengan deskripsi. Penelitian ini disebut sebagai penelitian kualitatif karena pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam terkait fenomena peningkatan pesat keanggotaan Korea For Everyone melalui promosi *digital marketing* budaya Korea dan program *K-Influencer* dan *Honorary Reporter* yang tengah terjadi dan mendapatkan informasi yang valid melalui wawancara narasumber tanpa adanya manipulasi di dalamnya. Sehingga data yang diberikan akan dapat memberikan hasil yang relevan terkait fenomena yang tengah diamati.

Pendekatan kualitatif yang diterapkan oleh peneliti adalah pendekatan studi kasus dimana penelitian ini tidak hanya meneliti satu narasumber melainkan beberapa narasumber yang berkaitan langsung dengan fenomena yang tengah diteliti. Penelitian ini menggunakan model triangulasi dengan menggabungkan wawancara secara terstruktur, wawancara lebih mendalam terhadap *K-Influencer* dan *Honorary Reporter* yang terafiliasi dengan komunitas Korea For Everyone. Febriyantoro dan Arisandi (2018) menegaskan bahwa penelitian kualitatif

bertujuan untuk memperoleh gambaran secara utuh terkait suatu hal menurut pandangan manusia yang tengah diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat atau kepercayaan orang yang diteliti dan tidak dapat diukur dengan angka. Dalam mengimplementasikan *digital marketing* sebagai strategi pemasaran komunitas Korea For Everyone Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus dapat menjelaskan informasi mengenai kegiatan dan program secara faktual dan eksklusif dari *K-Influencer* dan *Honorary Reporter* yang berafiliasi dengan Korea For Everyone Indonesia.

3.2 Obyek/Situs Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada komunitas Korea For Everyone Indonesia yang berlokasi di gedung MCC dan dipergunakan sebagai *homebase* yang bekerja sama dengan Malang Creative Center, Malang, Jawa Timur, Indonesia.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Data dan Sumber Data

3.3.1.1. Data Primer

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini mengambil sumber data yaitu data primer untuk mengetahui hasil daripada penelitian yang sudah dilakukan. Balaka (2022) menyatakan bahwa data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya melalui wawancara, eksperimen dan sebagainya. Data primer selalu bersifat spesifik sesuai dengan kebutuhan peneliti. Dalam penelitian ini terdapat data primer yang dibutuhkan oleh peneliti untuk dapat mengetahui hasil penelitian, berikut data yang dibutuhkan :

1. Peningkatan anggota melalui pemanfaatan platform media sosial oleh *K-Influencer* dan *Honorary Reporter* dalam upaya promosi Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang

2. Peran *K-Influencer* dan *Honorary Reporter* dalam pembuatan konten dan produksi konten sesuai dengan *trend digital marketing* dalam upaya promosi Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang
3. Respon anggota dan dampak atas *output* konten yang telah dibuat oleh *K-Influencer* dan *Honorary Reporter* dalam upaya promosi Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang

Data primer yang termuat dalam penelitian ini relevan dengan *digital marketing* melalui *Influencer* dan *Brand Ambassador* untuk meningkatkan *branding* dari agensi hiburan atau komunitas yang relevan dengan subjek yang diteliti. Pada penelitian ini tentunya ada subjek yang akan menjadi sumber wawancara terkait fenomena implementasi *digital marketing* yang dilakukan oleh *K-Influencer* dan *Honorary Reporter* yang berafiliasi dengan Korea For Everyone Indonesia. Berikut adalah informan yang akan menjadi sumber wawancara, sebagai berikut :

- 3 Staff Manajemen KFE
- 1 Stakeholder Partnership
- 5 anggota yang berafiliasi dengan Korea For Everyone Indonesia

3.3.1.2. Data Sekunder

Balaka (2022) mengemukakan bahwa data sekunder merupakan data yang bukan dihasilkan dan dikumpulkan oleh peneliti, melainkan data yang sudah diolah. Sumber data sekunder juga bertujuan untuk melengkapi data yang dibutuhkan dalam data primer dapat berupa artikel, website, berita dan literatur yang berkaitan. Data sekunder yang termuat dalam penelitian ini relevan dengan *digital marketing* melalui *Influencer* dan *Brand Ambassador* untuk meningkatkan *branding* dari agensi hiburan atau komunitas yang relevan dengan subjek yang diteliti.

Pada penelitian ini peneliti memasukkan data berupa dokumentasi kegiatan Korea For Everyone Indonesia di kota Malang dan hasil observasi

lapangan mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh Korea For Everyone Indonesia di kota Malang sebagai data pendukung data primer penelitian.

3.4 Tahapan Pengumpulan Data

Safarudin, *et.al* (2023) menegaskan bahwa data dalam penelitian kualitatif dapat diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam atau biasa disebut dengan triangulasi. Data analisis kualitatif bersifat induktif dimana data tersebut akan dikembangkan menjadi suatu hipotesis. Menurut Sugiono (2020) dalam kutipannya terkait metode analisis data kualitatif terdapat langkah-langkah dalam analisisnya. Terdapat berbagai teknik pengumpulan data yang umum digunakan. Salah satunya adalah wawancara, yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan partisipan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan pandangan mereka terkait topik penelitian (Merriam dalam Ardiansyah, *et.al*, 2023). Berdasarkan kutipan di atas peneliti menggunakan teknik wawancara, dokumentasi dan observasi dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini :

a) Wawancara

Riskiono, *et. al.* (2020) mengutarakan bahwa wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antar pengumpul data maupun peneliti terhadap narasumber atau sumber data. Dalam hal ini peneliti menentukan narasumber yang sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini yaitu K-Influencer yang terafiliasi dengan Korea For Everyone. Teknik wawancara yang peneliti terapkan adalah wawancara terstruktur dimana peneliti menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data. (Suryani, *et. al*, 2020). Tujuan adanya wawancara adalah sebagai data pendukung dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk menganalisis peningkatan, peran, respon serta dampak konten sosial media K-Influencer dan Honorary Reporter untuk mempromosikan Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang. Berikut adalah pertanyaan yang diberikan oleh peneliti kepada informan :

• 6 Pertanyaan Khusus 3 Staff Manajemen Korea For Everyone Indonesia :

- 1) Mengapa Digital Marketing untuk promosi Komunitas Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang itu penting ?
- 2) Bagaimana peran K-Influencer dan Honorary Reporter dalam mempromosikan Komunitas Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang ?
- 3) Apakah perlu diadakan pembinaan khusus untuk anggota K-Influencer dan Honorary Reporter di dalam Komunitas Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang ?
- 4) Bagaimana kegiatan mentoring untuk para K-Influencer dan Honorary Reporter di dalam Komunitas Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang ?
- 5) Bagaimana langkah-langkah yang dilakukan Komunitas Korea For Everyone Indonesia untuk mendukung konten K-Influencer dan Honorary Reporter?
- 6) Apakah ada hambatan dalam menyusun, merancang dan mempromosikan konten K-Influencer dan Honorary Reporter dalam mempromosikan Komunitas Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang?

• 3 Pertanyaan Khusus Partnership Korea For Everyone Indonesia :

- 1) Apa yang Anda ketahui tentang Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang?
- 2) Apa yang membuat Anda ingin bekerjasama dengan Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang?
- 3) Feedback apa yang anda harapkan dari kerjasama yang terjalin bersama Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang?

• 3 Pertanyaan Khusus Anggota Korea For Everyone Indonesia :

- 1) Apa yang dimaksud dengan program K-Influencer dan Honorary Reporter?
- 2) Manfaat apa yang dapat diperoleh dari berafiliasi dengan Komunitas Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang?

3) Bagaimana dampak yang ditimbulkan atas output konten yang telah dibuat oleh K-Influencer dan Honorary Reporter untuk mempromosikan Komunitas Korea For Everyone Indonesia?

• 3 Pertanyaan General Partnership dan Anggota Korea For Everyone :

- 1) Bagaimana tanggapan Anda terkait promosi digital marketing Korea For Everyone Indonesia saat ini?
- 2) Menurut Anda, konten seperti apa yang harus dikembangkan oleh K-Influencer dan Honorary Reporter?
- 3) Harapan Anda untuk kegiatan promosi digital marketing Korea For Everyone kedepannya seperti apa?

b) Dokumentasi

Fauzan (2018) mengemukakan bahwa dokumentasi merupakan foto atau citra yang merupakan hal lumrah yang dibutuhkan oleh siapa saja. Dokumentasi di era modern sudah sangat berkembang dan tidak menggunakan film atau kodak karena seiring berkembangnya zaman maka penggunaan kamera digital pun mempermudah pemakainya. Data dari kamera digital dapat disimpan pada perangkat keras atau alat seperti komputer dan dapat menjadi sebuah data. Adapun dokumen dalam penelitian ini berupa hasil konten dan berita serta dokumentasi poster K-Influencer dan Honorary Reporter yang terafiliasi dengan Korea For Everyone dan bertujuan untuk menganalisis peningkatan, peran, respon serta dampak konten sosial media K-Influencer dan Honorary Reporter untuk mempromosikan Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang.

c) Observasi

Ichsan dan Ali (2020) menerangkan bahwa teknik observasi merupakan teknik yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif, penelitian dengan basis visual dan auditif yang sampai sekarang masih inferior dan minim dilakukan. Sebelum memasuki tahapan dan analisis data diperlukan pemahaman karakteristik terkait objek yang diteliti sehingga dalam hal ini peneliti mendatangi langsung

lokasi penelitian untuk mengamati kegiatan pembuatan konten secara langsung yang melibatkan interaksi antar anggota Korea For Everyone Indonesia dan bertujuan untuk menganalisis peningkatan, peran, respon serta dampak konten sosial media K-Influencer dan Honorary Reporter untuk mempromosikan Korea For Everyone Indonesia di Kota Malang.

3.5 Teknik Analisis Data

a. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam. Dengan menggunakan teknik Dalam pengumpulan data ini sangat penting karena dari data tersebut akan dapat menjawab fokus permasalahan penelitian.

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan sebuah proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan wawasan tinggi. Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak maka perlu dicatat dan dianalisis data melalui reduksi data. Mereduksi data sendiri berarti merangkum dan memusatkan pada hal-hal yang penting (Safarudin, *et.al*, 2023). Hasil dari wawancara akan direduksi oleh peneliti sebelum dirangkum untuk penyajian data.

c. Penyajian Data

Data yang telah direduksi selanjutnya akan disajikan dengan bahasa yang lebih sistematis, dan sesuai dengan rumusan masalah agar mudah dipahami dan dapat menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian. Sajian data ini juga tidak hanya berupa narasi melainkan dapat berupa skema, gambar ataupun tabel sebagai pendukung narasi dari penyajian data.

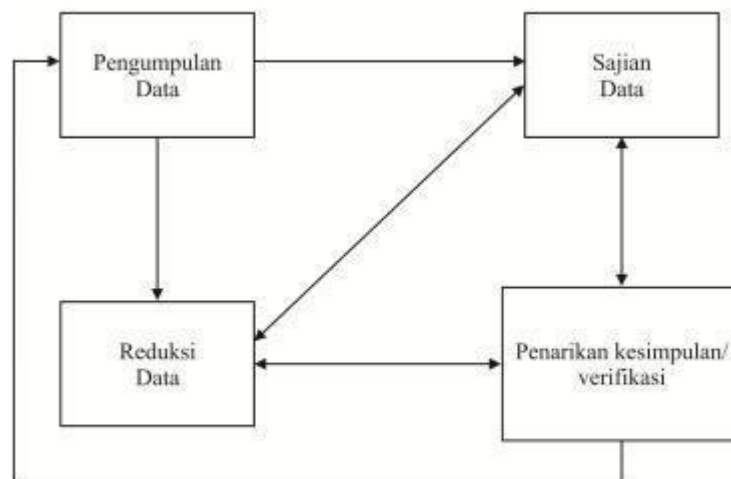
d. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kesimpulan yang memuat hasil temuan baru dan belum pernah ada. Untuk memperkuat hasil simpulan dibutuhkan pemantapan dan verifikasi simpulan yang dapat dipertanggungjawabkan. Kesimpulan

juga dilakukan verifikasi saat penelitian lapangan berlangsung dimana hal ini berguna sebagai tinjauan ulang dari catatan penelitian di lapangan. Paramitha (2019) menegaskan bahwa kesimpulan final akan muncul bergantung pada besarnya kumpulan catatan lapangan, pengkodean, penyimpanan dan kecakapan peneliti.

Gambar 3.5.

Bagan 1. Model Analisis Interaktif Miles and Hubberman



3.4.1. Validitas Data

3.4.1.1. Triangulasi Data

Alfansyur dan Mariyani (2020) mengemukakan bahwa metode triangulasi data adalah adalah suatu metode yang digunakan sebagai percobaan untuk menguji sebuah informasi yang dikatakan valid melalui riset. Menurut Nasution, triangulasi tidak hanya digunakan untuk mengecek kebenaran data melainkan dapat digunakan sebagai upaya untuk menyelidiki validitas tafsiran penelitian terhadap data. Oleh sebab itu, triangulasi bersifat rekletif. Triangulasi data dibedakan menjadi tiga yaitu triangulasi sumber, teknik dan waktu. Mekarisce (2020) mengungkapkan bahwa triangulasi sumber didapatkan dari berbagai sumber. Triangulasi yang diterapkan oleh peneliti adalah triangulasi teknik dimana dilakukan dengan pengecekan kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda.