

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena bertujuan untuk menggali dan memahami strategi komunikasi rekrutmen yang dilakukan oleh perusahaan Bagoplek secara mendalam dan kontekstual, sebagaimana disarankan oleh Creswell (2014), bahwa pendekatan kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi makna dari fenomena sosial secara holistik. Pendekatan ini juga sejalan dengan pandangan Moleong (2019) yang menekankan pentingnya memahami pengalaman subjek dalam konteks alaminya.

Pendekatan ini dipilih karena lebih sesuai untuk menggali makna, persepsi, dan pengalaman subjektif yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Peneliti ingin mengeksplorasi bagaimana strategi media sosial dijalankan dan dirasakan secara nyata oleh pihak perusahaan maupun pencari kerja.

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus, karena penelitian ini menelusuri secara spesifik praktik komunikasi rekrutmen yang dijalankan oleh satu perusahaan, yaitu Bagoplek. Menurut Yin (2018), studi kasus cocok digunakan ketika peneliti ingin memahami fenomena dalam konteks kehidupan nyata, dan batas antara fenomena dan konteksnya tidak tampak jelas. Selain itu, pendekatan studi kasus memberikan ruang untuk eksplorasi yang mendalam terhadap proses, dinamika, serta persepsi dari berbagai informan terkait.

3.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi rekrutmen yang dijalankan oleh perusahaan Bagoplek, sebuah usaha di bidang makanan dan minuman yang berbasis di Kota Malang, melalui media sosial Instagram. Strategi ini dijalankan tidak hanya melalui akun Instagram resmi milik perusahaan, tetapi juga melalui kerja sama promosi dengan akun pihak ketiga seperti @lokermalang, yang memiliki jangkauan audiens luas dan berfokus pada penyebaran informasi lowongan kerja di wilayah Malang dan sekitarnya.

Penelitian ini secara khusus menyoroti bagaimana strategi tersebut diterapkan untuk menarik kandidat, serta dampaknya terhadap terbentuknya efektivitas pencarian informasi kerja dari sudut pandang calon pelamar. Peneliti fokus pada aspek konten visual dan naratif, pola komunikasi yang dibangun, serta persepsi yang terbentuk terhadap perusahaan melalui penggunaan Instagram sebagai media rekrutmen.

Objek ini dipilih karena Bagoplek menghadapi tantangan dalam menyampaikan informasi rekrutmen secara konsisten dan transparan, terutama ketika memanfaatkan akun pihak ketiga yang tidak sepenuhnya berada di bawah kendali perusahaan. Masalah seperti ketidaksesuaian antara informasi yang disampaikan dengan kondisi aktual, atau minimnya interaksi langsung antara perusahaan dan pelamar, menjadi hal penting untuk dianalisis karena dapat memengaruhi tingkat kepercayaan dan pengalaman pencarian kerja bagi kandidat.

Dengan demikian, objek penelitian ini tidak hanya relevan secara praktis bagi Bagoplek dalam mengoptimalkan strategi rekrutmennya, tetapi juga memberikan kontribusi pada pemahaman akademik mengenai efektivitas media sosial, khususnya Instagram, dalam konteks komunikasi rekrutmen di perusahaan lokal.

3.3 Informan Penelitian

1. Owner Bagoplek

Sebagai pemilik perusahaan, informan ini memiliki peran strategis dalam menentukan arah dan kebijakan komunikasi perusahaan, termasuk keputusan untuk menggunakan media sosial Instagram dalam proses rekrutmen.

2. HRD Bagoplek

Informan ini bertanggung jawab langsung terhadap pelaksanaan proses rekrutmen, mulai dari pembuatan konten informasi lowongan, komunikasi dengan pihak ketiga seperti @lokermalang, hingga evaluasi terhadap respons kandidat. HRD memberikan informasi penting terkait teknis pelaksanaan strategi rekrutmen melalui media sosial.

3. Karyawan Bagoplek

Informan ini merupakan individu yang saat ini bekerja di Bagoplek dan diperoleh melalui dua kategori:

- Karyawan yang mengetahui dan melamar pekerjaan melalui informasi di Instagram, baik akun resmi Bagoplek maupun akun pihak ketiga @lokermalang.
- Karyawan yang tidak melamar melalui Instagram, namun dapat memberikan sudut pandang terkait efektivitas dan persepsi terhadap strategi komunikasi rekrutmen yang digunakan perusahaan.

Dengan melibatkan ketiga kelompok informan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran menyeluruh mengenai strategi rekrutmen dari sisi perencanaan, pelaksana, dan pengalaman kandidat. Jumlah informan akan disesuaikan berdasarkan prinsip data saturation, yaitu ketika data yang diperoleh telah cukup dan tidak memberikan informasi baru yang signifikan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan secara kualitatif dengan tujuan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai strategi rekrutmen melalui Instagram yang diterapkan oleh Bagoplek serta persepsi para pihak terkait.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada informan yang telah ditentukan, yaitu owner, HRD, dan beberapa karyawan Bagoplek. Teknik ini digunakan untuk menggali perspektif masing-masing informan terkait strategi komunikasi rekrutmen melalui media sosial Instagram, pelaksanaannya, serta dampaknya terhadap efektivitas pencarian informasi kerja. Wawancara memungkinkan peneliti mendapatkan data kontekstual, naratif, dan deskriptif yang tidak bisa dijangkau melalui data kuantitatif.

2. Observasi

Peneliti juga melakukan observasi terhadap konten-konten rekrutmen yang dipublikasikan oleh akun Instagram resmi Bagoplek maupun akun pihak ketiga seperti @lokermalang. Observasi dilakukan untuk mencermati gaya komunikasi visual, pemilihan kata, konsistensi informasi, serta interaksi yang terjadi di media sosial. Hasil observasi ini menjadi pelengkap terhadap data hasil wawancara, sehingga peneliti dapat membandingkan antara apa yang disampaikan oleh informan dengan realitas konten yang ada.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder seperti tangkapan layar konten Instagram yang berkaitan dengan lowongan kerja Bagoplek, serta dokumen-dokumen internal (jika diperbolehkan) yang berkaitan dengan strategi rekrutmen perusahaan. Teknik ini bertujuan untuk memperkuat temuan dan memberikan bukti visual yang mendukung hasil analisis.

Penggunaan ketiga teknik ini secara triangulasi bertujuan untuk meningkatkan validitas data dan memperoleh gambaran yang utuh mengenai fenomena yang diteliti.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif ini, analisis data dilakukan secara sistematis dan berurutan untuk menggambarkan, menginterpretasikan, dan menarik kesimpulan dari informasi yang diperoleh di lapangan. Penelitian ini menggunakan model analisis data Miles dan Huberman (sugiyono 2018). yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu:

1. Reduksi Data

Tahap ini dilakukan dengan memilah, menyederhanakan, dan mengorganisir data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti menyeleksi informasi yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu strategi rekrutmen melalui Instagram, serta dampaknya terhadap efektivitas

pencarian kerja. Reduksi data membantu peneliti untuk fokus pada data yang paling bermakna dan sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikannya dalam bentuk narasi deskriptif, kutipan-kutipan dari wawancara. Penyajian ini bertujuan agar peneliti dapat memahami pola atau hubungan antar kategori data secara lebih jelas dan sistematis.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahap ini, peneliti menarik kesimpulan dari pola-pola yang ditemukan, serta memverifikasinya dengan membandingkan antar sumber data (triangulasi), baik dari wawancara, observasi, maupun dokumentasi. Kesimpulan ini mencerminkan pemahaman mendalam mengenai bagaimana strategi Instagram digunakan dalam proses rekrutmen, dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi efektivitas akses informasi bagi calon kandidat.

Teknik analisis ini bersifat interaktif dan berlangsung terus-menerus selama proses penelitian. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menangkap makna di balik tindakan, persepsi, dan pengalaman para informan secara mendalam dan kontekstual.