

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan metode penelitian, jenis penelitian, penelitian dan jenis penelitian, Subyek dan Obyek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

#### **3.1 Metode dan Jenis Penelitian**

Metode penelitian membantu peneliti untuk memperoleh kebenaran ilmiah yang berkualitas dan dapat dipertanggung jawabkan. Peneliti perlu menempuh cara-cara yang logis, kritis dan sistematis yang mampu untuk mendapatkan pemecahan masalah atau mendapatkan jawaban yang benar tentang masalah yang diteliti.

##### **3.1.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Pada metode penelitian ini metode yang digunakan adalah metode *Studi Kasus*.

##### **3.1.2 Jenis Penelitian**

Penelitian terdiri dari beberapa jenis. Jenis penelitian tergantung pada data dan cara memperoleh data. Salah satu cara mudah untuk melihat jenis penelitian yaitu dilihat dari datanya (Alfianika, 2018: 19).

Jenis penelitian digunakan adalah deskriptif kualitatif. Karena metode ini dapat digunakan untuk menemukan dan memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadang kala merupakan suatu yang sulit untuk dipahami secara

memuaskan. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana tanggapan dari para remaja mengenai gaya promosi produk kecantikan @daskinbeauty. Pemahaman ini tidak ditentukan terlebih dulu, tetapi didapatkan setelah selesai melakukan analisis terhadap fenomena sosial dan berbagai data yang menjadi fokus penelitian serta kemudian ditarik kesimpulan berupa pemahaman umum tentang fakta-fakta tersebut dengan berbagai sumber.

**3.2 Unit Analisis**

Unit analisis adalah entitas yang menjadi fokus penelitian. Ini bisa berupa individu, kelompok, benda, atau suatu latar peristiwa sosial. Peneliti memilih unit analisis sesuai dengan tujuan penelitian dan pertanyaan penelitian yang diajukan.

**Tabel 3.2 Unit Analisis**

NO.	Visual / Gambar	Keterangan
1.	 <p>The image shows a screenshot of a social media post. At the top, there is a product box for 'WATER BI' with a price tag of 'Rp 43.000'. Below the product, there is a caption in Indonesian: 'Siapa bilang kecantikan viral?'. There are several comments from users, including one that says 'Siapa bilang kecantikan viral?'. The background of the post is a dark, textured surface.</p>	<p>Konsumen memberikan tanggapan setelah memakai produk yang dipromosikan, tanggapan dari konsumen ini menunjukan kepuasan terhadap produk skincare wajah tersebut.</p>

<p>2.</p>		<p>Konsumen mendapatkan kepuasan dengan berbelanja pada @daskinbeauty, tetapi konsumen juga bisa menyakan tips untuk langkah-langkah memakai skincare wajah yang benar.</p>
<p>3.</p>		<p>Konsumen yang sering berbelanja pada @daskinbeauty, yang sekali beli bisa berbagai macam skincare.</p>

(Sumber Dokumentasi instagram @daskinbeauty)

## **4 Definisi Konstruk dan Indikator**

Defenisi Konstruk dan Indikator menjadi salah satu hal penting yang peneliti gunakan dalam melakukan penelitian ini, sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **3.3.1 Konstruk**

Menurut Darus, konstruk dan konsep memiliki fungsi yang sama, tetapi lebih abstrak karena karakteristik bukanlah hubungan langsung antara abstraksi dan manifestasi yang diamati.

Konstruk dalam penelitian ini adalah pengenalan dan kebertimaan terhadap merek produk skincare @daskinbeauty dikalangan remaja khususnya followers online shop daskin beauty kota maumere.

### **3.3.2 Indikator**

Peneliti ingin melakukan penelitian pada konsumen mengenai adanya Brand Awareness pada produk kecantikan skincare wajah @daskinbeauty pada media sosial instagram, indikatornya sebagai berikut:

- 1) *Brand Recall*, Brand Recall atau daya ingat merek adalah kemampuan konsumen untuk mengingat suatu merek tanpa bantuan stimulus eksternal. Ketika dihadapkan dengan pertanyaan tentang merek, konsumen yang memiliki brand recall yang baik dapat dengan mudah menyebutkan merek-merek tertentu.. Dalam penelitian ini ingin meneliti mengenai seberapa kenal konsumen dengan merek skincare yang dijual pada @daskinbeauty.

- 2) *Brand Recognition*, daya ingat merek adalah kemampuan konsumen untuk mengenali dan mengidentifikasi suatu merek dalam satu kategori produk tertentu. Daya ingat konsumen terhadap suatu merek dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk ciri-ciri unik dari merek tersebut. Dalam penelitian ini ingin meneliti seberapa kenal konsumen dengan merek skincare dengan diberi bantuan menyebutkan ciri-ciri dari merek tersebut.
- 3) *Purchase Decision*, Daya ingat konsumen untuk memasukkan merek produk perusahaan ke dalam alternatif pilihan keranjang belanja mereka ketika mereka akan membeli produk atau layanan. Dalam penelitian ini ingin melihat isi dari keranjang belanja konsumen produk skincare dari @daskinbeauty.
- 4) *Consumption*, Merek yang sudah menjadi "top of mind" memberikan kemudahan karena konsumen tidak perlu melakukan pencarian aktif atau membandingkan terlalu banyak opsi.. Dalam penelitian ini ingin meneliti merek skincare yang sudah menjadi top of mine.

## **5 Subyek dan Obyek**

Subyek penelitian adalah remaja Kelurahan Kota Baru Maumere. Alasan memilih subyek atau informan karena penulis berasal dari wilayah ini dan melihat banyak remaja membeli dan berbelanja produk skincare pada @daskinbeauty.

Obyek penelitian remaja pengguna skincare wajah @daskinbeauty yang berlokasi pada Kelurahan Kota Baru, Kecamatan Alok Timur, Kabupaten Sikka.

## **6 Sumber Data, Informan, Teknik Pengumpulan Data**

### **3.5.1 Sumber Data**

Sumber data yang data dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif ini antara lain sebagai berikut:

#### a) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber informasi yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian di lapangan. Objek penelitian dapat berupa perorangan, kelompok, atau organisasi. Data primer diperoleh dari narasumber atau informan. Narasumber merupakan individu atau kelompok yang memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan dengan topik penelitian. Mereka menjadi sumber utama informasi yang diperlukan oleh peneliti. Pada penelitian ini yang menjadi narasumber atau informan adalah: Konsumen Remaja @daskinbeauty

#### b) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder memainkan peran penting dalam penelitian dan mengacu pada informasi yang diperoleh dari sumber kedua, bukan dari pengumpulan langsung oleh peneliti. Sumber data sekunder mencakup informasi yang diperoleh dari sumber kedua, seperti dokumen, arsip, literatur, atau sumber data lainnya yang telah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya. Pada penelitian ini, sumber data sekunder yang diperoleh meliputi:

- 1) Bukti wawancara bersama remaja atau konsumen @daskinbeauty.
- 2) Bukti penilaian dari remaja mengenai produk melalui komentar pada media sosial instagram @daskinbeauty.

### **3.5.2 Informan**

Informan penelitian adalah orang yang diminta untuk memberikan informasi tentang situasi atau tanggapan dari suatu latar belakang penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 5 informan konsumen remaja followers dari @daskinbeauty yang berusia 16-19 tahun, dalam pembelian skincare wajah pada media sosial instagram. Alasan penulis memilih konsumen remaja yaitu :

1. Pada usia remaja biasanya mereka memperhatikan penampilan wajah atau keadaan fisik lainnya dan dalam proses pertumbuhan mereka banyak timbulnya jerawat, komedo dan banyak masalah muka lainnya.
2. Dalam lingkungan penulis juga remaja pada usia ini banyak yang membeli kebutuhan skincare mereka pada @daskinbeauty.

### **3.5.3 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam proses pengumpulan data penelitian dilakukan beberapa metode, yaitu sebagai berikut :

1. Wawancara. Wawancara melibatkan interaksi langsung antara pewawancara dan narasumber, di mana pertanyaan diajukan dan jawaban diberikan secara verbal. Komunikasi ini bersifat saling mempengaruhi dan dinamis. Data yang diperoleh berupa pendapat, persepsi, perasaan dan pengetahuan. Dalam wawancara tersebut narasumbernya adalah pemilik dari Daskin Beauty.
2. Observasi. observasi merupakan metode pengumpulan data dalam penelitian yang melibatkan pengamatan langsung terhadap objek penelitian di lapangan.

Observasi melibatkan peneliti secara langsung mengamati objek penelitian atau situasi di lapangan. Data yang diperoleh berasal dari interaksi interpersonal, sikap, tindakan, pembicaraan, atau aspek lainnya yang diamati. Peneliti melakukan observasi melihat secara langsung bagaimana kegiatan penggunaan instagram yang dilakukan oleh toko Daskin Beauty melalui akun Instagramnya @dakinbeauty sehingga bisa digunakan sebagai media promosi melalui media Instagram.

3. Dokumen. Dokumen surat penting atau berharga yang sifatnya tertulis atau tercetak yang dapat di pakai sebagai bukti ataupun keterangan. Dokumen ini berupa material yang tertulis dan tersimpan. Dokumen ini adalah hasil dari observasi dan wawancara kepada remaja konsumen followers @daskinbeauty mengenai kepuasan dan keberadaan skincare wajah dari @daskinbeauty.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Peneliti menganalisa data dengan cara mengumpulkan data yang kongkrit terlebih dahulu sebelum diinterpretasikan. Hal ini supaya dapat mengklarifikasi secara efisien dan efektif mengenai data-data yang terkumpul.