

BAB III

OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini merupakan sasaran ilmiah untuk mendapat sebuah data sesuai dengan kegunaan dan tujuan tertentu mengenai sebuah hal yang valid, reliabel, dan objektif. Objek penelitian ini difokuskan untuk memperlancar penelitian (Sugiyono, 2020). Dengan memilih titik fokus akan mempermudah penelitian yang sedang berlangsung. Ada juga objek yang peneliti pilih adalah strategi digital marketing yang dijalankan oleh MUA Dessy Wedding melalui media sosial berupa Instagram.

Objek dalam penelitian ini adalah MUA Dessy Wedding. MUA Dessy Wedding merupakan Perusahaan di bidang jasa Make Up Artist untuk mempercantik dan memperindah wajah calon pengantin. Selain MUA, Dessy Wedding menyediakan berbagai jasa di bidang pernikahan mulai dari Decoration, Catering, Photography, Event Organizer, dan Wedding Organizer.

Dessy Wedding memanfaatkan media sosial Instagram selaku media promosi sudah cukup lama dan sudah mempunyai banyak pengikut Instagram mencapai 52.000 lebih. Sekarang Make Up Artist sangat mempengaruhi sebuah acara pernikahan, terutama untuk hal kepuasan Pengantin.

Dessy Wedding Galery sendiri merupakan sebuah label nama bisnis yang bergerak dibidang makeup artist dan gaun pernikahan yang dimiliki oleh Desi Purnamasari yang dibangun pada 2015 dan memiliki Gallery Offline yang berada di Cimasuk Residence Blok E-6 Karangpawitan Garut.

Dessy Wedding menggunakan media sosial Instagram untuk memberikan informasi dan hal tersebut bisa dijadikan sebagai kesempatan bagi Dessy Wedding dalam meningkatkan Brand Awareness di Masyarakat luas.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh sebuah data yang sesuai dengan kegunaan dan tujuan. Demi tercapainya tujuan tersebut diperlukan sebuah pemilihan metode yang relevan (Sugiyono, 2020). Pada kajian ini diperlukan metode sebagai tahapan awal yang harus dilalui oleh peneliti dalam menyelesaikan sebuah permasalahan guna mewujudkan tujuan peneliti. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan model triangulasi yang mengkombinasikan antara metode wawancara secara mendalam, observasi dan studi dokumentasi kepada Dessy Wedding dalam melakukan kegiatan marketing pada akun media sosial Instagram mereka. Observasi dan wawancara pada penelitian ini dilakukan di lokasi penelitian dengan caranya memberikan pertanyaan terhadap owner Dessy Wedding dan team konten Dessy Wedding dengan tujuan mengetahui kegiatan marketing yang dilakukan Dessy Wedding melalui media sosial Instagram mereka.

3.2.1 Paradigma Penelitian

Memiliki makna sebagai suatu sudut pandang untuk mengevaluasi terjadinya fenomena disekitar dan cara bersikap dalam merespons fenomena yang muncul. Bhaskar dan Roy mengatakan, paradigma dapat diartikan sebagai sebuah serangkaian asumsi serta keyakinan. Asumsi ini lalu dianggap sebagai suatu kebenaran yang dapat dipercaya, dan dapat dibuktikan secara empiris kebenarannya

sampai asumsi tersebut berakhir serta dapat di validasi sebagai *accepted assume to be true* (Agus, 2006)

Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivisme, yaitu paradigma penelitian yang di dalamnya menyoroti subjektivitas penelitian (Aulia & Widiarti, 2018). Hal ini dapat membuat arah dalam paradigma post-positivisme lebih tertata dengan pendekatan penelitian subjektif dan memudahkan peneliti untuk mengembangkan penelitiannya, sehingga dapat mencapai titik tujuan dari sebuah penelitian yaitu peneliti ingin mendapatkan informasi mengenai Digital Marketing Mua Dessy Wedding melalui media sosial, dengan memperhatikan secara langsung dan mengarahkan pertemuan dengan sumber terkait.

Maka dari itu peneliti mencoba mendapatkan data sebanyak-banyaknya sampai data yang didapat cukup untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan berdasarkan sudut pandang narasumber dan informan sesuai dengan kriteria yang digunakan.

3.2.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan metode utama yang digunakan peneliti untuk menjawab sebuah rumusan masalah untuk tercapainya tujuan (Sukandarrumidi, 2012). Dalam metode penelitian ini peneliti memanfaatkan pendekatan kualitatif, dimana peneliti yang menjalankan penelitian secara langsung serta terperinci dengan mengadakan pengamatan terhadap objek penelitian. Dalam proses penelitian ini peneliti mencari data dan akses kepada informan serta narasumber.

Peneliti meminta ketersediaan informan dan narasumber dalam menentukan jadwal untuk wawancara, lalu meminta data informan serta narasumber yang sudah dihubungi sebelumnya, lalu peneliti mengajukan beberapa pertanyaan terkait objek yang diteliti, dalam memberikan pertanyaan tentunya peneliti mengkaitkannya dengan strategi pemasaran. Selain itu, peneliti juga mengamati kegiatan marketing yang dilakukan MUA Dessy Wedding melalui media sosial khususnya akun Instagram MUA Dessy Wedding.

3.2.3 Penentuan Informan dan Narasumber

Dalam penentuan informan dan narasumber peneliti menggunakan Teknik purpose sampling, dalam teknik ini peneliti memilih informan serta narasumber yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Jumlah narasumber yang dipilih terdiri dari 2 orang, diantaranya ada Owner Vendor Wedding yang juga merangkap sebagai dosen dan specialist/konsultan wedding. Dalam hal ini Informan juga sangat diperlukan untuk keperluan data yang mendukung, Jumlah informan yang dipilih terdiri dari 2 orang, diantaranya ada owner dan content creator MUA Dessy Wedding.

3.2.4 Penentuan Informan

Pada kajian ini peneliti memilih 2 informan yang dimana informan tersebut adalah salah satu owner dan kemudian orang yang mempunyai hubungan dekat dengan MUA Dessy Wedding, berikut kriteria informan yang wajib dimiliki:

1. Pengelola Wedding
2. Bersedia meluangkan waktu untuk diwawancara

3. Pernah memakai jasa MUA Dessy Wedding terutama yang mengenal melalui instagram

Tabel 3.1 Data Informan

NO	Nama	Keterangan		Status
1	Hedy Gunawan	Informan		Pengurus Asosiasi Wedding Garut
2	Andreas Saptayudha Ramadhan	Informan		Konten Creator MUA Dessy Wedding
3	Devi Triyani	Informan		Manajer MUA Dessy Wedding
4	Evi Fitriani	Informan		Client MUA Dessy Wedding
5	Santi	Informan		Client MUA Dessy Wedding

3.2.5 Penentuan Narasumber

Dalam penentuan narasumber peneliti memilih 2 narasumber yang mana narasumber tersebut adalah dosen dari fakultas FKOMINFO Universitas Garut Dan Specialist Wedding. Narasumber Tersebut sangat ahli dalam bidang Wedding dan Marketing, maka dari itu kriteria yang wajib dimiliki sebagai berikut:

1. Mempunyai pengetahuan luas tentang dunia wedding
2. Aktif dalam dunia wedding
3. Mempunyai pengetahuan luas tentang marketing
4. Bersedia meluangkan waktu untuk diwawancara

Tabel 3.2 Data Narasumber

No	Nama	Keterangan	Status
1	Lutfi Burhanudin, S.I.KOM	Narasumber	Dosen Mc dan Protokoler, Mc Wedding dan Manager Bumi Upi Garut
2	Herdiansyah Fajar Nugraha, S.I.KOM	Narasumber	Manajer sekaligus Marketing Studio Photo Project By Historia

3.2.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah krusial dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data. Tanpa penerapan teknik yang tepat dalam pengumpulan data, penelitian tidak akan memperoleh informasi yang sesuai dengan standar yang berlaku dan tidak akan memenuhi harapan peneliti.

Ditinjau dari segi teknik atau cara pengumpulan data, maka peneliti melakukan observasi dan wawancara ataupun penggabungan dari data yang diperoleh (Sugiyono, 2020).

Berikut Teknik Pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu:

3.2.6.1 Observasi

Observasi dalam konteks metodologi penelitian didefinisikan sebagai suatu prosedur sistematis untuk melakukan pengamatan dan pendokumentasian terhadap berbagai manifestasi empiris yang teramati dari suatu fenomena tertentu pada objek kajian. Teknik ini melibatkan proses pengumpulan data primer melalui pencatatan terstruktur terhadap aspek-aspek visual yang muncul dalam konteks penelitian, yang memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai karakteristik dan dinamika fenomena yang sedang diteliti. (Ummah, 2019).

Dalam hal ini peneliti menjalankan observasi partisipan, yang dimana peneliti terlibat secara langsung di dalam objek penelitian, maka dari itu peneliti dapat memahami apa yang terjadi di dalamnya, seperti penurunan pelanggan yang di alami MUA Dessy Wedding, dan peneliti juga pernah mengalami akan hal tersebut bahkan semua orang khususnya dalam kegiatan di bidang usaha dan jasa.

3.2.6.2 Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi antara dua individu yang dilakukan untuk pertukaran ide dan informasi melalui serangkaian

pertanyaan dan jawaban, yang memungkinkan konstruksi makna mengenai suatu topik tertentu. (Sugiyono, 2020)

3.2.6.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah peneliti teliti terlebih dahulu. Dokumentasi bisa berupa gambar, tulisan, atau karya-karya monumental dari seorang individu (Sugiyono, 2020). Sehingga dalam Teknik pengumpul data dengan dokumentasi ini peneliti mengambil dokumentasi berupa lampiran saat sedang proses wawancara serta bukti dari akun instagram MUA Dessy Wedding dalam bentuk screenshot.

3.2.7 Analisis Data

Analisis data dapat diartikan sebagai proses pengolahan dan pengorganisasian data yang diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, serta pencatatan lapangan secara sistematis. Proses ini melibatkan pengkategorian data ke dalam unit-unit tertentu, sintesis informasi, penyusunan dalam pola yang jelas, penentuan aspek yang paling relevan untuk dipelajari, serta penarikan kesimpulan yang dapat dipahami dengan mudah oleh peneliti sendiri maupun pihak lain (Sugiyono, 2018).

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis triangulasi, hal ini diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai metode pengumpulan data dan sumber yang sudah ada. Dalam proses ini, peneliti tidak hanya mengumpulkan data, tetapi juga melakukan uji kredibilitas data dengan memverifikasi keabsahan informasi melalui penggunaan berbagai teknik pengumpulan dan sumber data yang berbeda dalam penelitian. (Sugiyono, 2018)

3.2.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik ini merupakan pengujian kebenaran sebuah data yang dapat dilakukan dengan mengecek data yang didapat dari Owner MUA Dessy Wedding, dari ketiga teknik tersebut bisa menghasilkan sebuah kesimpulan mengenai Strategi Marketing MUA Dessy Wedding.

3.2.8.1 Kriteria Kepastian

Kriteria ini berasal dari konsep "objektivitas" menurut nonkualitatif.

Non kualitatif menentukan objektivitas dari segi kesepakatan antar subjek. Disini ditetapkan terkait objektif atau tidaknya tergantung dari persetujuan banyak pihak terkait pendapat, pandangan, dan penemuan orang. Dapat diungkapkan bahwa pengalaman orang itu subjektif apabila di dalamnya terdapat kesepakatan dari banyak pihak barulah bisa dianggap objektif (Mulia, 2024)

Dalam penelitian ini konsep objektif dapat dilihat dari lokasi MUA Dessy Wedding dimana sudah berdiri lama, selain itu kepastian juga bisa dilihat melalui akun Instagram Dessy Wedding yang sudah memiliki 52.200 lebih Pengikut dan 4.530 lebih postingan. Data yang didapat peneliti bersifat sesuai dan pasti karena sudah diperoleh melalui validitas kepastian.

3.2.8.2. Kriteria Kepercayaan

Pendekatan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat subyektif, sehingga diperlukan uji obyektifitas, dimana pengujian pada penelitian kualitatif dinamakan juga sebagai uji *confirmability*. Penelitian

ini dapat dinyatakan obyektif jika hasil penelitian ini mendapat kesepakatan banyak pihak (Sugiyono, 2020)

Pada proses penelitian ini dapat dibuktikan pada data serta informasi valid yang peneliti temukan, seperti data yang akan diteliti pada akun media sosial instagram @mua.dessywedding yang digunakan oleh MUA Dessy Wedding dalam kegiatan mempromosikannya cukup populer dan banyak digunakan dalam kegiatan digital marketing. Oleh karena itu data dikategorikan valid serta dapat diperoleh dan ditemukan oleh publik sosial media.

3.2.8.3 Kriteria ketergantungan

Dalam kriteria ketergantungan ini penelitian mengenai Strategy Digital Marketing MUA Dessy Wedding pada media sosial Instagram terdapat kriteria ketergantungan. Banyaknya pembahasan terkait digital marketing pada berbagai penelitian, hal tersebut dapat dilihat dalam berbagai judul penelitian yang digunakan para peneliti dalam membahas tentang digital marketing.

3.2.9 Tempat Dan Jadwal Penelitian

3.2.9.1 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat di mana peneliti mendapat informast tentang data yang dibutuhkan. Lokasi penelitian disini sebagai tempat penelitian ini akan diadakan. Maka lokasi yang dipilih harus sesuai dengan topik yang diambil. Dengan dipilihnya lokasi ini, diharapkan penelitian ini dapat mendapatkan hal-hal baru yang lebih bermakna.

Lokasi yang diambil pada penelitian ini adalah Galery MUA Dessy Wedding (Cimasuk Residence, Suci Kec.Karangpawitan, Kabupaten Garut, Jawa Barat)

3.2.9.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini akan diadakan pada bulan Januari 2025 hingga bulan November 2025. Berikut merupakan jadwal penelitian yang dapat dilihat ditabel sebagai berikut:

.

Tabel 3. 1 Matriks Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2025												Tahun 2026
		Januari	Februari	Mar et	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desem ber	Januari
1.	Pra Penelitian													
2	Diskusi Judul													
3	Pengajuan Judul													
4	Acc Judul													
5	Penyusunan Proposal Usulan Penelitian													
6	Bimbingan Usulan Penelitian													
7	Bab I													

8	Bab II													
9	Bab III													
10	Acc Proposal Penelitian													
11	Seminar Usulan Penelitian													
12	Wawancara													
13	Bimbingan Skripsi													
14	Bab IV													
15	Bab V													
16	Acc Skripsi													

