

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami fenomena berdasarkan data yang diperoleh melalui kata-kata, bukan angka atau prosedur statistik. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali makna, pandangan, dan pengalaman subjek secara mendalam, dengan fokus pada konteks yang terjadi secara nyata di lapangan. Hal ini sejalan dengan pandangan (Creswell & Poth, 2016). yang menegaskan bahwa metode kualitatif sangat tepat untuk mengeksplorasi pengalaman partisipan dalam konteks pemasaran digital di sektor layanan kesehatan.

Pendekatan studi kasus dipilih dalam penelitian ini karena peneliti ingin memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai strategi pemasaran melalui media sosial yang diterapkan oleh Rumah Hipnotis Solo dan bagaimana strategi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan jumlah klien. Studi kasus memungkinkan peneliti mengeksplorasi secara mendalam satu unit kasus tertentu, dalam hal ini Rumah Hipnotis Solo (RHS), dengan memperhatikan berbagai aspek yang saling berkaitan. (Yin, 2018) menyebutkan bahwa studi kasus merupakan strategi penelitian yang sesuai untuk meneliti fenomena kontemporer yang tidak dapat dipisahkan dari konteks nyata.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada pihak-pihak yang relevan, yaitu pemilik, staf pemasaran, dan klien Rumah Hipnotis Solo. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap aktivitas promosi di media sosial serta dokumentasi berupa arsip digital dan konten Instagram yang digunakan sebagai media promosi. Analisis konten media sosial, khususnya akun Instagram Rumah Hipnotis Solo, turut dilakukan untuk memperkuat temuan dan memberikan gambaran tentang efektivitas strategi digital marketing yang dijalankan. Menurut (Alejandro & Zhao, 2024), menggabungkan metode kualitatif seperti thematic analysis dengan pendekatan lain (contohnya discourse analysis) dapat meningkatkan depth wawasan dalam penelitian berbasis media sosial.

Dengan menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif ini, peneliti berusaha menemukan fakta di lapangan dan menginterpretasikan data secara naratif, untuk menjawab pertanyaan utama dalam penelitian, yaitu seberapa efektif penggunaan media sosial dalam membangun hubungan personal dengan calon konsumen serta dalam meningkatkan jumlah klien di Rumah Hipnotis Solo.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Hipnotis Solo yang beralamat di Jalan Bima, RT 01/RW 07, Jagalan, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah. Lokasi ini dipilih secara purposive karena menjadi pusat pelayanan

klien sekaligus tempat pengelolaan aktivitas media sosial, sehingga relevan untuk menggali secara mendalam bagaimana strategi digital marketing diterapkan dalam praktik nyata. Pemilihan lokasi berbasis konteks usaha seperti ini lazim dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti menangkap interaksi antara strategi pemasaran online dan pengalaman konsumen secara langsung (Creswell & Poth, 2016), pemilihan Rumah Hipnotis Solo sebagai lokasi penelitian mendukung tujuan penelitian untuk memahami efektivitas media sosial dalam meningkatkan hubungan dengan calon klien maupun jumlah klien secara nyata.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer diperoleh langsung dari sumber utama melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi aktivitas. Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan pendekatan semi-terstruktur agar peneliti bisa menggali informasi secara lebih fleksibel dan mendalam. Narasumber utama dalam penelitian ini adalah owner Rumah Hipnotis Solo yang memberikan penjelasan mengenai latar belakang usaha, strategi pemasaran media sosial, serta pengaruhnya terhadap peningkatan jumlah klien.

Selain itu, staf yang menangani media sosial juga diwawancarai untuk menjelaskan proses pembuatan konten, interaksi dengan audiens, serta pelaksanaan kampanye digital yang berjalan. Peneliti juga memilih beberapa klien secara purposive, yaitu mereka yang mengenal dan

menggunakan layanan Rumah Hipnotis Solo berdasarkan konten media sosial, guna mendapatkan perspektif dari sisi konsumen.

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap aktivitas pemasaran di media sosial serta suasana pelayanan di lokasi praktik. Dokumentasi berupa foto dan catatan lapangan dikumpulkan sebagai bukti nyata yang mendukung temuan dari wawancara dan observasi tersebut.

2. Data sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung yang telah tersedia sebelumnya dan relevan dengan penelitian ini. Salah satu sumber utama adalah konten yang diunggah oleh akun resmi media sosial Rumah Hipnotis Solo, seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Konten ini dianalisis untuk mengetahui jenis konten yang dibagikan, bentuk komunikasi yang digunakan, serta respon audiens yang terlihat dari jumlah tayangan, komentar, likes, shares, dan tindakan lanjutan seperti menghubungi kontak WhatsApp.

Selain itu, tangkapan layar (screenshot) unggahan media sosial juga dikumpulkan sebagai bagian dari dokumentasi untuk analisis lebih mendalam. Peneliti juga memanfaatkan sumber-sumber lain seperti artikel online, situs web, dan literatur ilmiah terkait strategi pemasaran digital dan perilaku konsumen untuk memberikan landasan teori dan konteks yang kuat.

Penggabungan data primer dan sekunder ini menggunakan pendekatan triangulasi data yang bertujuan memperkuat validitas dan

kedalaman analisis, sehingga hasil penelitian lebih objektif dan dapat dipertanggungjawabkan.

D. Teknik Penentuan Narasumber

Menurut (Sugiyono, 2014) populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat diambil kesimpulannya. Jadi, populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang mempunyai kaitan dengan fokus permasalahan yang ingin diteliti.

Informan penelitian ini ada dua macam, yaitu :

1. Informan Kunci (key informan) merupakan pihak yang memiliki pengetahuan mendalam dan peran penting terkait dengan topik penelitian. Pada penelitian ini, informan kunci terdiri dari Owner Rumah Hipnotis Solo dan staf pemasaran. Mereka dianggap mengetahui secara komprehensif kondisi bisnis, strategi pemasaran melalui media sosial, serta tantangan yang dihadapi dalam upaya meningkatkan jumlah klien.
2. Informan Utama (*main informan*) adalah individu yang berinteraksi langsung dengan media sosial Rumah Hipnotis Solo dan merasakan dampak dari strategi pemasaran tersebut. Informan utama dalam penelitian ini adalah klien Rumah Hipnotis Solo yang sudah pernah menjalani layanan hipnoterapi dan yang mengenal Rumah Hipnotis Solo melalui media sosial. Mereka dipilih karena dapat memberikan

pandangan dan pengalaman langsung terkait efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan.

Pemilihan informan kunci didasarkan pada peran strategis mereka dalam operasional dan pemasaran Rumah Hipnotis Solo, sehingga dapat memberikan data yang akurat dan mendalam mengenai pelaksanaan dan pengaruh media sosial sebagai strategi marketing. Sedangkan pemilihan informan utama didasarkan pada kriteria penggunaan media sosial aktif dan keterlibatan mereka sebagai konsumen yang menjadi target pemasaran. Pendekatan purposive sampling digunakan agar narasumber yang dipilih relevan dan mampu memberikan informasi yang valid serta kredibel untuk mendukung analisis dalam penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data utama, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Ketiga teknik ini dipilih untuk memperoleh data yang lengkap dan mendalam terkait pengaruh media sosial sebagai strategi pemasaran terhadap peningkatan jumlah klien di Rumah Hipnotis Solo.

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui komunikasi langsung antara peneliti (interviewer) dan narasumber (informan). Proses wawancara bersifat semi-terstruktur, sehingga peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan utama namun tetap memberikan ruang bagi narasumber untuk menjelaskan secara bebas

dan mendalam. Tujuan wawancara adalah untuk menggali informasi yang lebih rinci mengenai pengalaman, pandangan, dan pemahaman narasumber terkait strategi pemasaran media sosial dan dampaknya terhadap jumlah klien. Menurut (Gunawan, 2022), wawancara adalah pembicaraan yang mempunyai tujuan tertentu dan dilakukan dengan pertanyaan-pertanyaan yang terarah, melibatkan dua pihak yakni penanya dan pemberi informasi.

Menurut (Gunawan, 2022), purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Untuk penelitian ini, kriteria yang digunakan adalah:

- a. Berada di lingkungan Rumah Hipnotis Solo
- b. Mengerti dan mengalami penggunaan media sosial sebagai strategi pemasaran
- c. Mampu memberikan informasi relevan tentang pengaruh media sosial
- d. Terlibat langsung sebagai pengelola atau klien yang terdampak peningkatan klien

2. Observasi

Menurut (Gunawan, 2022) Observasi adalah kondisi dimana dilakukannya pengamatan secara langsung oleh peneliti agar lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial sehingga dapat diperoleh pandangan yang holistik (menyeluruh). Observasi ini bersifat sistematis dan teliti, dilakukan sejak awal hingga

akhir aktivitas yang relevan dengan penelitian. Melalui observasi, peneliti dapat melihat dan mencatat perilaku, interaksi, serta respon dari staf maupun klien secara langsung. Data hasil observasi dicatat dalam bentuk notulen dan catatan lapangan untuk mendukung analisis.

3. Dokumentasi

Menurut (Gunawan, 2022) Dokumentasi merupakan pengumpulan dari catatan peristiwa yang sudah berlaku baik berbentuk tulisan, gambar/foto atau karya-karya monumental dari seseorang/instansi. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan informasi setelah itu dianalisis.

Dokumentasi berfungsi sebagai pelengkap data primer dengan mengumpulkan bukti-bukti pendukung yang bersifat visual dan tertulis. Dalam penelitian ini, dokumentasi berupa foto aktivitas pemasaran, tangkapan layar (screenshot) unggahan media sosial Rumah Hipnotis Solo seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, serta dokumen lain yang relevan seperti catatan lapangan dan arsip tertulis. Dokumentasi membantu menelusuri data historis dan memperkuat validitas temuan penelitian.

F. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas merupakan proses penting dalam penelitian kualitatif untuk memastikan bahwa data yang diperoleh valid dan dapat dipercaya. Tujuannya adalah untuk meminimalisir kesalahan penafsiran

serta memastikan bahwa hasil penelitian menggambarkan keadaan yang sebenarnya sesuai dengan kondisi di lapangan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik untuk meningkatkan kredibilitas data, antara lain:

1. Triangulasi Data

Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan dan mengonfirmasi data yang diperoleh dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan cara ini, peneliti dapat memastikan bahwa temuan yang diperoleh tidak hanya berdasarkan satu sumber data saja, sehingga meningkatkan keakuratan dan kedalaman analisis.

2. Member Check (Pengecekan Anggota)

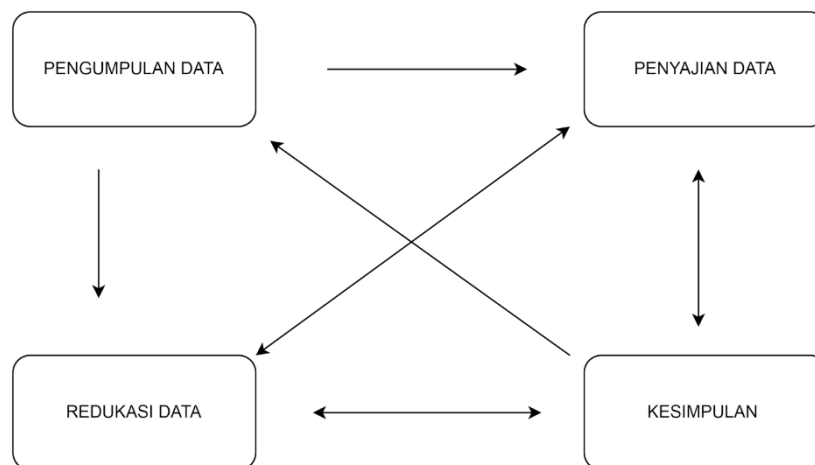
Peneliti melakukan verifikasi hasil wawancara dengan narasumber (informan) untuk memastikan bahwa interpretasi dan pemahaman peneliti terhadap data sesuai dengan apa yang sebenarnya dimaksudkan oleh narasumber. Hal ini membantu menghindari kesalahan interpretasi dan memberikan kesempatan bagi narasumber untuk memberikan klarifikasi atau penambahan informasi.

Peneliti menyimpan semua catatan penelitian, dokumen, transkrip wawancara, serta bukti-bukti pendukung lainnya secara sistematis. Hal ini memungkinkan peneliti atau pihak lain untuk menelusuri kembali proses penelitian dan memastikan keabsahan data serta kesimpulan yang diambil.

Dengan menerapkan teknik-teknik tersebut, penelitian ini berusaha menjaga kredibilitas dan keandalan data agar hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

G. Reduksi Data

Menurut Matthew B. et al., 2007 mengenai teknik menganalisis data dengan menggunakan empat langkah yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan data.



Gambar 3. 1 Reduksi Data

Sumber: Data primer di olah peneliti 2025

Keterangan :

a. Pengumpulan data

Tahapan ini peneliti akan melakukan proses pengumpulan data dengan teknik yang sudah ditentukan. Data akan didapat dari fakta kondensasi data yang merujuk dalam proses seleksi, memfokuskan,

menyederhanakan, mengabstraksikan serta mentransformasikan data yang diperoleh di lapangan.

b. Reduksi data

Proses analisis data dengan melakukan seleksi, menyederhanakan, memfokuskan, mentransformasikan serta mengabstraksikan data yang sudah didapat di lapangan. Peneliti akan memisahkan temuan yang telah diperoleh dalam lapangan sesuai dengan kebutuhan analisis peneliti.

c. Penyajian data (Data display)

Data yang diperoleh akan ditampilkan secara umum dengan menyusun informasi yang diperoleh dari hasil penelitian. Penyajian data diharapkan dapat membantu dalam pemahaman mengenai apa saja yang terjadi dan apa yang akan dilakukan dalam tindakan.

d. Kesimpulan (Conclusion drawing/verifying)

Data verifikasi atau penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir dalam pengumpulan data. Data yang sudah melalui proses-proses sebelumnya akan dideskripsikan atau disimpulkan secara umum

Pada gambar 4 mengenai komponen analisis data model interaktif Miles dan Huberman. Model tersebut menggambarkan tentang siklus interaktif yang berkaitan dan akan terus berkesinambungan apabila data yang diperoleh masih dirasa kurang atau berlebihan yang digambarkan dengan anak panah yang menunjuk satu sama lain. Jika melihat tahap pertama, yang dilakukan peneliti yaitu mengumpulkan data, tahap kedua

yakni mereduksi data, yang ketiga menyajikan data, dan proses terakhir yaitu mengambil kesimpulan.

Alur atau pola dari panah masih bisa berbalik satu sama lain ketika data yang dimiliki masih kurang atau berlebihan. Contohnya, ketika melakukan pengumpulan data dan dirasa sudah cukup, maka dapat melanjutkan proses ke penyajian data tanpa harus mereduksi data terlebih dahulu. Lalu, dari penyajian data dapat langsung masuk ke tahap penarikan kesimpulan sebagai tahap akhir.

Apabila dalam proses penyajian data dirasa data yang dimiliki berlebihan, kita dapat mundur dan ke tahap reduksi untuk memilah data. Setelah melakukan proses reduksi data dan dirasa cukup, kita dapat langsung menarik kesimpulan tanpa harus menyajikan data terlebih dahulu. Begitupun saat melakukan reduksi data masih terdapat keraguan maka kita bisa masuk ke tahap penyajian data terlebih dahulu untuk membuat pertimbangan. Setelah itu kita bisa menarik kesimpulan sebagai tahap paling akhir.

Saat melakukan tahapan penarikan kesimpulan apabila ditemukan data baru sebagai tambahan untuk menunjang penelitian atau data yang dirasa masih kurang, dari proses ini bisa kembali lagi ke tahap awal yaitu pengumpulan data dan berlanjut.