

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang berfokus pada pemahaman fenomena secara mendalam dalam konteks alami. Metode ini menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan analisis data. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik, seperti wawancara, untuk mencapai validitas melalui triangulasi. Dalam analisis data kualitatif, prosesnya dapat bersifat induktif maupun deduktif, yang bertujuan untuk memahami pola dan makna dari fenomena yang diteliti secara lebih mendalam daripada sekadar menghasilkan generalisasi (Sugiyono, 2019:26).

Pendekatan deskriptif kualitatif diterapkan dalam studi ini untuk memberikan gambaran yang rinci mengenai fenomena yang sedang dikaji, yang tidak dapat direpresentasikan melalui angka atau pengukuran kuantitatif. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan mencakup proses belajar, pengembangan program homeschooling, serta elemen-elemen lainnya yang bersifat deskriptif. Analisis mendalam dilakukan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi dalam konteks homeschooling berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran masyarakat.

Menurut Pujileksono (2015), paradigma adalah kumpulan asumsi dan pandangan yang membentuk cara peneliti memahami suatu bidang ilmu. Paradigma membantu peneliti dalam menilai dan mengarahkan penelitian dengan pendekatan yang tepat untuk mencapai tujuan penelitian. Sugiyono (2016) juga mengemukakan bahwa paradigma berfungsi sebagai pola pikir yang menghubungkan variabel-variabel penelitian dan menentukan teknik analisis yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Terdapat empat paradigma utama dalam penelitian kualitatif, yaitu positivisme, post-positivisme, kritis, dan konstruktivisme (Hasyim, dikutip dalam Yasin, 2022). Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme.

Menurut Denzin dan Lincoln (2018), paradigma konstruktivisme berfokus

pada bagaimana pemahaman individu terhadap dunia sosial dibangun melalui pengalaman dan interaksi mereka. Paradigma ini menekankan bahwa pengetahuan dan makna tidak diberikan begitu saja, melainkan dibentuk oleh individu melalui konteks budaya dan sosial mereka. Dengan konstruktivisme, realitas dipandang sebagai hasil konstruksi sosial, di mana setiap individu mengembangkan pemahaman berdasarkan pengalaman dan interaksi mereka (Littlejohn, 2016).

Paradigma konstruktivisme dipilih dalam penelitian ini karena peneliti berperan aktif dalam menggali informasi dari para informan dan memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena yang dipelajari. Hal ini memberikan peneliti wawasan yang komprehensif terkait strategi komunikasi yang diterapkan dalam program homeschooling, serta bagaimana program ini meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap alternatif pendidikan yang lebih personal dan fleksibel.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian adalah pendekatan atau prosedur yang digunakan secara sistematis untuk menemukan jawaban terhadap masalah penelitian yang diajukan. Menurut Moleong (2017), metode penelitian dapat diartikan sebagai langkah-langkah atau teknik ilmiah yang digunakan dalam proses memperoleh informasi dan data guna menjelaskan fenomena tertentu secara terstruktur. Hal ini sejalan dengan pendapat Nazir (2014) yang mendefinisikan metode penelitian sebagai serangkaian prosedur yang berfungsi untuk memperoleh, mengumpulkan, dan menganalisis informasi secara ilmiah dan objektif. Setiap metode penelitian harus disusun dengan memperhatikan keselarasan antara tujuan penelitian dan pendekatan yang dipilih. Pemilihan desain penelitian yang tepat menjadi hal esensial karena dapat memengaruhi kualitas serta validitas dari hasil yang diperoleh.

Dalam konteks penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan pengumpulan data menggunakan wawancara. Wawancara dipilih sebagai teknik utama dalam pengumpulan data yang memungkinkan peneliti untuk berinteraksi langsung dengan responden atau informan, memberikan ruang bagi

peneliti untuk menggali informasi secara mendalam melalui komunikasi dua arah.

Penggunaan metode wawancara dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi terkait strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh Homeschooling Kak Seto dalam meningkatkan brand awareness terhadap layanan pendidikan mereka. Homeschooling Kak Seto dikenal menggunakan berbagai strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan layanan pendidikan alternatif yang mereka tawarkan. Melalui wawancara, peneliti dapat memperoleh informasi detail tentang berbagai aspek penting seperti perencanaan, implementasi, hingga evaluasi strategi yang telah diterapkan oleh tim pemasaran Homeschooling Kak Seto.

Dalam wawancara ini, peneliti tidak hanya bertanya mengenai proses pemasaran, tetapi juga mengenai tantangan yang dihadapi dan keberhasilan yang dirasakan dalam menerapkan strategi tersebut. Dengan menggali informasi ini, wawancara diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana pemasaran digital memengaruhi kesadaran merek dan keputusan konsumen untuk memilih homeschooling sebagai alternatif pendidikan. Dengan demikian, metode wawancara tidak hanya memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data primer secara mendalam, tetapi juga memberikan wawasan berharga mengenai strategi pemasaran digital yang berhasil membangun brand awareness bagi institusi seperti Homeschooling Kak Seto.

Secara keseluruhan, pemilihan metode wawancara dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang tidak hanya faktual tetapi juga bermakna dalam memahami efektivitas strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh Homeschooling Kak Seto. Proses pengumpulan data melalui wawancara juga diharapkan dapat membantu dalam mengidentifikasi peluang dan perbaikan yang dapat dilakukan di masa mendatang untuk memperkuat posisi Homeschooling Kak Seto di tengah persaingan dunia pendidikan alternatif.

3.3 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah individu yang memiliki pengetahuan mendalam tentang strategi pemasaran digital yang diterapkan lembaga pendidikan

Homeschooling Kak Seto. Para informan ini diharapkan dapat memberikan informasi yang rinci dan komprehensif terkait strategi yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, dan dampaknya terhadap peningkatan brand awareness lembaga. Menurut Patton (2015), seorang informan bukan hanya sumber informasi yang pasif tetapi juga berperan aktif dalam menyajikan wawasan dan perspektif pribadi yang relevan dengan konteks penelitian.

Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yang memungkinkan peneliti untuk memilih individu-individu dengan karakteristik yang sesuai untuk menjawab kebutuhan penelitian. Moleong (2017) menyebutkan bahwa *purposive sampling* adalah teknik memilih informan berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mampu memberikan data yang valid dan relevan untuk tujuan penelitian. Sugiyono (2019) menambahkan bahwa metode *purposive sampling* memberikan keleluasaan bagi peneliti untuk menentukan informan berdasarkan kontribusi potensialnya terhadap keakuratan data penelitian. Dalam konteks ini, informan dipilih karena keterlibatan langsung mereka dalam strategi pemasaran digital di lembaga pendidikan Homeschooling Kak Seto, sehingga memungkinkan peneliti mendapatkan data yang mendalam dan relevan.

Peneliti melibatkan sejumlah informan yang berperan penting dalam pengembangan, perencanaan, dan evaluasi pemasaran digital di lembaga pendidikan tersebut. Informan dipilih berdasarkan keterkaitan langsung mereka dengan subjek penelitian, yaitu strategi komunikasi pemasaran digital Homeschooling Kak Seto untuk meningkatkan brand awareness. Kriteria yang digunakan untuk memilih informan adalah sebagai berikut:

Informan yang dipilih untuk penelitian ini harus memenuhi beberapa kriteria penting untuk memastikan validitas dan relevansi data yang diperoleh. Pertama, mereka harus terlibat langsung dalam proses perancangan dan pelaksanaan strategi pemasaran di Homeschooling Kak Seto, sehingga memiliki pengalaman praktis terkait topik penelitian. Kedua, informan merupakan bagian dari tim marketing atau divisi komunikasi digital di lembaga tersebut, dengan tanggung jawab utama pada kegiatan pemasaran online. Ketiga, mereka harus memiliki pengalaman kerja minimal enam bulan di Homeschooling Kak Seto

untuk memastikan pemahaman yang mendalam mengenai berbagai tahap strategi pemasaran, mulai dari perencanaan, implementasi, hingga evaluasi. Keempat, informan diharapkan memiliki pengetahuan yang baik mengenai proses pemasaran digital, termasuk alur strategi dari awal hingga tahap evaluasi. Terakhir, mereka harus bersedia berpartisipasi dalam wawancara mendalam sebagai bagian dari pengumpulan data untuk penelitian ini.

Tabel 3.1 Daftar Nama Informan

No	Narasumber	Jabatan
1	Fery Citra Febriyanto, S.E., M.M.	Network & Marketing Manager Homeschooling Kak Seto yang memiliki pengalaman kerja selama 6 tahun.
2	Zahra Fadhilah Putri	Staff Public Relations Homeschooling Kak Seto memiliki pengalaman kerja selama 2.5 tahun.

Sumber: Olahan Peneliti.

Kedua informan tersebut terlibat langsung dalam strategi pemasaran digital di Homeschooling Kak Seto, dengan fokus utama pada peningkatan brand awareness lembaga pendidikan tersebut.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah komponen utama dalam penelitian ini, karena data yang akurat dan relevan menjadi dasar bagi analisis yang tepat. Menurut Santoso (2018), terdapat berbagai metode yang bisa digunakan dalam pengumpulan data, antara lain observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh data yang komprehensif.

3.4.1 Data Primer

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan informasi langsung dari

informan yang memiliki pengetahuan tentang topik penelitian. Menurut Creswell (2018), wawancara memungkinkan peneliti memahami pandangan, pengalaman, dan perspektif informan melalui percakapan terstruktur maupun terbuka. Data yang diperoleh dapat berupa catatan tertulis, rekaman audio, atau video, yang kemudian dianalisis lebih lanjut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara dengan pertanyaan yang terstruktur namun terbuka kepada informan untuk mengumpulkan data terkait strategi pemasaran digital di Homeschooling Kak Seto. Proses wawancara dilakukan melalui platform online seperti Zoom, yang menawarkan kemudahan akses dan fleksibilitas. Patton (2015) menyatakan bahwa wawancara memberikan ruang bagi informan untuk berbagi informasi yang kaya dan relevan, sehingga membantu peneliti memperoleh wawasan yang bermakna.

2. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung fenomena atau aktivitas tertentu untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2019), metode observasi memungkinkan peneliti untuk memahami realitas sosial secara lebih mendalam melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Dalam konteks penelitian ini, observasi dilakukan dengan memperhatikan aktivitas digital di akun Instagram Homeschooling Kak Seto, seperti pola unggahan konten, interaksi audiens, serta elemen visual dan tekstual yang digunakan. Teknik ini membantu peneliti memperoleh data primer yang konkret dan sesuai dengan situasi nyata, sebagaimana dikemukakan oleh Moleong (2018) bahwa observasi dapat memberikan gambaran mendalam tentang aspek yang tidak selalu dapat diungkapkan melalui metode lain. Melalui observasi, peneliti dapat menganalisis strategi konten secara lebih mendetail dan memahami bagaimana elemen-elemen tersebut memengaruhi awareness audiens terhadap program pendidikan yang ditawarkan.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi tambahan yang diambil dari sumber-sumber literatur terkait topik penelitian. Menurut Creswell (2021), pengumpulan data sekunder bertujuan untuk memperkuat temuan penelitian melalui studi pustaka yang relevan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder berupa buku, jurnal, artikel, dan laporan yang relevan dengan strategi pemasaran digital dan brand awareness dalam konteks pendidikan. Data sekunder ini memberikan landasan teori yang mendukung interpretasi data primer yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi.

3.5 Metode Pengujian Data

Dalam penelitian kualitatif, pengujian terhadap keabsahan data sangat penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dan valid. Validasi data, atau sering disebut sebagai "trustworthiness," berfungsi untuk mengurangi kesalahan yang mungkin muncul selama proses pengumpulan data dan dapat mempengaruhi akurasi hasil penelitian (Suryani, 2019). Keabsahan data ini biasanya diuji melalui metode triangulasi, yang dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi sumber.

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan memverifikasi data dari berbagai informan atau sumber untuk memastikan keakuratan dan keandalan informasi yang diperoleh. Dalam penelitian ini, triangulasi sumber digunakan untuk memvalidasi data mengenai strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh Homeschooling Kak Seto. Peneliti mengumpulkan informasi melalui wawancara mendalam dengan beberapa informan yang relevan, seperti staf digital marketing, manajer pemasaran, dan pihak lain yang memiliki keterlibatan langsung. Selain itu, dokumen pendukung, seperti laporan pemasaran dan data interaksi media sosial, juga dianalisis untuk melengkapi perspektif informan. Setelah data terkumpul, peneliti membandingkan informasi dari berbagai sumber untuk mengidentifikasi kesamaan, perbedaan, atau kontradiksi yang mungkin

muncul. Hasil dari perbandingan tersebut kemudian digabungkan untuk memberikan gambaran yang lebih menyeluruh dan mendalam terkait strategi pemasaran yang digunakan. Langkah ini memastikan bahwa data yang diperoleh mencerminkan realitas secara holistik dan dapat dipercaya, sehingga menghasilkan temuan penelitian yang valid dan kredibel.

3.6 Metode Analisis

Analisis data kualitatif merupakan proses penting dalam penelitian yang memungkinkan peneliti mengorganisasi dan menyederhanakan data untuk menemukan makna dan wawasan baru. Dalam penelitian ini, metode coding digunakan sebagai teknik utama untuk menganalisis data. Menurut Strauss dan Corbin (2015), coding adalah inti dari analisis kualitatif, karena memungkinkan peneliti memecah data yang kompleks menjadi elemen-elemen yang lebih kecil tanpa kehilangan konteks makna. Pendekatan ini memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi tema-tema utama, membangun kategori, serta menyusun pola relasi yang relevan dengan fokus penelitian.

Langkah-langkah coding dimulai dengan **open coding**, yaitu proses memecah data mentah menjadi unit-unit kecil yang bermakna dan memberi label pada setiap unit. Tahap ini bertujuan untuk menemukan kategori awal berdasarkan pengamatan langsung dari data. Selanjutnya, **axial coding** dilakukan untuk menghubungkan kategori yang telah terbentuk dengan subkategori berdasarkan pola, hubungan, atau konteks tertentu. Proses ini membantu peneliti untuk memahami keterkaitan antara berbagai elemen dalam data. Akhirnya, **selective coding** dilakukan dengan memilih kategori utama yang paling relevan dengan fokus penelitian, menyempurnakan hubungan antar kategori, dan menyusun narasi atau model konseptual yang utuh.

Selain mendukung struktur analisis, metode coding juga membantu peneliti menggali makna mendalam di balik data yang dikumpulkan. Menurut Patton (2020), pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mensintesis informasi yang beragam, mengidentifikasi pola, dan menyoroti aspek-aspek signifikan dari data. Dengan demikian, coding tidak hanya berfungsi sebagai teknik teknis

tetapi juga sebagai alat interpretasi yang membantu peneliti mencapai temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam konteks penelitian ini, metode coding dipilih karena kemampuannya untuk menghadirkan kejelasan dan fokus dalam analisis data yang kompleks. Proses ini memastikan bahwa data yang diperoleh tidak hanya terorganisir dengan baik tetapi juga menghasilkan wawasan yang mendalam dan kontekstual sesuai dengan tujuan penelitian. Kombinasi langkah-langkah coding dengan pendekatan analitis yang sistematis menjadikan analisis data lebih mendalam, terstruktur, dan relevan dengan isu yang diteliti.

1. Open Coding

Open coding adalah tahap awal analisis data di mana peneliti menguraikan dan mengkategorikan data berdasarkan wawancara yang telah dilakukan.

Dalam proses ini, peneliti membaca data secara seksama dan memberi label atau kategori yang mencerminkan makna atau tema utama dari data.

Tahap ini memungkinkan peneliti untuk mengelompokkan data yang memiliki konsep serupa.

2. Axial Coding

Axial coding adalah tahapan lanjutan yang bertujuan untuk menemukan hubungan antar kategori yang telah terbentuk dari proses open coding.

Dalam tahap ini, peneliti berupaya mengidentifikasi pola hubungan antara kategori dan subkategori, sehingga terbentuk pemahaman mengenai bagaimana konsep-konsep ini saling berhubungan.

3. Selective Coding

Selective coding adalah tahap akhir di mana peneliti memilih kategori inti yang akan dijadikan pusat atau fokus dari analisis. Kategori inti ini kemudian dihubungkan dengan kategori lainnya dalam kerangka narasi yang struktural. Pada tahap ini, peneliti juga mengidentifikasi alur cerita yang terbentuk dari hasil axial coding untuk membangun narasi yang lebih kuat.

Ketiga tahap analisis data ini sangat penting untuk membantu peneliti dalam mengelola data hasil wawancara sehingga menghasilkan temuan yang relevan dengan topik penelitian. Dengan demikian, penggunaan coding dalam analisis data kualitatif dapat membantu dalam menyederhanakan data yang kompleks serta mempermudah pemahaman dan penafsiran data untuk mencapai tujuan penelitian.

3.7 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokus subjek dan media yang diteliti. Penelitian hanya melibatkan responden yang bertanggung jawab pada bidang digital marketing di Homeschooling Kak Seto, tanpa melibatkan pihak dari bidang lain di dalam organisasi. Selain itu, penelitian ini terbatas pada penggunaan media digital, khususnya Instagram, sehingga tidak mencakup strategi pemasaran di media lainnya seperti platform offline atau media digital lain di luar Instagram. Hal ini dapat membatasi generalisasi hasil penelitian terhadap keseluruhan strategi pemasaran yang diterapkan.