# BAB III

# OBJEK DAN METODE PENELITIAN

## 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran *Bonjour Bag* melalui aplikasi *Instagram*. Adapun objek penelitian adalah beberapa foto dan pesan –pesan dalam aplikasi *Instagram* dengan fokus penelitian yaitu komunikasi pemasaran *Online*.

### 3.1.1 *Instagram*

*Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring social, termasuk milik *Instagram* sendiri. Satu fitur yang unik di *Instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasul kamera Kodak, Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4.3 yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak.

*Instagram* dapat digunakan di *Iphone*, *Ipad*, atau *ipod Touch* versi apapun dengan sistem operasi IOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan system operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui *Apple App Store* dan *Google*

*Play*. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook setuju mengambil alih *Instagram* dengan nilai sekitar 1 miliar dollar.

Nama *Instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram", dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram.

#### 3.1.1.1 Fitur-Fitur *Instagram*

1. ***Followers*** **(Pengikut)**

   Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para

pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram. Juga dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti *Twitter* dan juga *Facebook.*

**2. *Upload* Foto (Mengunggah Foto)**

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera iDevice ataupun foto-foto yang ada di album foto di iDevice tersebut.

**3. Kamera**

Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan di dalam iDevice tersebut. Penggunaan kamera melalui Instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera tilt-shift yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam Instagram, foto tersebut pun juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna. Foto-foto yang akan diunggah

melalui Instagram tidak terbatas atas jumlah tertentu, melainkan Instagram memiliki keterbatasan ukuran untuk foto. Ukuran yang digunakan di dalam Instagram adalah dengan rasio 3:2 atau hanya sebatas berbentuk kotak saja. Para pengguna hanya dapat mengunggah foto dengan format itu saja, atau harus menyunting foto tersebut dulu untuk menyesuaikan format yang ada. Setelah para pengguna memilih sebuah foto untuk diunggah di dalam Instagram, maka pengguna akan dibawa ke halaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut.

**4. Efek Foto**

Pada versi awalnya, Instagram memiliki 15 efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri dari: X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwell, Walden, Hefe, Apollo, Poprockeet, Nashville, Gotham, 1977, dan Lord Kelvin. Namun tepat pada tanggal 20 September yang lalu Instagam telah menambahkan 4 buah efek terbaru yaitu; Valencia, Amaro, Rise, Hudson dan telah menghapus 3 efek, Apollo, Poprockeet, dan Gotham dari dalam fitur tersebut. Di dalam pengaplikasian efek sekalipun para pengguna juga dapat menghilangkan bingkai-bingkai foto yang sudah termasuk di dalam efek tersebut. Fitur lainnya yang ada pada bagian penyuntingan adalah Tilt-Shift. Tilt-shift ini, sama fungsinya

dengan efek kamera melalui instagram, yaitu untuk memfokuskan satu titik pada sebuah foto, dan sekelilingnya menjadi buram. Dalam penggunaannya aplikasi Tilt-Shift memiliki 2 bentuk, yaitu persegi panjang dan juga bulat. Kedua bentuk tersebut dapat diatur besar dan kecilnya, juga titik fokus yang diinginkan. Tilt-shift juga mengatur rupa foto disekeliling titik fokus tersebut, sehingga para pengguna dapat mengatur tingkat buram pada sekeliling titik fokus di dalam foto tersebut.

**5. Judul Foto**

Setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam Instagram sendiri ataupun ke jejaringan sosial lainnya. Dimana di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaringan sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut. Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna. Judul-judul tersebut, para pengguna dapat menyinggung pengguna Instagram lainnya dengan mencantumkan akun dari orang tersebut. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

**6. Arroba**

Seperti Twitter dan juga Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna lain yang juga, dengan manambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan akun Instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Para pengguna dapat menyinggung pengguna lainnya dengan memasukkan akun Instagram dari pengguna tersebut. Pada dasarnya dalam menyinggung pengguna yang lainnya, yang dimaksudkan adalah untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.

**7. Label Foto**

Sebuah label di dalam Instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan "kata kunci". Dengan demikian bila para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan. Label itu sendiri dapat digunakan di dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri. Para pengguna dapat memasukkan namanya sendiri, tempat dimana mengambil foto

tersebut, untuk memberitakan sebuah acara, untuk menandakan bahwa foto tersebut mengikuti sebuah lomba, atau untuk menandakan bahwa foto tersebut dihasilkan oleh anggota komunitas instagram. Foto yang telah diunggah, dapat dimasukkan label yang sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto. Pada saat ini label adalah cara yang terbaik jika kita hendak mempromosikan foto di dalam instagram.

**8. Jejaring Sosial**

Dalam membagi foto tersebut, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti *Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr, Flickr*, dan juga *posterous*, yang tersedia di halaman untuk membagi foto tersebut.

**9. *Like* (Tanda Suka)**

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang dimana fungsinya sama seperti apa yang ada di dalam Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diundah oleh pengguna yang lain. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang

mempengaruhi apakah foto tersebut popular atau tidak. Namun dalam hal ini tentu saja, jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting. Bila sebuah foto tersebut menjadi popular, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke dalam halaman popular tersendiri.

**10. Popular**

Jika sebuah foto masuk ke dalam halaman popular, yang dimana tempat tersebut menjadi sebuah kumpulan dari foto-foto popular dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut pun juga dapat bertambah lebih banyak juga. Foto-foto yang berada di halaman popular tersebut pun tidak akan seterusnya berada di halaman tersebut, melainkan dengan berjalannya waktu akan ada foto-foto popular baru lagi yang masuk ke dalam daftar halaman tersebut.

**11. Peraturan Di Dalam Instagram**

Sebagai tempat untuk mengundah foto-foto dari masyarakat umum, ada beberapa peraturan tersendiri dari Instagram, agar para pengguna tidak mengundah foto-foto yang tidak sesuai dengan peraturan. Peraturan yang paling penting di dalam Instagram adalah dimana mereka sangat melarang keras untuk

foto-foto yang berbau pornografi, dan juga mengundah foto pengguna lain tanpa meminta ijin terlebih dahulu. Bila ada salah satu foto dari akun yang terlihat sama oleh pengguna lainnya, makan pengguna tersebuy memiliki hak untuk menandai foto tersebut dengan bendera atau melaporkannya langsung kepada Instagram.

**12. Menandai Foto Dengan Bendera**

Menandai foto dengan sebuah bendera berfungsi bila pengguna merusak kerja sama dalam pengaduan penggunaan Instagram. Hal ini termasuk bila sebuah foto mengandung unsur pornografi, ancaman, foto curian atau peniruan. Dalam menandai sebuah foto dengan bendera (flagging) informasi mengenai pihak yang telah menandainya akan tetap dijaga kerahasiaannya. Para pengguna lainnya juga dapat melaporkan foto terlebih dahulu bila menemukan sebuah foto dengan pelanggaran-pelanggaran yang sama.[4]

### 3.1.1.2 *Instagram* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran

Kepopuleran *Intagram* sebagai sebuah aplikasi jejaring sosial membuat para pengguna *Instagram* berlomba menggunakan aplikasi ini untuk kegiatan jual beli mereka. Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan berbagai kemudahan

[4] http://www.slideshare.net/bienamaulana/tik-menjelaskan-tentang-instagram diakses pada hari sabtu 22 Maret 2014 Pukul 10.54

yang ditawarkan oleh media Online membuat konsumen atau pembeli lebih senang menggunakan media online khususnya *Instagram* sebagai alat untuk mencari informasi mengenai barang yang dibutuhkannya. Sehingga para pelaku pemasaran (penjual) berlomba untuk menawarkan produk-produknya melalui aplikasi *Instagram* ini.

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan melakukan studi deskriptif pada objek penelitiannya, dikarenakan metode ini merupakan metode yang tepat untuk meneliti bidang sosial dan khususnya komunikasi. Metode penelitian kualitatif untuk digunakan agar lebih mengetahui fenomena-fenomena tentang aspek kejiwaan, perilaku, sikap, tanggapan, opini, perasaan, keinginan dan kemauan seseorang atau kelompok. Pengertian kualitatif menurut sugiyono dalam bukunya Memahami Penelitian Kualitatif adalah :

> "Pendekatan ini digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagian instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi." (Sugiyono, 2005)

Dalam hal ini peneliti akan meneliti pada *Instagram* sebagai saluran komunikasi pemasaran *Bonjour* Bag untuk menarik minat pembelinya, namun peneliti tidak menjadi instrument karena peneliti

berada di luar kegiatan pemasaran ini. Adapun hasil penelitian menekankan pada makna dari responden yang telah ditentukan.

Maka risetnya dilaksanakan dengan teknik-teknik wawancara yang menggali melalui studi deskriptif tertentu. Atau wawancara mendalam, dan observasi terhadap suatu gejala, peristiwa (proses kejadian), perilaku atau sikap tertentu dengan upaya mendekati informan (responden) bersangkutan sebagai objek penelitian kualitatif. Sedangkan metode deskriptif yaitu menggambarkan dan menganalisa data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data berdasarkan keadaan yang nyata. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Metode Penelitian Komunikasi, yaitu :

> "Metode deskriptif, yaitu dengan cara mempelajari masalah-masalah dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat, serta situasi-siatuasi tertentu dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan fenomena secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat" (Rakhmat, 2002:22)

Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif, bertujuan untuk mendapat pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif parstisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut.

### 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.2.2.1 Studi Pustaka

**a. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka yaitu, mencari sumber dari literatur atau referensi lain yang relevan untuk memperoleh konsep atau teori yang diperlukan. Studi pustaka merupakan satu cara mendapatkan sumber dengan cara menemukan sumber tepat dari suatu spesialis tertentu. Dalam melengkapi data yang mendukung dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dan mencari informasi dari buku-buku, jurnal, dan skripsi yang relevan dengan penelitian yang peneliti teliti. Selain itu untuk mendukung penelitian ini, peneliti juga menggunakan artikel dari website yang isinya berhubungan dengan penelitian ini.

**b. *Internet Searching***

Untuk menghasilkan data yang lebih maksimal, peneliti juga memanfaatkan dunia maya *(internet)* dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penelitian ini. Untuk memperoleh data secara online ini dilakukan dengan cara browsing atau mengunduh data yang diperlukan dari internet melalui website tertentu.

### 3.2.2.2 Studi Lapangan

**a. Wawancara**

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interview) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong,2007:186).

Maksud mengadakan wawancara, seperti ditegaskan oleh Licoln dan Guba (1985:266), antara lain: mengkonstruksikan mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan; merekontruksikan kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang diharapkan untuk dialami dimasa yang akan datang, memverifikasi, mengubah, dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi); dan memverivikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota (Moleong,2007:186).

Dengan melakukan wawancara, peneliti dapat memasuki dunia pikiran dan perasaan informan. Informasi berdasarkan perspektif, pikiran dan perasaan informan yang disebut

informasi emik (pandangan informan) dan tidak dapat dipisahkan dari informasi etik (pandangan peneliti).

Teknik pengambilan data dengan menggunakan tanya jawab langsung dengan pengguna akun *Instagram*, serta orang-orang yang dianggap mempunyai data dan dapat dijadikan sumber informasi tentang penelitian ini, dengan tujuan untuk mengumpulkan data dan informasi tentang opini, persepsi, pengalaman dan perasaan. Di dalam wawancara ini peneliti menggunakan pertanyaan berisi garis besar pokok-pokok, topik atau masalah yang dijadikan pegangan dalam pembicaraan, serta menggunakan daftar Pertanyaan yang terperinci namun terbuka yang sudah peneliti persiapkan.

**b. Obeservasi**

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Oleh karena intu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya. Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui

pengamatan panca indra peneliti. Cara observasi dilakukan peneliti untuk menunjang data yang telah ada.

Observasi penting dilakukan agar dalam penelitian tersebut data-data yang diperoleh dari wawancara dari sumber tertulis dapat dianalisis nantinya dengan melihat kecenderungan yang terjadi melalui proses di lapangan. Maka dari itu observasi penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati pekerjaan yang berhubungan dengan aktifitas pemilik akun baik yang menjual maupun yang membeli produk di *Instagram*.

**c. Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan oleh peneliti untuk melakukan kontak dengan pelaku atau sebagai partisipan yang terlibat suatu peristiwa sejarah masa lalu, terdapat empat dokumentasi yang peneliti gunakan dalam studi ini, yaitu data arsip, dokumen (sejarah) milik perusahaan atau milik pribadi, dokumen privasi milik pribadi seperti berkas rahasia, agenda catatan pribadi, dan dokumentasi publik seperti data atau informasi yang tercantum di akun *Instagram*. Teknik dokumentasi ini digunakan untuk menghimpun berbagai informasi dengan pengambilan foto secara langsung dan bahan-bahan dokumentasi yang telah ada.

### 3.2.3 Teknik Penentuan Informan

#### 3.2.3.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak yang akan di wawancarai untuk perolehan data pada penelitian yang dilakukan yaitu mereka-mereka yang menggunakan aplikasi jejaring sosial *Instagram* yang bertujuan untuk menjual ataupun membeli suatu produk.

#### 3.2.3.2 Informan Penelitian

Setelah menentukan objek, maka untuk mendapatkan data yang representatif dari keseluruhan objek penelitian, harus ditetapkan terlebih dahulu informannya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*, yakni cara memilih sampel berdasarkan pada kelompok, wilayah atau sekelompok individu yang diyakini mewakili semua unit analisis yang ada. Pemilihan kelompok atau itu dilakukan setelah peneliti melakukan pengamatan atau penjajakan di lokasi penelitian (Hamidi,2010:139).

Informan yang diambil dari penelitian ini adalah pemilik *Bonjour Bag* dan Admin *Instagram bonjourbagcom* yang merasakan langsung kegiatan pemasaran ini dan untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3.1**

**Data Informan Penelitian**

**Pemilik dan *Admin Instagram bonjorbagcom***

| No | Nama | Pendidikan | Jabatan | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Agung Sumarlin Putera | Mahasiswa | Pemilik *Bonjour Bag* | |
| 2 | Shofia Nur Oktaviani | Mahasiswa | *Admin Instagram Bonjour Bag* | |

*Sumber : Peneliti, 2014*

### 3.2.3.3 Informan Pendukung

Adapun informan pendukung sebanyak 3 orang, yang dimana fungsinya untuk membuat penelitian ini lebih kuat. Kriteria yang termasuk dalam informan pendukung ini adalah berhubungan langsung dengan objek penelitian, mereka yang membeli barang atau produk *Bonjour Bag* melalui *Instagram*, aktif menggunakan *Instagram*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3.2**

**Data Informan Pendukung**

**Pembeli Yang Menggunakan Aplikasi *Instagtam***

| No | Nama | Usia | Pendidikan | Lama Mengenal *Bonjour Bag* | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Maorachmansyah Rinaldi Chikal | 22 | S1 | 1 Tahun | Pembeli |
| 2 | Otniel Tonapa | 22 | Mahasiswa | 1 Tahun | Pembeli |
| 3 | Rifka Suci Febyana | 17 | Siswa | 1 Tahun | Pembeli |

*Sumber : Peneliti, 2014*

### 3.2.4 Teknik Analisa Data

Analisa data merupakan suatu kegiatan yang mengacu pada penelaahan atau pengujuan yang sistematik mengenai suatu hal dalam rangka menentukan bagian-bagian atau hubungan diantara bagian dalam keseluruhan. Peneliti dalam menganalisa data, yaitu dengan cara mengumpulkan data-data terlebih dahulu sebelum diinterpretasikan, artinya data diproses terlebih dahulu. Tiga unsur dalam teknik analisis data, sebagai berikut :

1. *Data Reduction* (reduksi data) yaitu bagian dari proses analisis dengan bentuk analisis untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal yang tidak penting dan mengatur data sehingga dapat disimpulkan.

Data yang direduksi oleh peneliti adalah data-data yang diperoleh selama hasil wawancara dengan pemilik akun *Instagram* yang sedang menjual produknya serta data-data yang diperoleh ketika melakukan observasi langsung. Adapun data yang dimaksud adalah data pribadi milik informan pendukung, data pribadi milik informan kunci serta data perusahaan *Bonjour Bag.* Dari keseluruhan data yang diperoleh peneliti, kemudian data tersebut difokuskan pada data-data yang diperlukan untuk dimasukan ke dalam identifikasi permasalahan yang dimaksud saja. Data-data pribadi seperti nomor kontak informan dan foto-foto pribadi tidak dimasukkan ke dalam hasil penelitian.

2. *Data Display* (penyajian data), yaitu susunan informasi yang memungkinkan dapat ditariknya suatu kesimpulan, sehingga memudahkan untuk memahami apa yang terjadi. Dalam penyajian data, data disusun berdasarkan poin-poin yang telah ditentukan sebelumnya. Seperti hasil wawancara yang disusun berdasarkan susunan identifikasi masalah secara berurutan.
3. *Conclusion Verification* (penarikan kesimpulan), yaitu suatu kesimpulan yang diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali, dengan meninjau kembali secara sepintas pada catatan lapangan untuk memperoleh

pemahaman yang lebih cepat. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menelaah kembali hasil penelitianyang diperoleh dari wawancara informan penelitian dengan hasil temuan di lapangan, melalui proses observasi langsung terhadap akun *Instagram* penjual.

Peneliti menggunakan analisis ini supaya dapat mengklarifikasikan secara efektif dan efisien mengenai data-data yang terkumpul, sehingga siap untuk diinterpretasikan. Di samping itu data yang didapat akan lebih lengkap, lebih mendalam dan kredibel serta bermakna sehingga tujuan penelitian dapat dicapai.

### 3.2.5 Validitas Data

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dikatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Tetapi perlu diketahui bahwa kebenaran realitas data menurut penelitian kualitatif tidak bersifat tunggal, namun jamak dan bergantung pada konstruksi manusia, dibentuk dalam diri seseorang sebagai hasil proses mental tiap individu dengan berbagai latar belakang.

> "Bermacam-macam cara pengujian validitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *membercheck*." (Sugiyono, 2008:270)

Berdasarkan kenyataan penelitian di lapangan, uji validitas yang digunakan oleh peneliti adalah triangulasi data. Adapun pengertian triangulasi adalah sebagai berikut :

> "*Triangulation is qualitative cross-validation. It assesses the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data sources or multiple data collection procedures.* (Triangulasi adalah uji validitas kualitatif. Menilai kecukupan data menurut pemusatan berbagai sumber data atau berbagai pengumpulan data itu dengan memeriksa prosedur).(William Wiersma, 1986).

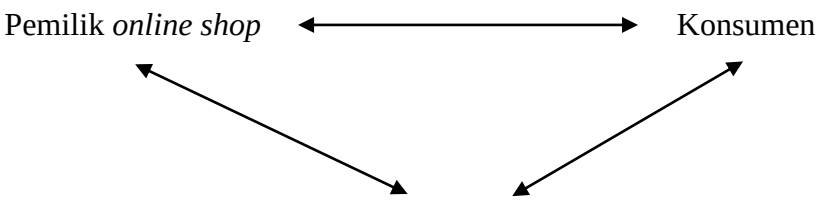
Triangulasi dalam uji validitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu, berikut penjelasannya :

1. Triangulasi Sumber

   Dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sumber pertama diperoleh dari hasil wawancara dengan penjual yang memakai akun *Instagram*, kemudian peneliti juga mewawancarai beberapa konsumen (pembeli) dari akun tersebut dan yang terakhir peneliti mengumpulkan dan menelaah kembali semua hasil wawancara dan data yang peneliti miliki sebelumnya. Seperti gambar berikut :

**Gambar 3.1**

**Triangulasi Sumber Data**



Peneliti

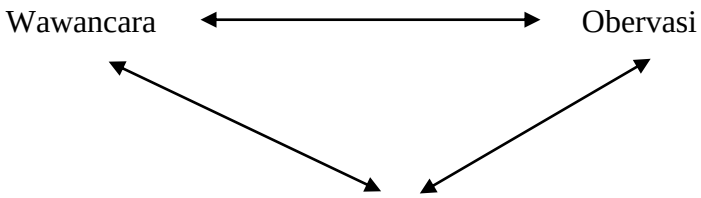
Sumber : sugiyono (2008:273)

2. Triangulasi Teknik Pengumpulan Data

   Dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Adapun teknik yang dilakukan yaitu dengan wawancara, observasi dan studi dokumen. Seperti gambar berikut ini :

**Gambar 3.2**

**Triangulasi Teknik Pengumpulan Data**




Sumber : sugiyono (2008:273)

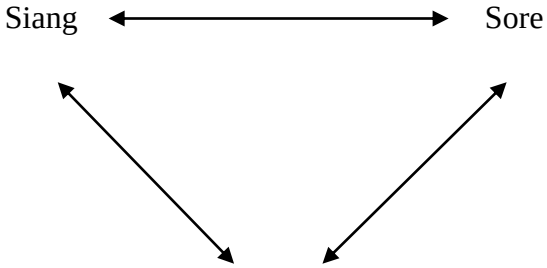
3. Triangulasi Waktu Pengumpulan Data

   Dalam melakukan wawancara, observasi atau teknik lain pada suatu penelitian sebaiknya menemukan waktu terlebih

dahulu. Waktu yang digunakan oleh peneliti antara siang, sore, atau pagi hari. Seperti gambar berikut ini :

**Gambar 3.3**

**Triangulasi Waktu Pengumpulan Data**




Sumber : sugiyono (2008:274)

### 3.2.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian

#### 3.2.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung dengan tempat sesuai kesepakatan dengan informan dan informan pendukung yang terpilih dan berada di Kota Bandung.

#### 3.2.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama enam bulan, terhitung bulan Februari sampai dengan Juli 2014. Untuk lebih rinci jadwal penelitian dapat dilihat pada table 3.3 berikut :

**Tabel 3.3**

**Jadwal Penelitian**

| No | Kegiatan | Bulan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Februari | | | | Maret | | | | April | | | | Mei | | | | Juni | | | | Juli | | | | Agustus | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Pengajuan Judul | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Penulisan Bab 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Penulisan Bab II | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Pengumpulan Data Lapangan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Penulisan Bab III | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Seminar UP | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Revisi UP | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Wawancara Penelitian lapangan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Penulisan BAB IV | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Penulisan BAB V | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Penyusunan Keseluruhan Draft | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Sidang Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

*Sumber : Peneliti, 2014*