

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data secara langsung mengenai keadaan, latar belakang, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, misalnya pada suatu Lembaga (Suryabrata, 2014, hlm. 95). Dengan cara ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang terjadi di lapangan. Peneliti ingin menggali lebih jauh bagaimana persepsi dan respon generasi Z di Kota Banjarmasin terhadap strategi influencer marketing di media sosial dalam mempromosikan produk Pegadaian Syariah.

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif sendiri yaitu tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari menghimpun data hingga menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian (Ibrahim, 2005). Menurut penulis pendekatan kualitatif ini cocok digunakan dalam penelitian ini karena bertujuan untuk memahami secara mendalam dan kontekstual mengenai efektivitas *influencer marketing* di media sosial dalam meningkatkan kesadaran generasi Z terhadap produk pegadaian syariah. Penelitian ini juga bertujuan untuk menggambarkan dan memahami fenomena secara mendalam dan menyebutkan bahwa analisis data dilakukan melalui teknik analisis tematik yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari data kualitatif.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah di Kota Banjarmasin. pemilihan Kota Banjarmasin sebagai fokus penelitian didasarkan pada karakteristik wilayahnya sebagai kota metropolitan di Kalimantan Selatan dengan mobilitas masyarakat yang tinggi, khususnya Generasi Z.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang akan diteliti. Pada penelitian kualitatif sendiri informan atau subjek penelitian disebut dengan istilah informan, yaitu orang yang memberikan informasi tentang data yang diinginkan peneliti sesuai kebutuhan atau keperluan penelitian yang sedang dilaksanakan (Sembiring et al., 2023, hlm. 199). Adapun subjek yang dimaksud adalah Generasi Z yang berlokasi di Banjarmasin sebanyak 25 (dua puluh lima) orang, informan sendiri merupakan pengguna media sosial aktif seperti di Instagram, Tiktok, atau platform lain.

penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sembiring et al., 2023, hlm. 213).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sasaran atau tujuan utama penelitian (Sugiyono, 2019, hlm. 38). Objek penelitian ini Adalah efektivitas influencer marketing media sosial dalam meningkatkan kesadaran Gen Z di Kota Banjarmasin mengenai produk

Pegadaian Syariah yang terbentuk melalui paparan influencer marketing di media sosial

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah sebagai keterangan atau bukti mengenai Sesuatu kenyataan yang masih mentah, masih berdiri sendiri, belum diorganisasikan, dan belum diolah, atau kumpulan informasi yang diperoleh dari suatu pengamatan, yang berupa lambang, sifat, dan sekumpulan fakta dari sebuah kejadian. data yang akan digali oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

- a. Data Primer, adalah data yang diberikan sumber data secara langsung kepada peneliti (Muspawi & Sulung, 2024, hlm. 3). Data yang dimaksud peneliti adalah wawancara kepada informan mengenai efektivitas influencer marketing media sosial dalam meningkatkan kesadaran Gen Z di Kota Banjarmasin mengenai produk pegadaian syariah yang penulis dapatkan langsung dari para informan yaitu generasi Z dan pihak pegadaian syariah.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung memberikan kepada pengumpul data atau peneliti seperti melalui media komunikasi, dokumen, lewat orang lain dan lain sebagainya (Muspawi & Sulung, 2024, hlm. 4). Data sekunder penelitian ini adalah data mengenai penjualan produk.

2. Sumber data

Sumber data yaitu orang yang terlibat langsung dalam permasalahan yang diteliti. Adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu:

- a. Generasi Z yang mengenal tentang pegadaian syariah.
- b. Dokumen berupa data atau buku pendukung, dan internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

Data mengenai program influencer Pegadaian Syariah diperoleh melalui dokumentasi konten promosi di media sosial, seperti unggahan Boiyen dan TracyRobert, serta respon audiens berupa like, komentar, dan jumlah tayangan. Informasi tambahan diperoleh dari pernyataan informan yang pernah melihat promosi tersebut.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Untuk mempermudah dalam mengumpulkan data untuk mendapatkan fakta kebenaran yang terjadi pada subjek dan objek penelitian, maka penulis menggunakan Teknik wawancara, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu pengumpulan data, pencarian informasi dengan bertanya langsung kepada informan. Secara umum metode wawancara ada dua terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur yaitu pewawancara menggunakan daftar pertanyaan yang sudah dirumuskan dengan jelas, sedangkan

tidak terstruktur pewawancara tidak menyiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu, dalam penelitian ini digunakan wawancara terstruktur.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, Pertanyaan diformulasikan terlebih dahulu dan disusun dengan jelas dalam daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada Informan (subjek penelitian). Panduan wawancaranya sendiri berisi daftar pertanyaan yang dirancang untuk menggali pengalaman, dan respons generasi Z terhadap influencer marketing yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah melalui media sosial.

2. Dokumentasi

Dokumentasi, yaitu suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung dalam penelitian. Bisa berupa materi promosi dari influencer, konten promosi di media sosial, dan dokumen internal terkait strategi pemasaran (Sugiyono, 2019, hlm. 240).

Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara mendalam menggunakan teknik analisis tematik dengan langkah-langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu mengelompokkan data dengan mempelajari data kemudian memilih data-data yang telah dikumpulkan untuk mencari data-data penting mana yang harus dipelajari, yakni analisa data proses merinci usaha secara

formal untuk menentukan tema dan merumuskan ide seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan ide itu.

Untuk mengukur keberhasilan program influencer penelitian ini menggunakan indikator efektivitas program menurut Campbell (1970), yaitu keberhasilan program, keberhasilan sasaran, kepuasan terhadap program, input–output, dan pencapaian tujuan secara menyeluruh.

Selain itu penelitian ini juga menggunakan teori kesadaran merek Kevin Lane Keller yang mencakup empat tingkatan: *unaware of brand*, *brand recognition*, *brand recall*, dan *top of mind*, untuk mengukur sejauh mana influencer marketing berhasil meningkatkan kesadaran Gen Z terhadap produk Pegadaian Syariah.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis tematik yaitu suatu metode untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menginterpretasikan pola-pola atau tema-tema yang muncul dari data kualitatif. Data yang diperoleh dari wawancara mendalam dan dokumentasi akan dianalisis melalui beberapa tahap, yaitu:

1. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi yang relevan dengan topik penelitian mengenai pengaruh influencer marketing terhadap kesadaran gen Z di Kota Banjarmasin.

2. Reduksi Data

Setelah data terkumpul, tahap pertama adalah melakukan penyaringan dan penyederhanaan data. Ini meliputi proses membaca dan memahami seluruh data, lalu mengelompokkan hal-hal penting serta menghapus informasi yang

tidak relevan. Tujuannya agar data menjadi lebih fokus dan mudah dianalisis.

3. Penyajian Data

Data yang sudah direduksi kemudian disusun dalam bentuk tabel, narasi, atau visualisasi yang memudahkan peneliti untuk melihat pola dan hubungan antar data. Penyajian ini bertujuan memudahkan dalam mengidentifikasi tema utama yang muncul dari data.

4. Penarikan Kesimpulan dan Penafsiran

Dari data yang telah disusun, peneliti mulai mengidentifikasi pola-pola, kategori, dan tema utama yang muncul terkait dengan efektivitas influencer marketing dan persepsi informan. Langkah ini melibatkan interpretasi makna dari data, mencari keterkaitan, dan menegaskan temuan yang konsisten dan berulang (Amirrudin et al., 2017, hlm. 387).

G. Tahapan Penelitian

Agar penelitian ini tersusun secara sistematis ditempuh tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Tahapan pendahuluan

Pada tahapan ini penulis melakukan penelitian pendahuluan yaitu mengamati dan mempelajari objek yang diteliti dan dituangkan dalam bentuk proposal yang berjudul "Efektivitas *influencer marketing* media sosial dalam meningkatkan kesadaran gen z di kota Banjarmasin mengenai produk pegadaian syariah".

2. Tahapan pengumpulan data

Pada tahapan ini penulis langsung ke lapangan untuk mengumpukam data-data tentang penelitian dengan pola dan teknik yang ditetapkan dalam metode penelitian, yaitu melalui wawancara dan dokumentasi.

3. Tahapan pengolahan data

Setelah data-data yang diperlukan sudah tergali dan terkumpulkan, maka langkah selanjutnya mengolah data tersebut menggunakan teknik editing yakni mengedit data yang dihasilkan dari wawancara dan dokumen, dan menghasilkan data-data tersebut kemudian data diperiksa, hingga akhirnya disimpulkan dan dideskripsikan.

4. Tahapan analisis data

Setelah data diolah langkah selanjutnya yaitu analisis data, dimana data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi dibahas secara mendalam sehingga tergambar antara hubungan yang satu sama lainnya.

5. Tahapan Penulisan laporan dan kesimpulan

Pada tahapan ini penulis melaporkan hasil penelitian yang telah diolah dan di analisis dengan konsultasi terlebih dahulu kepada dosen pembimbing satu dan dua. Selanjutnya akan disusun dalam bentuk skripsi (Amirrudin et al., 2017, hlm. 390).