

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Wiguna Motor yang terletak di Jl. Siliwangi, No 35, Purwawinangun, Kecamatan Kuningan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Wiguna Motor merupakan *showroom* mobil yang di miliki Oleh Bapak Ginanjar Cakra Wiguna, yang merupakan seorang *car enthusiast*. Bisnis jual beli mobil ini terbentuk ketika beliau kuliah pada 2008 yang berawal dari mobil pemberian dari orang tua nya lalu berkembang sampai saat ini.

Pada awalnya Wiguna Motor menawarkan mobil-mobil hobi. Mobil hobi disini di artikan sebagai mobil bekas berusia lawas tahun 1980 sampai 2000-an awal dengan *brand-brand* mobil eropa. Wiguna Motor ini cukup terkenal di daerah Kabupaten Kuningan karena tidak ada pesaing dari *showroom* lain hanya Wiguna Motor yang fokus berjualan dengan pasar mobil hobi dengan *brand-brand* eropa yang terkenal dengan perawatan yang sulit dan mahal.

Akhir-akhir ini Wiguna Motor melebarkan sayap tadinya hanya menawarkan mobil hobi dengan *brand* eropa dan sekarang menawarkan mobil bekas pada umumnya yaitu mobil dari *brand-brand* jepang yang biasa terlihat dijalanan seperti type mobil SUV, city car, sedan dan lain-lain.

Wiguna Motor memasarkan mobil nya di *facebook marketplace*. Dengan dibantu oleh para broker penjual mobil di Kabupaten Kuningan. Maka dari itu, penulis melakukan penelitian di Wiguna Motor dengan judul “Efektivitas Fitur Marketplace Pada Media *Facebook* Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Mobil

Bekas Di Wiguna Motor Kabupaten Kuningan” guna meneliti minat konsumen terhadap mobil bekas di Wiguna Motor, dan mengangkat fenomena-fenomena di *facebook marketplace* tersebut.

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif memiliki tujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Penelitian yang penulis lakukan tidak mengutamakan besarnya populasi maupun *sampling*, bahkan populasi dan *samplingnya* sangat terbatas. Ketika data yang dikumpulkan sudah mendalam dan dapat menjelaskan fenomena yang diteliti maka tidak diperlukan untuk mencari *sampling* yang lainnya. Pada penelitian ini persoalan kedalaman (kualitas) data lebih ditekankan, bukan banyaknya (kuantitas) data. Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskriptif secara sistematis, sesuai fakta, dan akurat dengan data dan sifat objek tertentu (Kriyantono, 2006: 67).

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah desain penelitian wawancara terpusat (*focused interviews*). penelitian yang membutuhkan proses tanya jawab tatap muka antara penulis dengan subjek yang diteliti. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang diharapkan penulis sehingga durasi dan jumlah wawancara perlu disesuaikan.

3.1 Informan dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Informan

Informan penelitian meliputi beberapa macam yaitu (Bagong Suyanto, 2005: 172):

1. Informan Kunci (*Key Informan*) merupakan mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian.
2. Informan Pendukung merupakan mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak secara langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti.

Dalam penelitian kualitatif tidak harus terdiri dari dua jenis informan diatas, hal ini tergantung pada konteks permasalahan penelitian. Penelitian kualitatif tidak mengenal adanya jumlah sampel minimum (*sample size*). Umumnya penelitian kualitatif menggunakan jumlah sampel kecil. Bahkan pada kasus tertentu menggunakan hanya satu informan saja. Setidaknya ada dua syarat yang harus dipenuhi dalam menentukan jumlah informan yaitu kecukupan dan kesesuaian (Martha & Kresno, 2016).

Informan yang penulis pilih pada penelitian ini adalah Bapak Ginanjar Cakra Wiguna selaku pemilik dari Wiguna Motor, informan pendukung 1 khalayak broker dan 2 khalayak konsumen yang penulis pilih.

3.3.2 Teknik Pemilihan Informan

Pemilihan informan oleh penulis pada penelitian ini menggunakan Teknik purposif. Teknik purposif adalah menetapkan dan memilih dengan sengaja seorang

informan yang mengetahui tentang masalah yang diteliti oleh penulis. (Patton, 2022)

Penulis memilih Bapak Ginanjar Cakra Wiguna selaku pemilik dari *showroom*, 1 khalayak broker sebagai informan karena mereka yang memasarkan iklan melalui fitur *marketplace* dengan media *facebook* dan 2 khalayak konsumen yang telah membeli unit kendaraan mobil bekas di Wiguna Motor.

3.3.3 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data ini dilakukan agar data dan juga teori yang terdapat di dalam penelitian tersebut valid, akurat, dan sesuai. Menurut Sugiyono (2013) mengungkapkan teknik pengumpulan data sebagai langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian tersebut adalah untuk mendapatkan data. Berikut merupakan teknik pengumpulan data yang penulis lakukan pada penelitian ini:

1. Observasi. Pada pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan salah satunya melalui observasi dengan melihat dan mengamati informan pada penelitian ini, diantaranya melihat dan mengamati proses memasarkan mobil atau mengiklan kan mobil melalui fitur *marketplace* dengan media *facebook*.
2. Wawancara, adalah bentuk komunikasi antar dua orang yang melibatkan seseorang yang ingin mendapatkan informasi dari orang yang lain. Dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu wawancara dapat terjadi antara dua orang. Wawancara yang tidak terstruktur sering juga disebut sebagai wawancara mendalam, wawancara intensif, dan wawancara

kualitatif, serta wawancara terbuka (Mulyana, 2002). Pada tahap ini penulis melakukan wawancara dengan informan yang dianggap relevan dalam memberikan informasi atau data yang diperlukan oleh penulis.

3. Dokumentasi. Tujuan dokumentasi yaitu, untuk mengumpulkan data yang tidak diterangkan dalam wawancara. Dokumentasi digunakan penulis untuk mengambil data pendukung sebagai pelengkap dalam penelitian yang berkaitan dengan mengamati proses memasarkan mobil atau mengiklan kan mobil melalui fitur *marketplace* dengan media *facebook*.

3.4 Operasionalisasi Konsep Penelitian

Tabel 3.1.
Operasionalisasi Konsep Penelitian

Konsep Penelitian	Dimensi	Parameter
Teori ATR (<i>Awareness, Trial, Reinforcement</i>) dikemukakan oleh Ehrenberg. (Sumartono, 2002: 54)	<i>Awareness</i> (Kesadaran)	1.Tayangan iklan yang menarik untuk menarik minat konsumen. 2.Iklan mudah dipahami dan dimengerti. 3.Kelengkapan informasi iklan.
	<i>Trial</i> (Percobaan)	1.Memperkenalkan dan menjelaskan Produk melalui iklan di <i>facebook marketplace</i> kepada konsumen. 2.Konsumen dapat dipengaruhi oleh iklan yang sudah ditayangkan. 3. Khalayak atau konsumen bisa mencoba prodak langsung.
	<i>Reinforcement</i> (Penguatan)	1.Asset foto produk dengan kualitas baik. 2. Membentuk ciri khas. 3.Melakukan Iklan Sesering mungkin di <i>facebook marketplace</i> , dan merespon dengan cepat.

3.5 Pengujian Keabsahan Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik pengujian keabsahan data. Teknik triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lalu di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2007: 330). Penelitian yang penulis lakukan menggunakan triangulasi, sumber validasi ini adalah dengan membandingkan informasi yang diperoleh baik dari informasi utama maupun dari informasi pendukung, yaitu wawancara dengan pemilik showroom Wiguna motor ,2 khalayak broker yang sering memasarkan di marketplace dan 2 orang konsumen.

3.6 Teknis Analisis Data

Terdapat tiga macam kegiatan analisis data penelitian kualitatif (Miles dan Huberman Ahmadi, 2014), yaitu:

1. Reduksi data, merupakan data yang didapatkan dari lapangan yang jumlahnya cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Reduksi data dengan kata lain merangkum, memilih hal yang pokok, fokus pada hal-hal yang dianggap penting, lalu ditentukan tema dan polanya. Dengan demikian maka data yang direduksi akan menghasilkan gambaran yang jelas dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, lalu mencarinya jika diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan alat elektronik seperti computer, *smartphone*, dengan memberikan

kode pada aspek tertentu. Dengan reduksi maka penulis merangkum dan mengambil data yang penting.

2. *Display data*, adalah penyajian data dalam bentuk uraian, diagram, tabel, dan foto ketika mereduksi data
3. Verifikasi dan penarikan kesimpulan, adalah pengecekan data sebelum penulis menarik kesimpulan. Kesimpulan temuan bisa berupa deskripsi suatu objek yang sebelumnya belum jelas, setelah diteliti menjadi jelas.



[illegible][illegible][illegible]