

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk penerapan *content marketing* di Multiproject Organizer. Sementara pendekatan kuantitatif digunakan untuk pengukuran hasil penerapan *content marketing* dan *brand awarness* sebelum dan sesudah penerapan *content marketing* di Multiproject Organizer.

Tahapan-tahapan dalam penelitian ini ada pada diagram alir (*flow chart*) yang ditunjukkan pada Gambar 3.1. Tahapan selama melakukan penelitian sebagai berikut :

3.1 Studi Pendahuluan

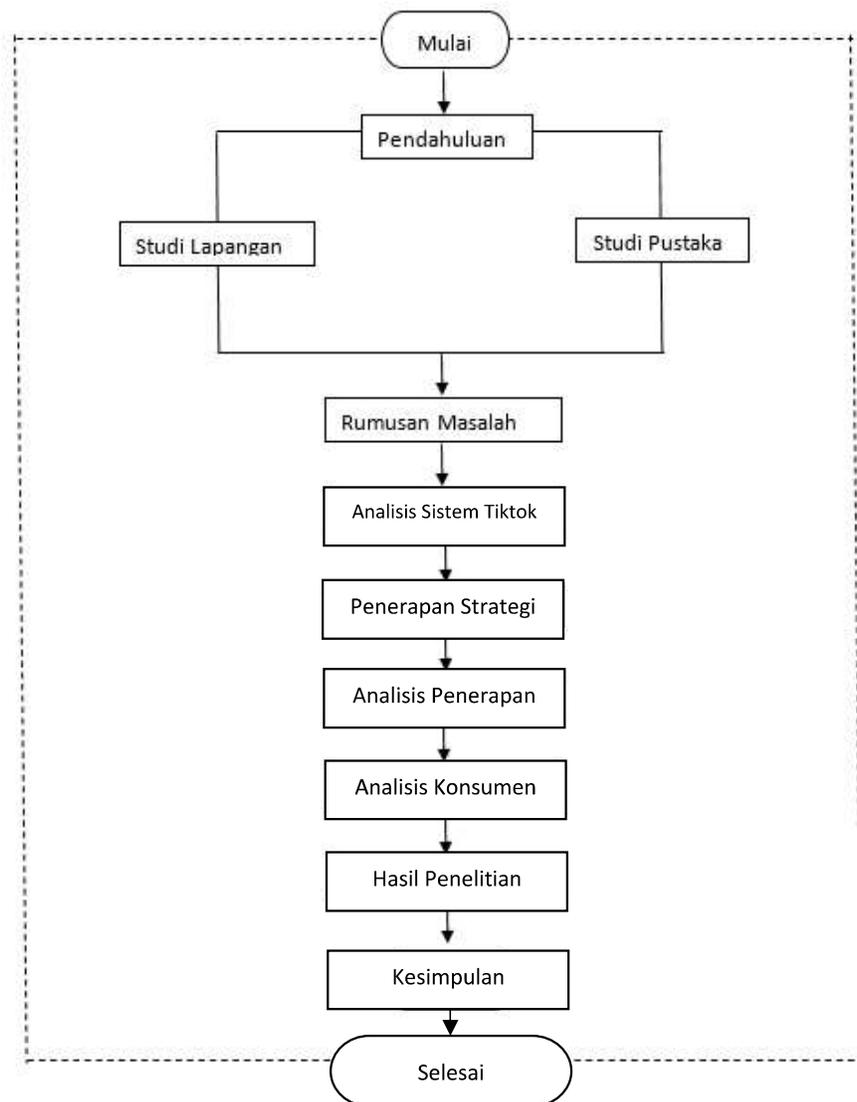
Pada tahap ini, dilakukan studi pendahuluan dalam pengambilan data di Multiproject Organizer meliputi dua hal sebagai berikut :

1. Studi Lapangan

Studi lapangan/penelitian lapangan (*Field Research*), pada tahap ini yaitu bentuk penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data primer, data primer didapatkan dengan metode wawancara. Selain metode wawancara, dilakukan survei dan observasi di Multiproject Organizer. Tujuan dari studi lapangan ini adalah untuk mempelajari kondisi lapangan secara langsung dengan maksud untuk mendapatkan informasi mengenai data-data terkait dengan penelitian “Penerapan Content Marketing Dalam Mendapatkan FYP Tiktok Untuk Meningkatkan Brand Awareness”.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka/penelitian kepustakaan (*Library Research*) yaitu studi literatur memuat dengan teori, konsep-konsep informasi yang diperlukan sebagai landasan teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

3.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, dapat diidentifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian yaitu mengenai bagaimana penerapan *content marketing* untuk mendapatkan FYP Tiktok dan meningkatkan *brand awareness* Multiproject Organizer. Perumusan masalah dilakukan dengan melihat latar belakang, posisi penelitian dan tujuan penelitian. Perumusan masalah juga dilakukan agar dapat fokus dalam membahas permasalahan utama yang dihadapi.

3.3. Analisis Sistem Tiktok

Analisis ini dilakukan dengan cara mencari berbagai referensi yang menunjukkan cara kerja sistem tiktok dalam menampilkan laman FYP. Kemudian hasil analisis tersebut diterapkan dalam tahapan-tahapan penerapan *content marketing*. Pada tahapan analisis ini dimulai dari apa alasan dibalik pemilihan Tiktok untuk penelitian ini. Kemudian dilakukan analisis mengenai cara algoritma Tiktok menampilkan konten pada laman FYP. Dilanjutkan analisis mengenai teori-teori yang mendukung factor apa saja yang menyebabkan sebuah konten masuk FYP.

3.4. Penerapan Strategi

Pada langkah ini dilakukan penerapan strategi *content marketing* untuk mendapatkan video yang masuk ke laman FYP Tiktok. Penerapan *content marketing* ini didasari oleh tahapan-tahapan yang dikemukakan Kartajaya (2019). Penerapan strategi *content marketing* ini didasari dengan adanya relevansi antara strategi tersebut dengan sistem Tiktok yang berfokus menyalurkan konten-konten yang berkualitas dan sesuai keinginan pasar.

3.5. Analisis Penerapan

Pada tahapan ini dilakukan analisis dari setiap indikator pada penerapan *content marketing* di Multiproject Organizer pada semua konsumen. Setelah penerapan *content marketing* dilakukan pada akun Tiktok Multiproject Organizer, kemudian dianalisis setiap tahapannya. Apakah sudah sesuai dengan tahapan-tahapan pada *content marketing* dan memenuhi indikator-indikator dari *content marketing* yang baik.

3.6. Analisis Konsumen

Pada tahapan ini dilakukan analisis *brand awareness* dari konsumen-konsumen sebelum dan sesudah penerapan *content marketing* di Multiproject Organizer. Tahapan ini dilakukan dengan cara menyebarkan angket/kuesioner dari variabel *content marketing* dan *brand awareness* terhadap seluruh konsumen dari Multiproject Organizer, yaitu 15 konsumen sebelum penerapan *content marketing* dan 16 konsumen setelah penerapan *content marketing*.

3.7. Hasil Penelitian

Pada tahap ini akan dilakukan analisis data hasil pengolahan. Analisis yang dimaksud adalah penerapan *content marketing*, dan hasil pengolahan data kuesioner mengenai *content marketing* dan *brand awareness* Multiproject Organizer. Pada tahapan ini juga dijelaskan dari setiap langkah-langkah yang dilakukan pada penerapan *content marketing* serta kesimpulan-kesimpulan pada data yang didapat dari akun Tiktok Multiproject Organizer.

3.8. Kesimpulan dan Saran

Setelah tahap analisis, selanjutnya dapat ditarik kesimpulan yang berisikan jawaban dari tujuan penelitian serta saran-saran untuk penelitian lanjutan yang mungkin dan belum dilakukan pada penelitian ini.