

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Penentuan Metode Penelitian dan Jenis Penelitian

3.1.1. Penentuan Metode Penelitian

Penentuan metode penelitian yang tepat bergantung pada maksud dan tujuan penelitian yang dilaksanakan. Pada penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran sosial media On The Rock Hotel by Prasanthi (studi kasus pada akun instagram @ontherockhotel), penulis menggunakan metode studi kasus. Penelitian studi kasus adalah studi yang dilakukan secara pendalam terhadap suatu perilaku pengelolaan akun instagram @ontherockhotel dan terbatas pada objek yang khas dalam ruang dan waktu tertentu yang kesimpulannya hanya berlaku untuk objek sosial media instagram yang dimiliki oleh On The Rock Hotel by Prasanthi.

3.1.2. Jenis Penelitian

Sesuai dengan maksud dan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran sosial media On The Rock Hotel by Prasanthi (studi kasus pada akun instagram @ontherockhotel), maka jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah *deskriptif kualitatif*. Metode deskriptif kualitatif merupakan suatu pemahaman fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi,

tindakan, dan lain-lain, secara holistic, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2005: 6). Peneliti memfokuskan penelitian pada tindakan pengelolaan sebuah akun instagram yang dimiliki oleh On The Rock Hotel by Prasanthi. Penelitian yang dilakukan merupakan pengujian secara rinci terhadap latar atau satu subjek atau satu tempat penyimpanan dokumen atau satu peristiwa tertentu.

3.2.Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan wilayah yang dijadikan tempat penulis untuk meneliti objek penelitian. Penulis melakukan penelitian pada Sales and Marketing Departement dari On The Rock Hotel by Prasanthi yang beralamatkan di Jalan Timor Raya No. 2, Kelapa Lima, Kota Kupang.

3.3.Prosedur Penelitian

Tahapan penelitian ini dimulai dengan melakukan pengumpulan data dengan cara observasi ke lapangan yaitu On The Rock Hotel by Prasanthi di Jalan Timor Raya No. 2, Kelapa Lima, Kota Kupang. Setelah melakukan observasi, penulis melakukan wawancara mendalam dengan *key informant* untuk memperoleh informasi tentang strategi komunikasi pemasaran media sosial oleh On The Rock Hotel by Prasanthi pada akun instagram @ontherockhotel. Untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian, penulis melakukan *focus group discussion*

bersama dengan empat informan yang bertugas sebagai pengelola atau admin dari akun instagram @ontherockhotel.

3.4. Informan dan Alasan Pemilihan

3.4.1. Informan Kunci

Informan kunci dalam penelitian ini adalah *General Manager* dan karyawan On The Rock Hotel by Prasanthi bagian *Sales and Marketing Departement*. Untuk mengambil data dan mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, penulis memilih informan sebanyak satu *General Manager* dan empat karyawan *Sales and Marketing Departement* di On The Rock Hotel by Prasanthi, dengan rincian sebagai berikut:

a. <i>General Manager</i>	= 1 orang
b. Departement Manager	= 1 orang
c. Sales Executive	= 3 orang
Total	= 5 orang

3.4.2. Alasan Pemilihan

Alasan penulis memilih satu orang *general manager* dan *sales and marketing manager* sebagai informan karena kedua orang pada posisi tersebut merupakan penentu kebijakan yang ada di *management* hotel termasuk promosi yang dilakukan melalui media sosial. Pemilihan tiga orang *sales executive* dianggap tepat karena dapat memberikan data mengenai cara

mengelola dan menjalankan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui media sosial instagram milik On The Rock Hotel by Prasanthi.

3.5.Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan sebagai bahan penelitian ada dua, yakni:

3.5.1. Data Primer

Sebagai data primer, peneliti menggunakan hasil wawancara mendalam, - *focus group discussion* dengan informan dan hasil observasi lapangan peneliti.

3.5.2. Data Sekunder

Untuk data sekunder, peneliti menggunakan data yang diperoleh dari materi arsip surat menyurat, dan notulen rapat.

3.6.Definisi Konstruk dan Indikator Penelitian

3.6.1. Definisi Konstruk

Definisi konstruk penelitian memiliki fungsi yang lebih abstrak dari konsep. Hal ini dikarenakan tidak adanya hubungan langsung antara abstraksi dengan manifestasi yang diamati. Adapun definisi konstruk dalam penelitian ini yakni strategi komunikasi pemasaran media sosial di On The Rock Hotel by Prasanthi merupakan upaya menyampaikan pesan yang berisi promosi dan pembentukan *branding image* On The Rock Hotel by Prasanthi kepada konsumen melalui akun media sosial instagram yang dimiliki.

3.6.2. Indikator Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan diri pada strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial instagram milik On The Rock Hotel by Prasanthi dengan akun @ontherockhotel. Adapun indikator penelitian adalah strategi komunikasi pemasaran dalam konsep SOSTAC yang terdiri dari:

1. *Situation*. Keadaan persaingan pasar dalam bisnis perhotelan yang dihadapi oleh On The Rock Hotel by Prasanthi di kota Kupang. Kondisi *branding image* yang dimiliki oleh On The Rock by Prasanthi yang dibentuk melalui instagram.
2. *Objectives*. Objektif dari strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh On The Rock Hotel by Prasanthi yang sesuai dengan misi perusahaan yakni menciptakan tenaga kerja yang terampil dan profesional, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat kota Kupang. Tujuan yang ingin dicapai merupakan peningkatan pendapatan dan pembentukan citra yang baik bagi perusahaan melalui akun instagram yang dimiliki oleh On The Rock Hotel by Prasanthi.
3. *Strategy*. Cara yang digunakan oleh On The Rock Hotel by Prasanthi untuk mencapai misi dan tujuan perusahaan dengan mempublikasi promosi, suasana dan kegiatan yang dimiliki oleh hotel pada halaman akun instagram @ontherockhotel.
4. *Tactics*. Rincian dari strategi yang digunakan oleh On The Rock Hotel by Prasanthi. Taktik pemasaran melalui instagram On The Rock Hotel by

Prasanthi dengan membuat tampilan instagram menjadi menyenangkan dan menghandirkan informasi terbaru tentang On The Rock Hotel by Prasanthi. Taktik dalam strategi komunikasi pemasaran instagram oleh On The Rock Hotel by Prasanthi merupakan cara memudahkan pengguna instagram menemukan informasi tentang On The Rock Hotel by Prasanthi.

5. *Actions*. Kegiatan internal management hotel yang mendukung pemasaran dan *branding image* On The Rock Hotel by Prasanthi pada halaman instagram. Kegiatan internal management hotel dilakukan dengan pembentukan tim untuk mengembangkan dan mendistribusikan pemasaran serta *branding image* perusahaan dalam bentuk foto, iklan, video di akun instagram @ontherockhotel.
6. *Controlling*. Pengawasan yang dilakukan oleh *management* hotel untuk mengawasi, mengevaluasi, perkembangan kegiatan pemasaran melalui instagram akun @ontherockhotel. Kontrol dilakukan *management* hotel sebagai bentuk pengendalian terhadap strategi yang digunakan agar sesuai dengan tujuan On The Rock Hotel by Prasanthi.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara melakukan observasi, wawancara mendalam dan *focus group discussion* dengan *key informant*, serta studi dokumen. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi pengamatan mengenai kegiatan sales and marketing departement dalam

mengelola akun media sosial instagram @ontherockhotel. Observasi juga dilakukan terhadap materi yang di postingan pada akun instgram @ontherockhotel. Cara memperoleh data berikutnya adalah dengan melakukan wawancara mendalam dengan *key informant*. Wawancara mendalam dilakukan dengan mengajukan pertanyaan sesuai dengan indikator penelitian mengenai materi yang dipublikasi pada akun instagram @ontherockhotel dalam konsep SOSTAC. *Focus group discussion* dilakukan untuk memperoleh data dengan mengumpulkan empat informan yang bertugas menjadi pengelola akun instagram yang dimiliki oleh On The Rock Hotel by Prasanthi. Teknik yang dilakukan untuk mmengumpulkan data yang terakhir adalah dengan studi dokumen. Dokumen yang dipilih untuk melengkapi data penelitian adalah notulensi rapat, serta dokumen-dokumen promosi yang dimiliki oleh On The Rock Hotel by Prasanthi.

3.8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan cara deskriptif kualitatif. Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, aktegori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan tempat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2004: 280-291). Hasil penelitian yang dilakukan fokus terhadap pola pikir individu. Pendekatan ini diarahkan pada individu atau kelompok tersebut secara utuh.. Melalui teknik ini, penulis mendeskripsikan data yang ada untuk mendapatkan jawaban terhadap permasalahan penelitian berdasarkan data

kualitatif yang terkumpul. Langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam menganalisis data, yakni:

3.8.1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang ada di lapangan dan diteruskan pada waktu pengumpulan data, dengan demikian reduksi data dimulai sejak peneliti memfokuskan wilayah penelitian (Miles, et.al., 1992: 15). Data yang direduksi oleh peneliti berupa data yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan informan terkait strategi komunikasi pemasaran yang digunakan melalui *social media* instagram dengan akun @ontherockhotel dan data hasil dari observasi dengan tetap memperhatikan fokus kegiatan reduksi data materi yang di publikasi pada halaman instagram miliki On The Rock Hotel by Prasanthi.

3.8.2. Penyajian Data

Setelah data dikumpulkan dan dipilah, teknik yang dilakukan selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data adalah rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan penelitian dilakukan. Penyajian data diperoleh berbagai jenis, jaringan kerja, keterkaitan kegiatan atau tabel (Miles, et.al., 1992: 16). Data-data yang disajikan akan membantu penulis dalam memahami situasi yang terjadi serta memberikan peluang untuk mengerjakan suatu analisis berdasarkan pemahaman yang ada mengenai strategi komunikasi

pemasaran media sosial pada akun instagram @ontherockhotel sesuai dengan konsep SOSTAC.

3.8.3. Verifikasi Data

Setelah melewati teknik reduksi dan penyajian data, teknik berikutnya adalah memverifikasi data. Maksud dari teknik ini adalah penulis akan melakukan penyimpulan terhadap analisis yang dilakukan. Hal ini dilakukan agar penulis memperoleh peluang untuk menganalisis lebih lanjut dan berpeluang untuk mendapatkan masukan. Penarikan kesimpulan sementara, masih dapat diuji kembali dengan data yang ada di lapangan. Cara yang dilakukan melalui pengoreksian kembali, peneliti juga melakukan triangulasi data dengan menyesuaikan hasil wawancara, hasil pengamatan di lapangan, dan hasil dokumentasi, sehingga kebenaran ilmiah dapat diperoleh. Setelah hasil penelitian telah diuji kebenarannya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dalam bentuk dekskriptif sebagai laporan penelitian (Iskandar, 2009 :142).

3.9. Teknik Interpretasi Data

Keabsahan data merupakan hal yang penting saat melakukan penelitian, terlebih dalam penelitian kualitatif. Menurut Hamidi (2004: 82-83) untuk memeriksa keabsahan data pada penelitian kualitatif, maka dilakukan hal-hal berikut:

1. Melakukan pengamatan untuk menentukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan memusatkan diri pada kasus secara rinci tentang

strategi komunikasi pemasaran yang digunakan dalam media sosial instagram dengan akun @ontherockhotel.

2. Dalam proses memeriksa realibilitas dan validitas data, peneliti menggunakan triangulasi data, yaitu teknik pemeriksaan validitas data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2006: 267). Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik triangulasi data yang memanfaatkan penggunaan sumber, berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Yaitu dengan cara :
 - a. Membandingkan hasil wawancara dari *General Manager, Manager Sales and Marketing Departement*, dan *Senior Sales* di On The Rock Hotel by Prasanthi untuk mengetahui memang benar adanya strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan lewat media sosial khususnya Instagram dengan akun @ontherockhotel.
 - b. Membandingkan hasil wawancara yang penulis lakukan bersama informan dengan materi promosi yang di publikasi pada halaman instagram akun @ontherockhotel.
3. Memperpanjang keikutsertaan, yaitu: dalam tahap ini keikutsertaan penulis sangat menentukan proses pengumpulan data. Semakin banyak waktu yang

digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data dari informan, maka pengumpulan datanya semakin baik.

4. Mendapatkan kecukupan referensi. Alat perekam (*recorder*) dan kamera foto digunakan sebagai patokan untuk menguji kebenaran data ketika dianalisis dan ditafsir.