

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Fokus utama penelitian ini adalah mengenai analisis instagram “Visit Cianjur” dalam membentuk *brand image*. Instagram merupakan platform media sosial yang paling banyak orang gunakan. Instagram merupakan sebuah aplikasi untuk berbagi foto dan video yang dapat dibagikan ke instagram itu sendiri. Pada Oktober 2021 instagram Visit Cianjur memiliki pengikut sebanyak 204 ribu pengikut dan memiliki foto atau video yang di *post* sebanyak 13.311 *post* yang dapat dilihat oleh *followersnya*.

Penelitian ini membutuhkan sekumpulan data yang memungkinkan peneliti mendapatkan gambaran umum untuk memahami fenomena ini. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Netnografi adalah nama yang diberikan untuk serangkaian praktik etnografi, analisis data, etika, dan representasi terkait, yang dilakukan dengan menggunakan data sosial dan budaya yang dibagikan secara bebas melalui internet (Kozinets, 2015). Pendekatan penelitian ini sesuai dengan keinginan peneliti untuk mengeksplorasi bagaimana dibentuknya *brand image* Kabupaten Cianjur melalui instagram “Visit Cianjur”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana potensi instagram Visit Cianjur membentuk *brand image* wisata di Kabupaten Cianjur dengan menganalisis *user generated content* berupa *like*, *caption*, dan tagar untuk melihat bagaimana *brand image* Kabupaten Cianjur dapat dibentuk melalui konten yang dibuat oleh pengguna instagram. *User generated content* yang telah dianalisis menggunakan *web crawling* atau yang biasa disebut bahasa pemrograman Python 3.8 dengan InstaLooter. Selain itu, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan yang merupakan *followers* instagram Visit Cianjur dan 1 informan lainnya yang merupakan *founder* Visit Cianjurnya itu sendiri.

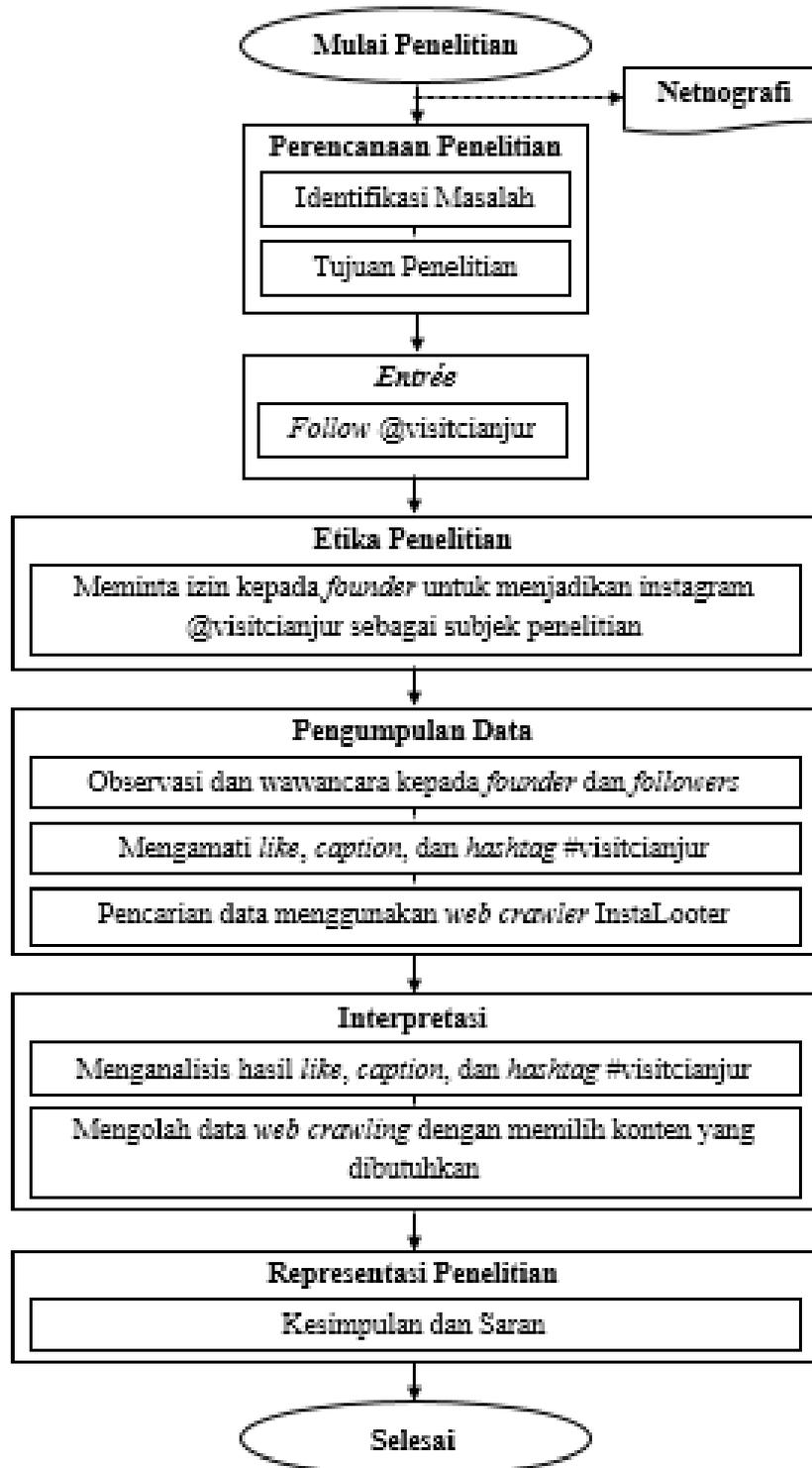
3.2. Metode Penelitian

3.2.1. Metode dan Jenis Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Karena pada penelitian ini memperhatikan setiap individu yang mengikuti instagram Visit Cianjur untuk menemukan jawaban bagaimana perilaku manusia dapat berpengaruh untuk pembentukan brand image. Sehingga, penelitian ini menggunakan jenis penelitian Netnografi yang didefinisikan sebagai metodologi riset kualitatif yang mengadaptasi teknik riset etnografi untuk mempelajari budaya dan komunitas yang terjadi dalam *computer mediated communication* (Kozinets, 2010). Dalam hal ini, netnografi difokuskan pada studi yang dilakukan melalui media sosial.

Berdasarkan pemaparan diatas, netnografi dapat memberikan informasi dari media sosial mengenai dibentuknya *brand image* wisata di Kabupaten Cianjur yang dilakukan oleh instagram Visit Cianjur. Sehingga, peneliti mendapatkan informasi yang lebih detail melalui konten atau *user generated content* yang ada di instagram Visit Cianjur. Hal ini dikarenakan metode netnografi bertujuan untuk memahami budaya dan masyarakat melalui manifestasi media sosialnya, netnografi berupaya untuk menghadapi pertanyaan tentang struktur dan agensi di ranah media sosial, dengan mencatat bagaimana transformasi kekuatan perusahaan dan pribadi dapat dipengaruhi, dihalangi, dikelola, dan diberdayakan (Kozinets, 2015). Hal ini sejalan dengan keinginan peneliti untuk mengetahui bagaimana kekuatan media sosial instagram Visit Cianjur dalam membentuk *brand image* wisata di Kabupaten Cianjur.

3.2.2. Tahapan Penelitian Netnografi



GAMBAR 3.1
DIAGRAM TAHAPAN PENELITIAN

3.3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan yaitu jenis data kualitatif dengan mengumpulkan hasil wawancara dari founder instagram Visit Cianjur dan *followers* instagram Visit Cianjur, serta menganalisis data yang didapatkan dari hasil *web crawling* dengan menggunakan InstaLooter (Platform ilmu data Python 3.8). Sedangkan sumber data pada penelitian ini didapatkan dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer ini diperoleh melalui wawancara dengan informan serta pendukung lainnya yang terkait dengan subjek penelitian ini, yaitu media sosial instagram Visit Cianjur. Pada pelaksanaan penelitian ini, penulis melibatkan 6 informan yang berkaitan dengan instagram Visit Cianjur. 5 orang diantaranya merupakan *followers* instagram Visit Cianjur dan 1 orang berikutnya merupakan *founder* instagram Visit Cianjur. Berikut profil dari setiap informan:

TABEL 3.1
PROFIL INFORMAN

No.	Kode Narasumber	Kategori	Domisili	Profesi
1.	Narasumber 1	<i>Founder</i>	Cianjur	<i>Supervisor</i>
2.	Narasumber 2	<i>Followers</i>	Cianjur	Mahasiswa
3.	Narasumber 3	<i>Followers</i>	Cianjur	Mahasiswa
4.	Narasumber 4	<i>Followers</i>	Cianjur	Humas/ <i>Tour Guide</i>
5.	Narasumber 5	<i>Followers</i>	Bandung	Mahasiswa
6.	Narasumber 6	<i>Followers</i>	Cianjur	Ibu Rumah Tangga

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Dalam pelaksanaan penelitian ini, wawancara dilakukan dengan *video call* melalui aplikasi zoom kepada tiga narasumber, diantaranya narasumber dua, narasumber tiga, dan narasumber lima. Sedangkan dua narasumber lainnya melakukan wawancara dengan *phone call* melalui whatsapp yaitu narasumber empat dan enam. Untuk narasumber satu dikarenakan keterbatasan waktu sehingga wawancara dilakukan melalui *chat whatsapp*.

2. Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini digunakan sebagai data pendukung untuk data primer. Sumber data sekunder diperoleh dari beberapa kajian literatur, yang meliputi *ebook*, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan penelitian.

Berikut sumber-sumber data yang didapatkan untuk menjawab rumusan-rumusan masalah yang telah ditentukan:

TABEL 3.2
SUMBER DATA

No.	Rumusan Masalah	Sumber Data
Data Primer		
1.	Apa faktor yang membentuk <i>brand image</i> wisata di Kabupaten Cianjur?	Wawancara dan <i>web crawling</i>
2.	Bagaimana instagram Visit Cianjur membentuk <i>brand image</i> ?	Wawancara dan <i>web crawling</i>
3.	Bagaimana peran pengikut instagram Visit Cianjur dalam pembentukan <i>brand image</i> wisata di Kabupaten Cianjur?	Wawancara dan observasi
Data Sekunder		
1.	Apa faktor yang membentuk <i>brand image</i> wisata di Kabupaten Cianjur?	Teori mengenai faktor yang membentuk <i>brand image</i> ditemukan pada <i>ebook</i> “ <i>Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity</i> ” (Keller, 2013)
2.	Bagaimana instagram Visit Cianjur membentuk <i>brand image</i> ?	Teori mengenai konsep 4C yang dikemukakan oleh Chris Heur terdapat pada <i>ebook</i> “ <i>Engage! The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web</i> ” (Solis, 2010)
3.	Bagaimana peran pengikut instagram Visit Cianjur dalam pembentukan <i>brand image</i> wisata di Kabupaten Cianjur?	Teori mengenai pendekatan pada bidang <i>branding co-creation</i> terdapat pada jurnal “ <i>Branding co-creation with members of online brand communities</i> ” (Hajli, Shanmugam, Papagiannidis, Zahay, & Richard, 2016)

Sumber: Pengolahan Data, 2021

3.4. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian memiliki tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap pembuatan laporan.

3.4.1. Tahap Persiapan

Langkah awal yang dilakukan pada tahap ini yaitu menyusun proposal yang berisi rancangan penelitian yang akan dilakukan. Dalam proposal yang telah diajukan, peneliti merumuskan masalah yang akan dikaji dalam penelitian yang berkaitan dengan pembentukan *brand image* pada platform media sosial instagram Visit Cianjur, serta menentukan tujuan dari penelitian.

3.4.2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, peneliti mulai menggali informasi data dari pihak-pihak yang terkait. Pada fase ini, peneliti mulai mewawancarai pihak yang berkaitan dengan instagram Visit Cianjur. Peneliti memberikan pertanyaan yang telah disiapkan kepada informan untuk menggali informasi yang lebih terperinci. Selain itu, peneliti menggali data menggunakan teknik *web crawling* atau yang biasa disebut bahasa pemrograman Python 3.8 dengan InstaLooter. Setelah data yang dibutuhkan terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data.

3.4.3. Tahap Pembuatan Laporan

Tahap terakhir dalam penelitian ini setelah dilakukannya analisis data yaitu pembuatan laporan. Peneliti melakukan pengecekan data dan mengolah data yang telah terkumpul. Pada langkah terakhir ini, peneliti membuat laporan dari hasil wawancara dan mengolah data yang diperoleh dari hasil pengolahan InstaLooter (Platform ilmu data Python 3.8). Dalam pembuatan laporan peneliti melakukan interpretasi dari data yang didapatkan dan disusun secara sistematis berdasarkan prosedur penulisan karya ilmiah. Penulis juga melakukan pemeriksaan data atau melakukan triangulasi data agar memperoleh keabsahan data.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2013). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. *Literature research*, yaitu pengumpulan data dengan mempelajari *ebook*, jurnal dan *homepage/website* untuk mengumpulkan informasi terkait teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian seperti *brand image* dan media sosial yang diteliti yaitu instagram.
2. Wawancara, pada penelitian ini dilakukan kepada 6 informan dan wawancara yang dilakukan berkaitan dengan platform media sosial instagram Visit Cianjur. Keseluruhan informan diwawancarai secara online, dan dilakukan sesuai dengan kesanggupan informan melalui via *chat* maupun via *video call*.
3. *Web crawling*, teknik ini digunakan untuk mendukung mesin pencari situs web, berdasarkan kemampuannya untuk menggabungkan pengindeksan dokumen dan prosedur pengambilan, yang membuat dokumen dapat diakses oleh pengguna internet (Cothey, 2004). Penelitian ini menggunakan *web crawler* InstaLooter (Platform ilmu data Python 3.8) yang bertujuan untuk mengekstrak data dari instagram Visit Cianjur. *Web crawler* InstaLooter dapat membantu mengumpulkan data yang tidak terstruktur. Program *open-source* Python 3.8 memudahkan peneliti memperoleh data dari instagram Visit Cianjur dengan melakukan pencarian data berupa *like*, *caption* dan tagar “#visitcianjur”. Terakhir, data yang sudah dikumpulkan dengan melakukan *web crawling* diproses dan disiapkan untuk dianalisis lebih lanjut.

Untuk lebih memahami seperti apa teknik pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti menyajikannya kedalam tabel 3.3 di bawah ini:

TABEL 3.3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

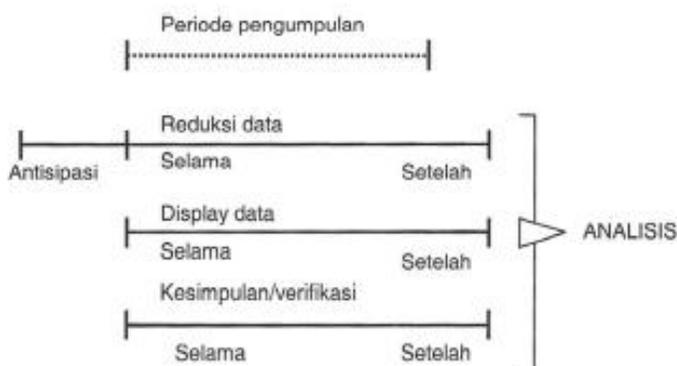
No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	<i>Literature Research</i>	Teori <i>brand image</i> , media sosial, dan <i>user generated content</i>

2.	Wawancara	Pelaksanaan implementasi dari <i>brand image</i> melalui instagram Visit Cianjur kepada <i>followers</i> instagram Visit Cianjur dan <i>founder</i> instagram Visit Cianjur
3.	Web crawling	Analisis data <i>user generated content</i> pada instagram Visit Cianjur menggunakan InstaLooter (Platform ilmu data Phyton 3.8)

Sumber: Hasil Pengolahan Data Sekunder dan Primer, 2021

3.6. Analisis Data

Analisis data akan menjadi pegangan bagi penelitian lebih lanjut dengan teori yang “grounded” (Sugiyono, 2013). Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data berfokus pada proses yang dilakukan dilapangan dengan pengumpulan data. Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah analisis data model Miles and Huberman (1984) dalam (Sugiyono, 2013) yaitu analisis data kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Langkah-langkah analisis data ini, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.



GAMBAR 3.2
KOMPONEN DALAM ANALISIS DATA

3.6.1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Untuk mempermudah penelitian dengan sejumlah data yang cukup banyak, penulis umumnya melakukan reduksi data yang berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Sehingga,

data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono, 2013).

Data yang diperoleh memiliki jumlah yang cukup banyak. Oleh karena itu, peneliti perlu mencatat data yang telah didapatkan secara teliti dan rinci. Setelah melakukan pencatatan data peneliti mulai melakukan reduksi data yang memfokuskan pada hal-hal yang penting dan diperlukan.

3.6.2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian ini penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel. Melalui penyajian data, data akan tersusun serta akan dapat lebih mudah untuk dipahami.

3.6.3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2013).

3.7. Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data, salah satu kemungkinan survey netnografi adalah dengan menghubungi subjek dan memberikan hasil wawancara dan hasil *web crawling* yang dilakukan oleh penulis selama penelitian. Serta dapat melakukan validasi data secara berulang dengan melakukan validasi ulang semua hasil analisis data yang diperoleh. Peneliti juga melakukan teknik triangulasi data, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang melakukan hal lain. Menurut (Wiersma, 2000) ada tiga macam teknik triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data

yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Teknik triangulasi sumber ini digunakan kepada beberapa pihak yang berhubungan yang terkait dengan instagram Visit Cianjur.