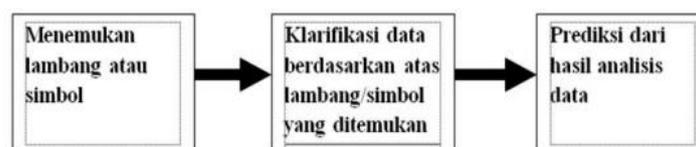


BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pada dasarnya desain penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan penelitian kualitatif dengan metode Analisis isi dengan fokus penelitian dilakukan pada Destinasi Wisata Alam Tematik yang terdapat di Kota Bandung dimana di dalam buku (Affuddin, 2012) mengatakan bahwa peneliti dengan metode analisis isi harus mampu memahami tema pada data kualitatif yang ia miliki. Dengan Metode analisis isi ini, diharuskan adanya pembahasan yang mendalam dari isi berupa materi informasi yang tertulis maupun yang bersifat dokumentasi baik dari media massa maupun buku – buku yang menjadi referensi penelitian. Umumnya analisis data kualitatif menggunakan analisis isi atau juga disebut analisis tematik yang hal tersebut dikemukakan oleh Bradshaw et al., (2017) Adapun menurut buku (Suyitno, 2018) mengatakan bahwa sebuah teknik analisis isi, merupakan upaya – upaya berbentuk klarifikasi dari tema maupun lambang –lambang yang digunakan dalam komunikasi dan tetap menggunakan kriteria pada saat membuat prediksi. Adapun logika yang diterapkan pada analisis konten, sebagai gambaran berikut ini:



Sumber : Suyitno, (2018)

GAMBAR 3.1

ANALISIS KONTEN PADA PENELITIAN KUALITATIF

Analisi isi ini juga dilakukan sebagai identifikasi dan evaluasi yang dilakukan secara kritis menurut Fink dan Myers (2013) adapun penelitian menggunakan analisis konten, dilakukan dengan mengidentifikasi tema yang serupa yang terdapat dalam penelitian kemudian mengekstrapolasi perbedaan

area umum, mengikuti arahan dari Mohammed et, al., (2015) yang dikutip dalam jurnal Whalen (2018). Adapun menurut Buhalis (2022) dalam bukunya mengemukakan bahwa analisis isi juga banyak dipakai pada ilmu sosial yang digunakan untuk menafsirkan teks maupun dokumentasi, yang diharapkan dengan menggunakan analisis isi, mendapatkan pemahaman yang lebih mengenai tema maupun objek dari penelitian. Analisis konten juga mempunyai 7 pendekatan yang diusulkan oleh (Buhalis, 2022) dalam bukunya. Dimana pendekatan tersebut, dibagi menjadi 7 langkah: Kategorisasi, Abstraksi, Perbandingan, Dimensi, Integrasi, Literasi, dan yang terakhir yaitu Sanggahan. Adapun tujuan dari penelitian kualitatif ini yaitu untuk memahami kondisi suatu konteks dengan mengarahkan kepada pendeskripsian dengan rinci dan mendalami kondisi dalam suatu fenomena maupun suatu tema yang diangkat dan yang dialami (*natural settings*) mengenai apa yang sebenarnya terjadi sebagaimana yang terjadi juga di lapangan

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, akan dilihat dinamika pengelolaan media sosial oleh Destinasi pariwisata tematik berbasis Alam di Kota Bandung. Yang kemudian dilakukan pemetaan destinasi wisata alam tematik dan klasifikasi maka ditetapkan tempat penelitian ini berada di Floating Market, Dusun Bambu dan Fairy Garden. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi keingintahuan peneliti mengenai objek penelitian yang berkaitan dengan analisis pilar – pilar *Disneyization* dalam konten pemasaran media sosial destinasi wisata tematik berbasis alam.

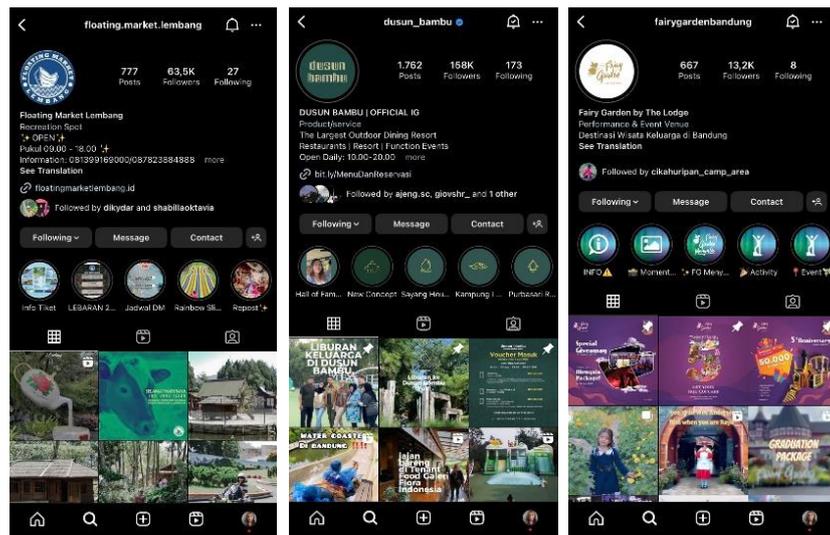
Rentang waktu dalam menganalisis media sosial dilakukan dari awal bulan Desember hingga April 2023. Adapun yang dianalisis yaitu postingan berupa video dan foto yang diunggah oleh Floating Market, Dusun Bambu, dan Fairy Garden. Terpilihnya ke-3 lokasi penelitian ini yaitu dengan dilakukannya klasifikasi destinasi wisata yang kemudian terdapat sebanyak 23 destinasi wisata yang diambil pada tanggal 14 Februari, dan menggunakan teori dari butler life cycle yang selaras dengan lamanya destinasi wisata beroperasi, serta beberapa kategori yang digunakan, seperti dari banyaknya jumlah pengikut, banyaknya

jumlah unggahan, dan terdapat *contact person* dari media sosial ketiga destinasi wisata tersebut. Setelah terkumpul beberapa klasifikasi destinasi wisata, kemudian destinasi wisata tersebut terbagi menjadi 2, yang diantaranya, destinasi wisata tematik dan destinasi wisata alam. Adapun yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu destinasi wisata tematik berbasis alam yang terdapat di Kota Bandung. Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2023.

3.3 Pengumpulan Data

Penelitian ini berfokus pada penelitian kualitatif. Data kualitatif ini mengarah kepada konsep Disneyization dalam konten pemasaran media sosial destinasi wisata tematik berbasis alam di Bandung Raya. Sumber data yang digunakan yaitu dengan menganalisis unggahan pada media sosial Instagram masing – masing destinasi wisata, yaitu Floating Market, Dusun Bambu, dan Fairy Garden. Dipilihnya Instagram dalam penelitian ini, karena Instagram dinilai sebagai salah satu *platform* media sosial yang strategis untuk pemasaran dikatakan strategis karena Instagram memiliki beberapa fitur foto dan video yang dapat digunakan untuk membagikan informasi dengan cepat, detail, dan menarik yang dimana diungkapkan juga oleh penelitian yang dilakukan (Lontoh et al., 2020) bahwa, Instagram merupakan media sosial yang mampu menyebarkan informasi dengan cepat dengan berupa foto maupun video. Dengan jumlah postingan yang terkumpul untuk dianalisis adalah 90 postingan berupa foto dan video. Adapun kriteria yang diambil antara lain sebagai berikut:

1. Unggahan yang diunggah pada bulan Desember 2022 – Bulan April 2023 pada akun instagram Floating Market, Dusun Bambu, dan Fairy Garden.
2. Data yang didapat akan disalin ke dalam Microsoft Excel dan dilakukan *coding* data menggunakan Microsoft Excel.
3. Data yang sudah terpilih akan diberi nomor urut dan kode untuk di analisis.



GAMBAR 3.2

MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DESTINASI WISAT

3.4 Analisis Data

Analisis data yang dilakukan, dilalui dengan mencari, menyusun, dan menganalisis data yang telah di peroleh dari media sosial instagram, Floating Market, Dusun Bambu, dan Fairy Garden. Seluruh postingan yang sudah melalui *screening* berdasarkan aspek yang telah ditetapkan akan dikumpulkan ke dalam Microsoft Excel kemudian akan dikelompokkan per postingan berdasarkan kategori agar bisa ditarik sebuah kesimpulan.

Analisis konten kualitatif akan melibatkan proses yang telah dirancang untuk memadatkan data yang masih mentah ke dalam kategori maupun tema berdasarkan inferensi dan interpretasi yang valid. Analisis konten pada penelitian ini akan berfokus pada media sosial Instagram. Prosesnya yaitu menemukan lambang maupun simbol atau kata kunci kemudian dilakukan klasifikasi data berdasarkan lambang, simbol maupun kata kunci yang ditemukan, kemudian tahap terakhir yaitu prediksi atau hasil analisis dari data yang ditemukan (Suyitno, 2018).

Penelitian ini akan menganalisis 3 destinasi wisata tematik berbasis alam yang terdapat di Kota Bandung, yaitu Floating Market, Dusun Bambu, Fairy Garden. Pemilihan 3 destinasi wisata tematik berbasis alam ini dipilih berdasarkan kriteria yang ditentukan, yaitu berdasarkan banyaknya postingan, followers pada akun media sosial instagram. Kemudian ditotal lalu muncul hasil destinasi wisata tematik berbasis alam pada posisi teratas, tengah – tengah, dan posisi terbawah melalui kriteria yang ditentukan

Thema	Code	Category	Thema	Code	Category	Thema	Code	Category	Thema				
Theming	FM-2	Logo	Identitas Merek	Merchandising	FM-4	Minuman perikanan (Es krim masak)	Produk	Hybrid Consumption	FM-1	Human Claw	Produk Wisata	Performative Labour	DE-
Theming	FM-2	Packaging (Kotak makanan)	Packaging	Merchandising	FM-17	Pasar Gembong	Lokasi (Penempatan permainan oleh- oleh)	Hybrid Consumption	FM-2	Kuliner Tradisional	Produk	Performative Labour	DE-
Theming	FM-2	Kuliner Tradisional	Produk	Merchandising	FM-17	Blaju	Produk	Hybrid Consumption	FM-7	Kota Mini	Produk Wisata	Performative Labour	DE-
Theming	FM-3	Ucapan Selamat Natal	Identitas Merek	Merchandising	FM-17	Topi	Produk	Hybrid Consumption	FM-8	Bumper Boat	Produk Wisata	Performative Labour	DE-
Theming	FM-4	Logo	Identitas Merek	Merchandising	FM-17	Pin	Produk	Hybrid Consumption	FM-9	Rainbow ATV	Produk Wisata	Performative Labour	DE-
Theming	FM-4	Packaging (Bekas Kertas)	Packaging	Merchandising				Hybrid Consumption	FM-10	Rabbit Wonderland	Produk Wisata	Performative Labour	DE-
Theming	FM-5	Logo	Identitas Merek	Merchandising	FM-17	Clear Play	Lokasi (Penempatan permainan oleh- oleh)	Hybrid Consumption	FM-10	Taman Kelinci	Produk Wisata	Performative Labour	DE
Theming	FM-5	Outdoor	Lokasi (penempatan tema)	Merchandising	FM-17	carvas mini	Produk	Hybrid Consumption	FM-10	Rabbit Wonderland	Produk Wisata	Performative Labour	DE
Theming	FM-10	Ucapan Selamat Tahun Baru/Imlek	Identitas Merek	Merchandising	FM-17	Talenan	Produk	Hybrid Consumption	FM-10	Taman Kelinci	Produk Wisata	Performative Labour	DE
Theming				Merchandising									

GAMBAR 3.3

PROSES CODING DATA

3.5 Isu Etik

Dalam penelitian analisis konten media sosial Instagram, tidak mengharuskan ada persetujuan dari pihak tertentu, karena media sosial Instagram adalah milik umum dan publik, maka dari itu tidak perlu adanya persetujuan dari informan maupun narasumber. Penelitian ini akan mengidentifikasi pilar – pilar dari konsep disneyization dalam konten media sosial pada destinasi wisata tematik berbasis alam di Kota Bandung.

3.6 Keabsahan Data

Keabsahan dari data yang terkumpul melalui suatu penelitian, sangat diperlukan agar menjadikan penelitian tersebut lebih ilmiah. Dalam penelitian Bachri (2010), mengatakan bahwa hal yang sangat penting dalam penelitian, yaitu memahami validitas data yang dimana pada penelitian yang menggunakan metode kualitatif, dianggap mempunyai karakteristik data yang nilainya tidak mutlak. Pada metode kualitatif, validasi data berkaitan dengan lingkungan dan tujuan dari data yang telah diambil.

Ferby Stevanie Pepayoza Br Tarigan, 2023

ANALISIS PILAR - PILAR DISNEYIZATION DALAM KONTEN MEDIA SOSIAL DESTINASI WISATA TEMATIK BERBASIS ALAM DI BANDUNG RAYA (ANALISIS KONTEN PADA KONTEN MEDIA SOSIAL DESTINASI WISATA TEMATIK BERBASIS ALAM DI BANDUNG RAYA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pada penelitian ini, keabsahan data yang digunakan sebagai bentuk konfirmasi data, yaitu menggunakan data sekunder yang berasal dari publikasi artikel berita yang dimuat dalam media massa. Dan didukung oleh sumber lain, seperti publikasi berisi wawancara dengan pengelola yang dimuat di dalam artikel berita, majalah, radio, atau koran.

Pada penelitian ini, untuk menentukan keabsahan data penulis menggunakan teori dari Disneyization oleh (Bryman, 2004), yang dimana penulis mengembangkan teori tersebut pada Destinasi Wisata Tematik Berbasis Alam yang diteliti. Kemudian selanjutnya dilakukan koding untuk mendapatkan kategori yang dimana kategori ini juga berhubungan dengan teori yang dikemukakan oleh Alan Bryman kemudian dikembangkan oleh penulis.

Artikel berita tersebut dicari melalui laman mesin pencari di *google*. Dengan menuliskan kata kunci seperti, “nama atraksi, pengelola”. Kata kunci tersebut berasal dari berbagai situs web dan tautan, seperti *inilahkoran.id*, *lampung.tribunnews.com*, *bandung.kompas.com*, *yoursay.suara.com*, *kompas.com*, *liputan6.com*, *bangbara.com*, *radarbandung.id*, *mytrip123.com*, *napaktilas.net*, *celebrities.id*, *life.indozone.id*, dan *travel.kompas.com*. adapun data tersebut dikumpulkan secara kolektif dengan periode 3 tahun kebelakang sebelum penelitian ini dilakukan, yaitu dari tahun 2020-2023.