

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Fokus penelitian ditujukan pada *influencer* wisata media sosial yang mempromosikan destinasi wisata di Kawasan Bandung Raya menggunakan media sosial tiktok. Dalam studi ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Arikunto, (2009) metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mendeskripsikan data dengan kata-kata atau kalimat dan dikategorikan untuk memperoleh kesimpulan. Hasil data yang akan dianalisis diuraikan secara rinci dan sebenar-benarnya untuk menggambarkan keadaan penelitian yang sebenarnya (Bogdan and Taylor, 1975). Tujuan dari studi kualitatif adalah untuk mengumpulkan informasi tentang fenomena utama, dan lokasi penelitian (Creswell, 2012 hlm. 167). Oleh karena itu pendekatan kualitatif digunakan untuk mengkaji dan mengungkap bagaimana konten yang dibuat oleh akun informasi wisata dalam mempromosikan destinasi di Kawasan Bandung Raya.

Penelitian kualitatif merupakan suatu konstruksi sosial, suatu individu maupun kelompok dalam memperoleh dan memberikan makna terhadap kesatuan tertentu apakah itu peristiwa, proses, orang atau objek. Orang membuat konstruksi tersebut untuk memahaminya dan menyusunnya kembali menjadi suatu sudut pandang, persepsi, dan system kepercayaan (Sukmadinata, 2006).

3.1.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi, karena data yang diteliti memerlukan penjelasan secara deskriptif oleh karena itu metode ini dinilai sangat tepat untuk menganalisa isu yang ada pada studi ini. Analisis isi adalah suatu teknik yang sistemik untuk menganalisis makna, pesan, dan cara mengungkapkan pesan (Berelson, 1952). Selain itu sebagai teknik penelitian, analisis isi memberikan wawasan baru dan meningkatkan pemahaman peneliti tentang fenomena tertentu (Krippendorff, 2004)

Penelitian ini menggunakan *Qualitative Content Analysis Document* (Kajian Isi Dokumen secara Kualitatif) dengan teknik *coding* terhadap konten yang diciptakan oleh *influencer* wisata pada media sosial tiktok di Bandung raya.

Penelitian ini akan mengetahui bagaimana informasi yang ditampilkan dan disampaikan pada unggahan konten akun-akun tersebut dalam mempromosikan destinasi yang ada di Kawasan Bandung Raya, Jawa Barat. Sebagai teknik penelitian, analisis isi memberikan wawasan baru, meningkatkan pemahaman peneliti tentang fenomena tertentu (Krippendorff, 2004).

3.2 Setting Penelitian

3.2.1 Setting

Peneliti memilih media sosial Tiktok sebagai media penelitian karena Tiktok di Indonesia memiliki 150,7 juta pengguna, dengan berbagai kepentingan seperti mengikuti tren, untuk sosialisasi, sampai dengan melakukan aktivitas promosi bisnis. Salah satu fungsi Tiktok yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna yaitu dapat berbagi informasi melalui bentuk video dengan dilengkapi audio dan tulisan sebagai penjelasannya. Selain itu terdapat fitur *comment* dapat digunakan untuk berinteraksi dengan konsumennya agar memunculkan kepercayaan pada konsumen sehingga mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian (Zhu et al., 2022). Selain itu tiktok memiliki unsur-unsur pendukung seperti *profil*, *followers*, *hashtag*, *tag*, dapat dihubungkan dengan jejaring sosial lainnya, tag lokasi dan lainnya (Zhu et al., 2022).

Studi ini dilakukan pada *influencer* wisata media sosial tiktok yang membagikan informasi mengenai destinasi wisata di Kawasan Bandung Raya seperti daya tarik wisata, sarana penunjang wisata, infrastruktur atau prasarana. Beberapa *influencer* yang dipilih termasuk dalam *Key Opinion Leader (KOL)*, *KOL* adalah perantara dalam proses menyampaikan informasi kepada khalayak luas melalui video pendek dalam media sosial, dalam proses tersebut KOL mampu mempengaruhi opini para calon wisatawan mengenai suatu destinasi (Xu, 2023). Oleh karena itu, peneliti akan mengkaji makna dan pesan berdasarkan visual, audio, dan tekstual yang disampaikan dalam setiap konten yang diunggah seorang KOL yang mempromosikan destinasi wisata di Kawasan Bandung Raya. Berikut merupakan daftar profil pengguna tiktok yang penulis teliti:

Tabel 3. 1 Profil Influencer

Nama	Gender	Tahun Bergabung	Followers
Trip Bareng Tri	Pria	2021	113.900
Ira Chaerunnisa	Wanita	2022	19.000
Friska Yeni	Wanita	2020	36.500
Nizar Amrullah	Pria	2020	252.100
Yogi Nugraha	Pria	2021	180.100

3.3 Proses Pengumpulan Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan data primer, menurut Hox & Boeije (2004) data primer adalah data yang dikumpulkan untuk masalah penelitian tertentu yang ada, menggunakan prosedur yang paling sesuai dengan masalah penelitian. Penelitian ini diambil dari konten yang di unggah pada akun yang bergerak menginformasikan destinasi wisata dengan kriteria sebagai berikut:

1. Menetapkan periode pengambilan data pada bulan Januari 2023 sampai bulan Juni 2023,
2. Sample diambil berdasarkan jumlah like minimal 20.000 *viewers*
3. Ulasan menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris
4. Memilih unggahan tekstual dan visual yang disertai dengan audio di setiap bulan antara periode waktu yang ditentukan tersebut.
5. Data yang dipilih dan disalin (*copy-paste*) ke dalam Excel.
6. Data yang terpilih diberi nomor urut dan kode untuk analisis selanjutnya.

Berdasarkan kriteria tersebut penelitian ini dilaksanakan pada akun *influencers* wisata pada media sosial Tiktok yang memiliki minimal 10.000 *followers*. Akun-akun tersebut merupakan tempat dimana mereka membuat konten mengenai destinasi wisata. Hal tersebut menjadi wadah para calon wisatawan untuk mencari informasi mengenai pariwisata Kawasan Bandung Raya.

3.4 Etika Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti akan memperhatikan betul mengenai standar etika dalam penelitian. Terdapat tiga etika penelitian yang ditangani dalam penelitian ini yaitu membagi antara *public* dan *private* dalam

konteks media *online*, dan pemahaman kepemilikan data. Penelitian ini akan mempelajari informasi yang diunggah dengan menggunakan *tekstual analysis* seperti pada *caption* postingan atau teks yang terdapat pada konten video dan jika tercantum nama pengguna selain subjek penelitian maka nama pengguna tersebut akan digantikan dengan kata lain. Selain itu peneliti akan mengkaji audio dan visual yang di unggah, karena akun ini dapat di akses oleh publik dan bersifat terbuka maka peneliti akan mencantumkan transkrip audio, sedangkan pada video yang dikaji akan di edit pada bagian wajah sehingga ada efek *blur*, cara ini dipilih peneliti agar identitas tamu tetap terlindungi. Hal ini dinyatakan dalam buku Esanu &Uhlir (2003), disebut dengan *public domain*. *Public domain* adalah sumber jenis data dan informasi yang tidak dibatasi kekayaan intelektual atau sistem hukum lainnya, dan dapat digunakan tanpa pengungkapan otorisasi atau pembatasan. Proses transkripsi semua dilakukan oleh peneliti, sehingga peneliti memberi kesempatan untuk memahami konten di luar tema kode utama. Hal ini juga dapat mengurangi masalah daya yang mungkin timbul dalam penelitian ini.

3.5 Analisa Data

Sebagai kegiatan akhir dari penulisan penelitian ini, proses selanjutnya adalah menganalisis semua data yang telah terkumpul dan diolah. Dalam hal ini digunakan analisis isi berdasarkan tema, analisis tematik digunakan dalam penelitian dan selanjutnya diberi label, analisis mereduksi data menjadi tema yang bisa diterapkan dan disimpulkan (Castleberry & Nolen, 2018). Data yang dikumpulkan dari akun tiktok akan mencatumkan *link* unggahan kemudian dikumpulkan ke dalam database, kemudian mengelompokkan postingan–postingan berdasarkan tema untuk menarik kesimpulan. Sehingga dapat menganalisis data yang masih bersifat teoritis untuk memperoleh penjelasan ilmiah. Dalam menyimpulkan data dipergunakan pola berfikir induktif yaitu melihat dari fakta-fakta dan peristiwa-peristiwa secara khusus kemudian digeneralisasikan bersifat umum. Menurut Miles & Huberman (1994), analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan komponen analisis data. Tahapan analisis data dimulai dengan mengumpulkan data berupa observasi online yaitu pengumpulan dokumentasi dari media sosial terkait subjek penelitian.

Tahapan analisis data menggunakan model Elo & Kyngäs (2008), adapun tahap-tahap analisis data dalam model ini yaitu *open coding*, *creating categories*, *abstraction*.

1. *Open Coding* berarti bahwa catatan dan judul ditulis dalam teks saat membacanya. Bahan tertulis dibaca sampai habis lagi, dan judul sebanyak yang diperlukan ditulis dalam margin untuk menggambarkan semua aspek konten (Burnard 1991, 1996, Hsieh & Shannon 2005). Judul dikumpulkan dari margin ke lembar pengkodean (Cole 1988, Downe-Wamboldt 1992, Dey 1993) dan kategorinya bebas dihasilkan pada tahap ini (Burnard 1991).
2. *Creating categories* bertujuan untuk mengurangi jumlah kategori yang serupa atau berbeda menjadi kategori tingkat tinggi yang lebih luas. Hal ini untuk menggambarkan fenomena yang meningkatkan pemahaman dan menghasilkan pengetahuan.
3. *Abstraction* berarti merumuskan gambaran umum tentang topik penelitian melalui menghasilkan kategori (Robson 1993, Burnard 1996, Polit & Beck 2004). Setiap kategori diberi nama menggunakan kata-kata karakteristik konten. Subkategori dengan peristiwa dan insiden serupa dikelompokkan bersama sebagai kategori dan kategori dikelompokkan sebagai kategori utama (Dey 1993, Robson 1993, Kynga's & Vanhanen 1999).

3.6 Keabsahan Data

Dalam melakukan suatu penelitian, data yang diperoleh untuk mendukung hasil penelitian haruslah bersifat dapat dipercaya, memastikan bahwa penelitian telah mencapai hasil yang objektif dan reliabel Miles & Huberman (1994). salah satu teknik pengujian reliabilitas yang dapat digunakan adalah inter-rater reability. Inter-rater reability dapat dilakukan dengan menggunakan data nominal dalam bentuk persentase tingkat persamaan. Reliabilitas berkisar dari 0 hingga 1, di mana 0 berarti tidak ada pembuat kode yang setuju, dan 1 berarti ada kesepakatan lengkap antara pembuat kode. Semakin tinggi angkanya, semakin tinggi pula angka reliabilitasnya.

Dalam rumus Miles & Huberman (1994) angka reliabilitas minimum yang dapat ditoleransi adalah 0,8 atau 80%. Artinya jika di atas 0,8 berarti alat ukur tersebut reliabel. Tetapi jika lebih rendah dari 0,8 alat ukur tidak dapat reliabel.

Rumus untuk menghitung reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$\textit{Inter-rater reliability} = \frac{\text{Jumlah data setuju}}{\text{Jumlah data setuju} + \text{Jumlah data tidak setuju}}$$

Untuk membuktikan reabilitas penelitian ini agar menghindari subjektivitas sehingga tercapai kesepahaman dan validitas yang dibantu oleh seorang penguji yaitu peneliti kualitatif dibidang pariwisata, yang akan menjadi penguji hasil koding penulis pada visual, audio dan tekstual konten pada penelitian ini.

Hasil dari penilaian penguji menunjukkan bahwa penelitian memiliki kesesuaian 97% *inter-rater reliability*. Hasil tersebut didapatkan dari penilaian penguji sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \textit{Inter-rater reliability} &= \frac{305+308+480+491+73+77}{(305+308+480+49+73+77) + (9+6+21+9+8+4)} \\ &= \frac{1735}{1791} \\ &= 0,968 \\ &= 97\% \end{aligned}$$