

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini berfokus pada peran *social media* tiktok sebagai media pemasaran Hotel Best Western Premier La Grande dalam upaya menciptakan keunggulan kompetitif. Dalam pandangan John W. Creswell pendekatan kualitatif ialah “sebuah proses tahap menyelidiki untuk mempelajari permasalahan sosial atau permasalahan manusianya yang bergantung pada pembuatan gambar holistik yang dirancang dengan kata-kata, pelaporan persepektif informan secara rinci, serta dirancang dalam sebuah latar belakang ilmiah”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang melibatkan kumpulan data yang mendalam terkait *social media* tiktok sebagai media pemasaran Hotel Best Western Premier La Grande. “Sebagai suatu jenis penelitian deskriptif, memiliki tujuan menemukan teori dan pola hubungan dengan sifat interaktif sehingga dapat menggambarkan realitanya secara lebih rumit dan bermakna” (P Dr Sugiyono, 2016). Data kualitatif bisa didapatkan dari berbagai sumber utama dan/atau sumber sekunder seperti individu, *focus group*, catatan perusahaan, publikasi dan internet.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus yang merupakan “analisis kontekstual mendalam dari satu atau beberapa contoh fenomena alam, seperti orang, organisasi, program, peristiwa, lokasi geografis, atau keputusan” (Tracy, 2020). “Tujuan metode studi kasus yaitu mempelajari terjadinya peristiwa pada objek penelitian yang bersifat deskriptif, intensif, menyeluruh, merinci, dan mendapatkan hasil analisis yang mendalam dari sumber data yang bersifat multisumber bukti” (J. W. Creswell, 2014). “Studi kasus mengarah pada pengkajian suatu keadaan, aktivitas, perkembangan dan faktor penting terkait penunjang kondisi juga perkembangan” (Hardani. Ustiawaty, 2017).

“Studi kasus memiliki empat kegunaan utama yaitu: deskripsi, pembuatan hipotesis atau pengembangan teori, pengujian hipotesis dan teori, dan pengembangan teori *normative*” (Schwandt & Gates, 2018). Penelitian ini menggunakan metode studi kasus karena ingin mengetahui secara mendetail dengan gambaran secara lengkap dan mendalam bagaimana peran *social media* tiktok sebagai media pemasaran dalam menciptakan keunggulan kompetitif Hotel Best Western Premier La Grande Bandung.

### 3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

Penelitian ini melibatkan partisipan dari Hotel Best Western Premier La Grande Bandung sebagai sumber informasi langsung mengenai *social media* tiktok sebagai media pemasaran hotel. Tujuan dipilihnya Hotel Best Western Premier La Grande Bandung sebagai partisipan yaitu untuk mendapatkan informasi mengenai peran *social media* tiktok sebagai media pemasaran dalam upaya menciptakan keunggulan kompetitif di hotel tersebut. Partisipan dibutuhkan dalam penelitian kualitatif sehingga data yang didapat lengkap dan hingga mengetahui pada tingkatan maknanya dari tiap perilakunya yang terlihat. “Partisipan merupakan individu maupun kelompok yang menjadi sumber data valid berupa informasi mengenai aktivitas atau pernyataan serta masukan untuk dianalisis” (Sumaryadi, 2005). Partisipan yang dijadikan subjek dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Front Office Manager & Sales Manager selaku informan kunci yang mengetahui informasi tamu yang menginap di hotel.
- 2) *Digital marketing & Marketing Communication* Hotel selaku informan utama yang mengelola akun Tiktok hotel.
- 3) House Keeping Manager & FB Manager sebagai informan pendukung.

“Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel penilaian dilakukan berdasarkan penilaian peneliti terhadap pengetahuan calon informan atau responden untuk menjawab pertanyaan penelitian, tidak diperlukan teori yang mendasari untuk

teknik ini” (Bernard, 2017). Dalam penelitian yang dilakukan dengan *purposive sampling* ditetapkan sampel yang menjadi informan yaitu *front office manager & sales manager* yang memiliki informasi secara keseluruhan mengenai tamu yang diteliti, kemudian mewawancarai *digital marketing* dan *marketing communication* yang mengetahui dan memahami kasus yang sehubungan dengan informasi yang dijadikan fokus penelitian yaitu peran *social media* Tiktok sebagai media pemasaran hotel lalu mewawancarai *house keeping manager & fb manager* sebagai informan pendukung.

Penelitian ini dilakukan di Hotel Best Western Premier La Grande Bandung yang terletak di Jl. Merdeka No. 25 - 29, Sumurbandung, 40117 Bandung, Indonesia. Terletak di pusat kota, Hotel Best Western Premier La Grande Bandung berjarak dekat dari pusat bisnis seperti pusat perbelanjaan terkenal Bandung dan pusat kuliner. Dikenal dengan premier brand, hotel ini tidak hanya memberikan pelayanan yang istimewa tetapi penuh dengan keramah tamahan pada tamu. Hotel Best Western Premier La Grande Bandung memiliki 193 kamar yang luas, 8 ruang pertemuan, *Business Centre, Executive Lounge, Bar & Lounge*, Restoran, Spa, Gym dan kolam renang air hangat.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data memiliki kepentingan strategis dalam penelitian. Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan informasi. Data kualitatif dikumpulkan dari berbagai sumber. Jenis data yang digunakan peneliti dalam analisis ini lebih memfokuskan pada data kualitatif. Data kualitatif mengacu pada hasil wawancara sebagai gambaran peran *social media* Tiktok sebagai media pemasaran dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

#### a. Sumber Data Primer

“Data yang langsung didapat dari peneliti sebagai tujuan khusus dalam penelitiannya. Menurut arti lain, data primer ialah data yang didapat langsung dari sumber pertamanya, baik melalui pengamatan ataupun

wawancara kepada respondennya dan informanya” (Moleong, 2018). “Pengumpulan data menggunakan sumber primer merupakan pengambilan data langsung dari sumber data ke pengumpul data” (Hardani Ustiawaty, 2017).

Metode pengumpulan data primer ini memiliki tujuan dalam pengumpulan data serta informasi untuk mendapat gambaran umum secara objektif terhadap *social media* Tiktok sebagai media pemasaran hotel. Pengumpulan data primer ini dilakukan melalui proses :

#### 1) Wawancara

“Wawancara dimanfaatkan sebagai metode pengumpulan data untuk penelitiannya dalam melakukan studi pendahuluan untuk mencari masalah yang akan diamati, serta jika penelitiannya ingin mengetahui lebih mendalam terkait hal-hal dari respondennya” (Prof. Dr. Sugiyono, 2013). Proses pengumpulan data melalui wawancara bertujuan agar dapat mengetahui lebih dalam mengenai subjek penelitian.

Jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara mendalam (*In Depth Interview*). “Wawancara mendalam memungkinkan peawawancara menggali secara mendalam dimulai dari umum hingga hal yang penting” (Guion, 2006).

Tahap wawancara ini dibantu oleh *digital marketing* dan *marketing communication* yang merupakan informan utama yaitu Ibu Ribka dan Bapak Aji, selain itu Front Office Manajer dan Sales Manajer yang menjadi informan kunci yaitu Bapak Sakti dan Bapak Doni, adapun informan pendukung yaitu house keeping manajer dan fb manajer sebagai informan pendukung yaitu Bapak Dani dan Bapak Basuki.

Penulis mempersiapkan terlebih dahulu kerangka pertanyaan atau pedoman wawancara. Garis besar pada wawancara adalah bagaimana peran *social media* tiktok sebagai media pemasaran

dalam upaya menciptakan kompetitif di Hotel Best Western Premier La Grande Bandung. Wawancara akan dilaksanakan secara *offline* (jika narasumber berkenan) dengan datang langsung kepada tempat narasumber berada. Tetapi jika narasumbernya tidak berkenan untuk *offline* wawancara dilaksanakan secara *online* melalui whatsapp.

## 2) Observasi

“Observasi dilakukan untuk melakukan pencatatan di lapangan terkait perilaku dan aktivitas seseorang di lokasi penelitiannya. Dalam pencatatan lapangan ini, dilakukan cara yang tidak terstruktur atau semi terstruktur pada kegiatan di lokasi penelitian, serta membandingkan hasil observasi” (Tracy, 2020).

Data primer yang dipakai untuk mengumpulkan datanya yaitu dengan observasi secara langsung yang telah dilakukan oleh peneliti pada *social media* Tiktok dari Hotel Best Western Premier La Grande Bandung.

## b. Sumber Data Sekunder

“Metode pengumpulan data sekunder merupakan pemberian data secara tidak langsung kepada pengumpul data” (Hardani Ustiawaty, 2017). Metode ini berupa pengumpulan data sekunder melalui informasi terkait kondisi Hotel Best Western Premier La Grande Bandung yang didapatkan melalui informasi yang terdapat dalam buku, artikel ilmiah, serta Tiktok hotel untuk mendapatkan data dan informasi mengenai *social media* Tiktok sebagai media pemasaran hotel.

Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder yang mengacu pada sasaran penelitian yang mencakup :

- 1) Sasaran penelitian pertama adalah mengidentifikasi bentuk penerapan *social media* Tiktok sebagai media pemasaran Hotel Best Western Premier La Grande Bandung.

- 2) Sasaran penelitian kedua adalah untuk mengetahui seberapa berperan penting *social media* Tiktok sebagai media pemasaran Hotel Best Western Premier La Grande Bandung.
- 3) Sasaran penelitian ketiga adalah merumuskan strategi dalam menciptakan keunggulan kompetitif dengan menggunakan *social media* Tiktok sebagai media pemasaran pada Hotel Best Western Premier La Grande Bandung.

### **3.4 Etis Penelitian**

Selama melakukan penelitian, standar etika penelitian tentu saja diperhatikan dalam wawancara dan dilakukan atas persetujuan informan. Para informan diberitahu tentang hak-haknya dan dalam penelitian ini wawancara dilakukan pada waktu yang telah disepakati.

Sebelum memulai penelitian pengumpulan data, surat rekomendasi dan persetujuan terlebih dahulu harus diterima dari Program Studi Pemasaran Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia. Kemudian mengajukan izin kepada Hotel Best Western Premier La Grande Bandung untuk melakukan penelitian dengan mengirimkan surat rekomendasi dari program studi. Untuk menjaga keaslian materi, wawancara direkam secara digital. Wawancara tersebut kemudian ditranskrip kata demi kata dan kemudian dimasukkan ke dalam file dokumentasi.

### **3.5 Teknik Analisis Data**

“Analisis data adalah suatu proses pencarian dan pengumpulan informasi secara sistematis dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori-kategori, membaginya menjadi unit-unit, mensintesiskannya menjadi model, kunci-kunci dan apa yang diteliti tentangnya, dipilih dan diambil kesimpulannya, dikompilasi, dan dirancang secara terorganisir. Mudah dipahami untuk diri sendiri dan orang lain” (Hardani Ustiawaty, 2017).

“Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif, yaitu mencari dan mengumpulkan informasi secara sistematis dari hasil wawancara, observasi

atau dokumentasi dengan cara memilah data ke dalam kategori, membagi ke dalam unit-unit, mengintegrasikan, menyusun ke dalam rencana dan memilih mana yang penting dan mana yang menarik, serta menarik kesimpulan dengan cara yang dapat dipahami oleh individu atau orang lain” (Prof. Dr. Sugiyono, 2013).

“Data dan Informasi yang telah diperoleh dari berbagai sumber primer dan sumber sekunder akan diuji dengan teori dan konsep mengenai tahapan menganalisis penelitian kualitatif” menurut Miles dan Huberman dalam (Prof. Dr Sugiyono, 2017) yaitu :

#### 1. Analisis Sebelum Di Lapangan

Dalam penelitian ini, sebelum mengamati peneliti melakukan analisis terhadap data hasil studi pendahuluan dan data sekunder yang berhubungan dengan *social media* Tiktok hotel, seperti pengamatan terhadap akun Tiktok Hotel Best Western Premier La Grande Bandung, dan mengenai media pemasaran pada Hotel baik tulisan ataupun yang ditemui di beberapa *platform* media cetak dan elektronik. Sehingga penelitian ini sifatnya sementara, atau selama di lapangan maka akan berkembang.

#### 2. Analisis Selama Di Lapangan

##### a. Pengumpulan Data

Yaitu secara obyektif melakukan pencatatan data keseluruhan yang berdasarkan keadaan yang sebenarnya sesuai hasil wawancara di lapangannya.

##### b. Reduksi Data

“Semakin lamanya peneliti bekerja di lapangan, maka data yang didapat makin kompleks. Sehingga memerlukan reduksi data sebagai rangkuman, pemilihan sesuatu yang penting, menemukan tema, serta mengurangi hal-hal yang tidak dibutuhkan lagi” (Prof. Dr. Sugiyono, 2015).

Ketika proses analisis meringkas, memilih poin-poin utama, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola serta menghilangkan yang tidak penting, data yang telah direduksi

memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan pengumpulan hasil penelitian. Informasi yang datang kemudian dan menemukannya menggunakan *coding* data.

Dalam proses analisis data hasil wawancara penulis menggunakan *coding* data sebagai berikut :

Informan	Digital Marketing (Aji Hergatama Ribka Kristiani Sukmana Putra)	Marketing Communication (Ribka Kristiani Johannes)	Front Office Manager (Sakti Imansyah)	Sales Manager (Doni Wiedyananto)	Housekeeping Manager (Sukandani Wahyudi)	F&B Manager (Basuki Harrimurti)
Kode	WDMJ	WMCJ	WFOMJ	WSMJ	WHKMJ	WFBMJ

Berikut untuk penjelasan kode yang digunakan oleh penulis dalam pengolahan data hasil wawancara yang dimana, “W” yaitu wawancara, lalu untuk membedakan kode dari informan nya yaitu dengan menggunakan initial dari posisi informan di hotel tersebut seperti “DM” yaitu Digital Marketing, “MC” yaitu Marketing Communication, “FOM” yaitu Front Office Manager, “SM” yaitu Sales Manager, “HKM” yaitu House Keeping Manager, dan “FBM” yaitu FB Manager. Dan penggunaan kode “J” yaitu jawaban yang dimana akan menandakan kode tersebut merupakan jawaban dari pertanyaan keberapa dari data hasil wawancara.

c. Penyajian Data

“Penyajian data harus dimungkinkan sebagai penggambaran atau cerita yang ringkas, bagan, hubungan antar klasifikasi, diagram alur, atau semacamnya. Dengan menyajikan datanya, akan mempermudah peneliti untuk memahami keanehan yang terjadi di lapangan” (Prof. Dr Sugiyono, 2017).

d. Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Tahap terakhir yaitu menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal sifatnya sementara, jika tidak ditemui bukti kuat maka akan berbeda. Kesimpulan awal akan valid bila ditemukan bukti kuat maka kesimpulan yang diajukan yaitu kesimpulan yang kredibel.



### 3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

“Validitas data penelitian kualitatif perlu diuji untuk membuktikan keakuratan data yang dikumpulkan selama proses penelitian ini. Untuk menguji keabsahan data biasanya hanya uji validitas dan reliabilitas yang ditekankan” (Prof. Dr. Sugiyono, 2015). Data yang valid “tidak ada perbedaan” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang benar-benar terjadi pada subjek penelitian. “Validitas adalah tingkat validitas informasi yang ada pada objek penelitian dan informasi yang diperoleh peneliti” (Hardani. Ustiawaty, 2017). Standar dalam penelitian kualitatif yaitu hasil penelitian yang dilakukan harus memenuhi empat kriteria, yaitu :

1. Uji Kredibilitas

“Uji kredibilitas merupakan pengujian dengan kelengkapan data serta informasi yang terkumpul yang wajib ada nilai kebenarannya, dengan artian hasil penelitian kualitatif diharuskan bisa dipercaya oleh para pembacanya” (Hardani. Ustiawaty, 2017). “Uji kredibilitas data dilakukan dengan memperpanjang observasi, meningkatkan keuletan, triangulasi, diskusi dengan teman sebaya, analisa kasus negatif, serta pengecekan” (Prof. Dr. Sugiyono, 2015).

Penelitian ini menggunakan triangulasi data. “Triangulasi data merupakan strategi penelitian untuk memastikan bahwa peneliti tidak hanya mengandalkan satu sumber data” (Catherine Cassell & Ann L Cunliffe, 2018). “Hal Ini digunakan untuk memastikan bahwa keaslian sebuah data tidak bergantung pada satu sumber saja tetapi, melalui beberapa sumber termasuk wawancara, observasi serta analisa dokumen” (W. J. Creswell & Creswell, 2018).

Menurut Stainback dalam Sugiyono, tujuan dari teknik triangulasi “bukan untuk mengetahui kebenaran peristiwanya, melainkan guna mengembangkan pemahaman peneliti tentang apa yang sudah ditemukannya. Teknik triangulasi penelitian ini adalah triangulasi sumber untuk memeriksa kredibilitas data dengan memeriksa dan

membandingkan data yang dihasilkan dari sumbernya” (Prof. Dr. Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini dilakukan wawancara mendalam berdasarkan triangulasi sumber informasi dengan beberapa informan yang menurut peneliti dapat memberikan informasi mengenai masalah yang diteliti.

## 2. Uji Dependability

“Uji dependability dilakukan dengan mengaudit seluruh siklus penelitiannya. Dengan cara dilakukan oleh auditornya yang independen, ataupun pembimbingnya guna meninjau semua kegiatan peneliti dalam melakukan penelitian” (Hardani. Ustiawaty, 2017; Prof. Dr. Sugiyono, 2015).

## 3. Uji Konfirmatibility

“Uji konfirmatibility digunakan sebagai penilaian apakah hasil penelitiannya itu sudah berkualitas” (Hardani. Ustiawaty, 2017). “Uji konfirmatibility artinya menguji hasil penelitian, dilibatkan pada proses yang dilakukannya” (Prof. Dr. Sugiyono, 2015). Uji konfirmatibility dilakukan dengan menguji kembali data yang didapatkan dengan *member checking*.

### **3.7 Refleksi Diri**

Saya merupakan mahasiswa Manajemen Pemasaran Pariwisata memilih melakukan penelitian ini dikarenakan konsentrasi dalam jurusan yang saya pilih yaitu hotel yang dimana menjadikan saya memiliki motivasi atau keinginan untuk menjadikan hotel sebagai objek penelitian saya. Selain itu, pengalaman saya yang langsung terjun di industri perhotelan saat *on the job training* di hotel Best Western Premier La Grande menjadikan topik ini menarik untuk dikaji lebih lanjut, metode yang saya gunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan studi kasus yang dimana berkesinambungan dengan apa yang terjadi pada objek penelitian saya. Pengumpulan data yang saya lakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan wawancara secara mendalam dengan tujuan mencari

data langsung pada sumbernya agar saya dapat langsung memahami situasi yang terjadi. Setelah mendapatkan data dari informan melalui hasil wawancara, saya melakukan analisis data dengan menggunakan *coding* agar memudahkan saya dalam pengolahan data. Lalu penyajian data yang saya lakukan setelah mendapatkan hasil dari pengolahan data dibuat dengan senatural mungkin agar pembaca dapat memahami isi dari penelitian yang saya lakukan dan hasilnya dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi objek yang saya teliti ini.