

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian atau kajian yang menggali dan memahami pandangan individu atau kelompok terhadap permasalahan sosial. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh gambaran keseluruhan peristiwa berdasarkan sudut pandang orang yang diteliti Sulistyobasaki (dalam Abdul dkk., 2023). Analisis konten merupakan kajian yang membahas secara rinci isi informasi tertulis atau cetak di media massa. Analisis ini sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Laswell (Asfar, 2019).

Analisis berfokus pada aspek kualitatif, di mana kriteria standar diterapkan pada unit-unit analisis tertentu. Metode ini umumnya digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik dokumen atau membandingkan beberapa dokumen satu sama lain. Berelson & Kracauer (dalam Asfar, 2019) Menurut Holsti, (dalam Asfar, 2019) metode analisis isi adalah teknik menarik kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai ciri khusus pesan secara obyektif, sistematis, dan umum. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari sumber primer dan sekunder. Sumber data adalah sumber yang memungkinkan seorang peneliti mendapatkan data atau informasi yang diperlukan untuk penelitian Mukhtar (dalam Abdul dkk., 2023)

Analisis komunikasi pemasaran di situs *web* MyPangandaran dilakukan dengan metode kualitatif karena subjek yang akan diteliti adalah gejala sosial dan situasi lapangan bersifat "natural" atau wajar, tanpa manipulasi, diatur dengan eksperimen atau test. Pendekatan studi kasus dinilai tepat karena penelitian mendalam terhadap satu entitas khusus, dalam hal ini *website* mypangandaran.com. Ini memungkinkan analisis yang lebih rinci dan komprehensif tentang strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh *website* tersebut. Pendekatan ini untuk memahami strategi komunikasi pemasaran dalam konteks pariwisata Pangandaran

secara khusus, yang memiliki karakteristik unik dibandingkan destinasi wisata lain. Studi kasus memungkinkan penelitian dari berbagai aspek strategi komunikasi pemasaran, seperti konten *website*, desain, interaktivitas, dan integrasi dengan media sosial, memberikan pemahaman holistik tentang pendekatan pemasaran yang digunakan. Metode ini memungkinkan penggunaan berbagai teknik pengumpulan data seperti analisis konten *website*, dengan pengelola *website* sebagai data sekunder.. Dengan fokus pada *website* pariwisata, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk perbandingan dengan *website* pariwisata lainnya di masa depan, memberikan kontribusi yang lebih luas pada bidang komunikasi pemasaran digital dalam pariwisata.

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

3.2.1 Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif “sampel sampel” penelitian, berbeda dengan penentuan sampel dalam penelitian kuantitatif. “Sampel” dalam penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk menggambarkan karakteristik populasi target ataupun menarik generalisasi (kesimpulan generalisasi yang berlaku bagi seluruh populasi), melainkan terfokus pada representasi terhadap suatu fenomena yang hendak dikaji (fenomena sosial ataupun pendidikan misalnya) (Nursapia Harahap, 2020). Dari definisi tersebut, subjek penelitian dari penelitian ini adalah situs resmi CV. MyPangandaran yaitu www.mypangandaran.com.

Objek penelitian ini adalah media komunikasi pemasaran CV. MyPangandaran dengan *official website* www.mypangandaran.com, CV. MyPangandaran merupakan salah satu perusahaan usaha jasa pariwisata di Pangandaran yang sudah berdiri selama 15 tahun. Penelitian ini membahas tentang penerapan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan CV. MyPangandaran melalui situs resmi perusahaan. Peneliti memperoleh data yang akurat dari situs resmi perusahaan CV. MyPangandaran.

3.2.2 Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, penulis memilih situs resmi CV. MyPangandaran yaitu www.mypangandaran.com sebagai lokasi penelitian. Melalui penelitian ini peneliti mendapatkan gambaran keadaan dan objek sebenarnya yang mempermudah peneliti dalam pengumpulan data sebagai bahan kajian analisis secara mendalam.

3.3 Unit Analisis

Penelitian ini berfokus pada analisis konten kualitatif terhadap strategi komunikasi pemasaran yang terdapat pada konten yang ada pada situs resmi www.mypangandaran.com CV. MyPangandaran. Unit analisis yaitu fokus penelitian yang terdiri dari input, analisi dan konstruksi kategori. Berikut unit analisis dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Analisis	Konstruksi Kategori	Unit Analisis
Strategi Komunikasi Pemasaran pada situs resmi CV. MyPangandaran	Konsep strategi Komunikasi pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> a. Periklanan b. Penjualan Personal c. Pemasaran Langsung d. Hubungan Masyarakat e. Promosi Penjualan
	Strategi Komunikasi menggunakan elemen bauran pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> a. Produk b. Layanan c. Merk d. Harga e. Komunikasi f. Intensif

		g. Distribusi
	Strategi Komunikasi menggunakan model AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>)	a. <i>Attention</i> b. <i>Interest</i> c. <i>Desire</i> d. <i>Action</i>

Sumber : Olahan data peneliti (2024)

3.4 Pengumpulan Data

Data yang didapatkan dari penelitian ini berdasarkan hasil studi dokumentasi dan studi kepustakaan. Hasil dari dokumentasi yang dikumpulkan oleh peneliti dijadikan sebagai data primer yang didukung oleh data sekunder yaitu studi kepustakaan yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti melakukan analisis secara mendalam terhadap situs resmi dari CV. MyPangandaran yaitu www.mypangandaran.com dengan memposisikan peneliti sebagai subjek yang menginterpretasikan realitas yang ada terkait strategi komunikasi pemasaran yang ditujukan kepada publik.

3.4.1 Data Primer

Data primer merujuk pada informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan khusus penelitiannya. Informasi ini berkaitan erat dengan variabel yang sedang diteliti. Sumber-sumber data primer dapat beragam, termasuk individu yang menjadi responden, diskusi kelompok fokus, dan bahkan internet jika kuesioner disebarakan secara *online*. Metode pengumpulan data primer ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi dari sumber pertama, yang secara spesifik relevan dengan studi yang sedang dilakukan. Uma Sekaran (dalam Warahmah dkk., 2023)

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan berbagai dokumen pendukung penelitian. Metode ini mencakup beragam bentuk dokumen, termasuk tulisan seperti riwayat hidup, material visual seperti foto, serta karya-karya monumental seperti karya seni, sebagaimana

dijelaskan oleh Sugiyono (dalam Abdul dkk., 2023) Signifikansi dokumentasi dalam penelitian terletak pada kemampuannya untuk meningkatkan kredibilitas temuan yang diperoleh melalui observasi dan . Dengan mengintegrasikan dokumentasi ke dalam proses penelitian, peneliti dapat memperkuat dan memvalidasi data yang dikumpulkan melalui metode lain, sehingga memberikan landasan yang lebih kokoh dan terpercaya bagi analisis dan kesimpulan penelitian. Oleh karena itu, dokumentasi bukan hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga sebagai elemen kunci dalam memastikan keabsahan dan kekomprehensifan hasil penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dengan upaya mengumpulkan data – data dan informasi yaitu, peneliti menggunakan teknik studi dokumentasi. Peneliti menggunakan studi dokumentasi untuk mengumpulkan data – data yang dibutuhkan dalam penelitian. Studi dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data. Metode ini melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Sumber-sumber tersebut dapat berupa dokumen, arsip, catatan, laporan, surat, buku, atau dokumen resmi lainnya yang berhubungan dengan subjek yang diteliti. Studi dokumentasi memberikan pengetahuan tentang konteks historis, kebijakan, peristiwa, dan kemajuan yang terkait dengan fenomena yang diteliti Creswell (dalam Ardiansyah dkk., 2023).

Penelitian ini menganalisis data dari situs resmi www.mypangandaran.com terkait strategi komunikasi pemasaran *online* perusahaan. Fokus utamanya adalah konten *website* yang digunakan sebagai media pemasaran produk CV. MyPangandaran. Pengumpulan data meliputi konten promosi dan bentuk strategi komunikasi pemasaran yang ditampilkan di situs resmi perusahaan. Tujuannya adalah mengkaji strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh CV. MyPangandaran melalui *website* mereka.

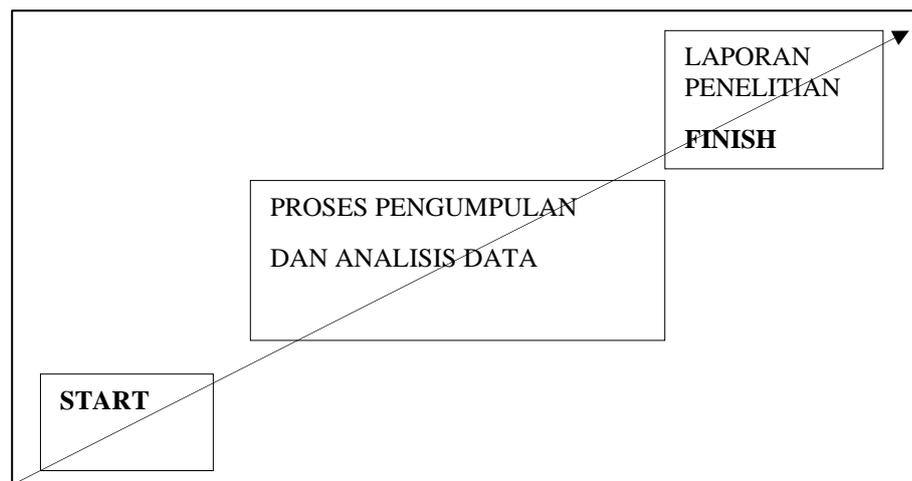
3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada. Menurut Uma Sekaran (dalam Warahmah dkk., 2023) sumber-sumber ini dapat berupa dokumen perusahaan, publikasi pemerintah, analisis media terhadap industri, situs *web*, dan internet. Data sekunder tidak diberikan langsung kepada peneliti oleh sumbernya. Data sekunder berfungsi sebagai pendukung data primer. Contohnya meliputi buku-buku, literatur, dan bacaan yang berkaitan dengan topik penelitian, seperti pengawasan kredit perbankan. Sugiono (dalam Warahmah dkk., 2023) Metode pengumpulan data adalah teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi. Dalam konteks data sekunder, ini bisa melibatkan penelusuran dokumen, analisis konten, atau tinjauan literatur yang sudah ada.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi kepustakaan sebagai sumber data sekunder. Proses ini melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber literatur, termasuk buku, jurnal ilmiah, artikel, serta data yang tersedia di internet dan dokumen-dokumen lain yang relevan. Peneliti memilih sumber-sumber yang dianggap sesuai dengan topik penelitian, yaitu strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh CV. MyPangandaran melalui situs *web* resmi mereka. Data sekunder ini digunakan sebagai referensi untuk memperkuat kerangka pemikiran dan membantu dalam proses analisis data. Tujuannya adalah untuk memberikan konteks dan mendukung pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran digital perusahaan tersebut.

3.4 Analisis Data

Setelah tahap penelitian selesai, tahap berikutnya adalah pengolahan dan analisis data. Dalam penelitian kualitatif, proses pengumpulan dan analisis data dilakukan secara bersamaan, yang berarti peneliti sudah melakukan upaya untuk menganalisis data saat mereka mengumpulkannya. Seperti yang terlihat pada gambar berikut:



Gambar 3.1 Proses dan Pola Pengumpulan dan Analisis Data Pada Penelitian Kualitatif

Sumber : (Nursapia Harahap, 2020)

Hal ini sangat berbeda dengan penelitian kuantitatif, di mana proses pengumpulan dan analisis data dilakukan secara linier, terpisah, atau sendiri-sendiri. Setelah peneliti menemukan data, peneliti melakukan analisis dan interpretasi data. Setelah tahap reduksi dan pengorganisasian data selesai, langkah berikutnya adalah menafsirkan data yang telah dianalisis. Penafsiran ini merupakan tahap krusial untuk merumuskan kesimpulan yang menjawab pertanyaan penelitian. Dalam proses penafsiran data, pemahaman peneliti mengenai informasi terkait, teori yang relevan, dan pengetahuan ilmiah tentang topik yang diteliti memainkan peran yang sangat penting. ((Junaid, 2016) Dalam penelitian kualitatif, proses analisis data melibatkan penafsiran menyeluruh terhadap semua informasi yang terkumpul. Metode analitis digunakan untuk mengolah data kasar menjadi bentuk yang lebih bermakna. Tujuannya adalah menghasilkan penjelasan rinci dan pemaparan mendalam mengenai fenomena yang menjadi fokus penelitian. Proses ini mengubah data mentah menjadi narasi yang menggambarkan dan menerangkan subjek penelitian secara komprehensif. (Junaid, 2016)

Peneliti menerapkan pendekatan manajemen data sebagai bagian dari metode analisis isi. Proses ini merupakan tahap kunci dalam pengolahan informasi yang

telah dikumpulkan. proses analisis meliputi tiga tahap utama: pertama, peneliti mendalami data secara intensif; kedua, data disederhanakan dengan pendekatan yang konsisten; dan ketiga, dilakukan pemaknaan terhadap data. Untuk memastikan keabsahan hasil penelitian, diperlukan teknik validasi data yang tepat Forman & Damschroder (dalam Valentina & Sudrajat, 2023). Walaupun proses analisis data terbagi menjadi tiga fase yang berurutan, pelaksanaannya sebenarnya bersifat iteratif atau berulang. Masing-masing tahap ini saling terkait dan dapat dilakukan secara berulang sesuai kebutuhan. Penjelasan rinci mengenai ketiga tahap tersebut adalah sebagai berikut :

3.4.1 Keterlibatan Peneliti Dengan Data (*Data Immersion*)

Data Immersion merupakan tahap awal analisis data di mana peneliti menyelami data secara mendalam. Tujuannya adalah memperoleh pemahaman menyeluruh sebelum mengkategorikan data ke dalam unit-unit analisis. Pada tahap ini, peneliti membuat memo sementara sebagai alat bantu analisis. Memo ini berisi catatan peneliti selama memeriksa data dan bisa mencakup berbagai hal yang membantu proses analisis. Fungsinya adalah mendukung proses analitik dan meningkatkan kredibilitas analisis dari awal hingga akhir. Peneliti mencatat dan mengkaji semua temuan pasca pengumpulan data, lalu mengulangi proses ini beberapa kali. Pencatatan dilakukan secara konsisten untuk memudahkan identifikasi kategori dan pola data, serta merencanakan pengumpulan data selanjutnya. Akhirnya, peneliti meninjau ulang transkrip untuk memastikan analisis yang dilakukan relevan dengan topik utama penelitian.

3.4.2 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemustan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti. ((Uin & Banjarmasin, 2023)

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tahap reduksi data sebagai langkah untuk mengembangkan pendekatan sistematis terhadap data yang telah dikumpulkan. Tujuan dari reduksi data ini adalah:

- a. Menyaring data mentah awal untuk memperoleh informasi yang relevan dengan pertanyaan penelitian
- b. Mengorganisir data ke dalam tema-tema yang lebih terstruktur dan mudah dikelola.
- c. Mengklasifikasikan ulang data ke dalam kategori-kategori yang sesuai dengan pertanyaan penelitian.

Tahap ini merupakan inti dari proses analisis isi kualitatif yang peneliti lakukan. Peneliti melakukan seleksi data yang sesuai dengan pertanyaan penelitian dan menata ulang data tersebut ke dalam unit atau kategori analisis yang telah peneliti tetapkan sebelumnya. Proses ini memungkinkan peneliti untuk fokus pada informasi yang paling relevan dan bermakna untuk menjawab pertanyaan penelitian, sekaligus memudahkan analisis lebih lanjut.

3.4.3 Interpretasi Data (*Data Interpretation*)

Dalam tahap ini, peneliti melakukan interpretasi terhadap data yang telah dimodifikasi, mengidentifikasi pola-pola tertentu, melakukan perbandingan, merumuskan hasil penelitian, dan menarik kesimpulan dari data yang telah direduksi. Setelah proses pengkodean dan pengelompokan data berdasarkan kategori yang telah ditetapkan, peneliti mengintegrasikan data-data tersebut dengan melakukan interpretasi. Proses ini melibatkan analisis lebih mendalam yang didasarkan pada tinjauan teori penelitian yang digunakan sebagai landasan analisis temuan data. Dalam penelitian ini, interpretasi data yang peneliti lakukan didasarkan pada konten yang terdapat di situs resmi perusahaan dan penyajian konten pemasaran atau promosi. Peneliti juga menginterpretasikan data dalam bentuk *data display*, di mana peneliti menampilkan gambar tampilan situs resmi perusahaan CV. MyPangandaran. Tujuannya adalah untuk mendeskripsikan dan menggambarkan bentuk tampilan informasi dan promosi sebagai manifestasi

komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis secara komprehensif strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh CV. MyPangandaran melalui situs *web* resmi mereka.