

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

##### **3.1.1 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada manajemen hotel bidang pemasaran khususnya terkait implementasi pemasaran *influencer* melalui media sosial Instagram. Dalam studi ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, penggunaan kata-kata lebih banyak digunakan daripada penghitungan angka selama proses pengumpulan dan analisis data (Bryman, 2008). Wawasan statistik tentang elemen seperti perolehan pendapatan, tren pasar dan migrasi, dan sebagainya sangat penting dalam penelitian pariwisata. Tujuan penelitian kualitatif ialah memberikan analisis dan penilaian yang mendalam dan kompleks tentang suatu fenomena dari sudut pandang partisipan melalui wawancara dan observasi (Orb et al., 2001).

Pendekatan kualitatif menekankan pada mempelajari fenomena dalam konteks alaminya, mengutamakan perspektif internal atau “emic”, dan bertujuan untuk memahami masalah dari sudut pandang orang dalam (Phillimore & Goodson, 2004). Oleh karena itu pendekatan kualitatif digunakan untuk mengkaji dan mengungkap bagaimana strategi yang dilakukan oleh Hotel Royal Palm Jakarta dalam menjalin kerjasama dengan *influencer*, bagaimana Hotel Royal Palm Jakarta mengukur keberhasilan kampanye pemasaran *influencer* di Instagram dalam hal pencapaian tujuan pemasaran. Serta bagaimana perspektif tamu hotel yang melihat konten *influencer marketing* mengenai Hotel Royal Palm Jakarta di media sosial Instagram.

##### **3.1.2 Metode Penelitian**

Dalam penelitian saat ini, peneliti menggunakan metode studi kasus, dengan tujuan untuk melakukan penyelidikan yang lebih mendalam terhadap aktivitas, peristiwa, program, atau individu, baik satu orang atau lebih. Penelitian studi kasus merupakan jenis penelitian kualitatif di mana suatu kasus dalam kehidupan nyata atau sistem terbatas ganda (kasus) dipelajari dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang mendalam dari berbagai sumber informasi, seperti

observasi, wawancara, materi audiovisual, dokumen, dan laporan, sebelum melaporkan deskripsi dan tema kasus (Creswell, 2013).

### 3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Royal Palm Hotel & Conference Center yang berlokasi di Blk. C1, Jkt Outer Ring Road Jl. Taman Palem Mutiara, Cengkareng Tim., Kecamatan Cengkareng, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11730. Royal Palm Hotel dirancang dan dioperasikan untuk menjadi tempat bersantai yang berorientasi pada kepuasan layanan pelanggan & berkualitas dengan beragam makanan dan minuman yang memanjakan. Lokasi strategis dan akses mudah dari Bandara Internasional Soekarno-Hatta dengan antar-jemput bandara gratis dan dikelilingi pusat perbelanjaan, bioskop, Kawasan kuliner, dan rumah sakit. Menyediakan teknologi baru melalui koneksi internet wifi berkecepatan tinggi gratis di kamar, ruang serbaguna dan ballroom yang dapat digunakan untuk pernikahan, pertemuan dan konferensi. Hotel ini memiliki 156 total kamar dan empat jenis tipe kamar diantaranya ; Deluxe Room, Premium Deluxe, Junior Suite dan Executive Suite. Memiliki fasilitas diantaranya ; Indigo Resto & Bar, Spa, dan Gym. Selain itu, Hotel ini memiliki tujuh ruangan meeting : Tourmaline, Sapphire, Emerald, Garnet, Ruby, Topaz, Jade, dan Alexandrite serta satu ballroom; Diamond Ballroom yang biasanya digunakan untuk acara pernikahan dan lainnya.

Hotel Royal Palm Jakarta merupakan hotel milik perusahaan mandiri tidak terikat dengan grup internasional dan lainnya, walaupun hotel ini merupakan hasil rebranding dari Hotel Aston Cengkareng. Hotel Royal Palm Jakarta merupakan hotel dibawah kepemilikan PT. Graha Indah Mandiri. Selain itu, Hotel Royal Palm Jakarta saat ini aktif membuat aktifitas promo makanan yang sedang menjadi tren yaitu promo “*All You Can Eat* atau AYCE”. Aktifitas tersebut sangat berhubungan erat dengan kampanye *influencer marketing*. Peneliti menganggap bahwa lokasi penelitian ini dapat memenuhi kebutuhan penelitian yang sedang dilakukan dengan alasan lokasi ini akan terus berkembang dan maju dengan pelanggan yang tetap ramai dan setia. Selain itu, besarnya peran pemasaran *influencer* pada media sosial Instagram di Royal Palm Hotel dalam strategi pemasarannya.

### 3.3 Partisipan Penelitian

Dalam penelitian saat ini, peneliti memilih perusahaan perhotelan Hotel Royal Palm Jakarta sebagai latar terjadinya penelitian yang selanjutnya untuk narasumber yang akan menjadi partisipan dalam penelitian ini adalah Ibu Rika Kartika yang telah bersedia untuk menjadi partisipan pada penelitian ini. Partisipan menyatakan secara lisan dan tertulis melalui pesan WhatsApp serta menandatangani surat persetujuan bahwa beliau bersedia berpartisipasi dalam penelitian, dan memungkinkan peneliti untuk tidak menyamarkan nama partisipan. Ibu Rika Kartika yang merupakan seorang *Director Sales and Marketing* di Hotel Royal Palm Jakarta dan memiliki tanggung jawab untuk melakukan riset dan pelaksanaan strategi pemasaran *influencer* melalui Instagram yang akan dilakukan di Hotel Royal Palm Jakarta. Narasumber tersebut diyakini oleh peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian yang menjadi fokus pada penelitian ini dan diharapkan mendapatkan jawaban komprehensif dan mendalam untuk selanjutnya dilakukan analisis oleh peneliti.

Narasumber tersebut diharapkan dapat membantu peneliti untuk menjawab dua reseach question yang akan diteliti. *Research question 1* yaitu bagaimana strategi yang digunakan oleh Hotel Royal Palm Jakarta dalam menjalin kerjasama dengan *influencer* di media sosial Instagram?. *Research question 2* yaitu bagaimana Hotel Royal Palm Jakarta mengukur keberhasilan kampanye *influencer marketing* mereka di Instagram, terutama dalam hal pencapaian tujuan pemasaran?. Selanjutnya untuk mendapatkan data yang lebih mendalam, peneliti akan melakukan wawancara kepada lima belas tamu yang mengikuti profil Instagram Hotel Royal Palm. Lima belas narasumber akan dipilih secara acak yang berumur sekitar 18-45 tahun dengan asumsi bahwa tamu tersebut dalam usia produktif dan mampu dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas dan diharapkan mampu menjawab *Research Question 3* yaitu bagaimana perpektif tamu hotel yang melihat konten *influencer marketing* mengenai Hotel Royal Palm Jakarta di media sosial Instagram?.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menjadi langkah terpenting dalam melakukan penelitian. Teknik pengumpulan data mengacu pada cara apa yang dilakukan agar penelitian dapat memperoleh data dari sumber yang tersedia. Dalam penelitian kali ini peneliti mengumpulkan data primer. Data primer merupakan data yang diberikan langsung kepada peneliti seperti wawancara (Marshall & Rossman, 2006). Dalam penelitian ini, peneliti melaksanakan wawancara yang dilakukan pada narasumber yang telah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya. Dalam proses wawancara dalam penelitian ini, terdapat beberapa detail informasi terkait pelaksanaannya, sebagai berikut :

1. Wawancara dilakukan di bulan Agustus 2024, tergantung pada ketersediaan waktu narasumber.
2. Dalam proses rekrutmen partisipan, untuk mencari lima belas partisipan dengan karakteristik pengikut Instagram Hotel Royal Palm Jakarta adalah dengan cara menghubunginya lewat fitur *direct message* yang tersedia di Instagram. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan calon partisipan yang tertarik untuk diwawancara.
3. Peneliti akan melakukan wawancara dengan *Director of Sales and Marketing* Hotel Royal Palm Jakarta, Ibu Rika Kartika secara langsung di Hotel Royal Palm Jakarta. Sedangkan kepada lima belas partisipan akan dilakukan melalui *direct message* Instagram atau panggilan suara melalui Whatsapp maupun Instagram.
4. Dalam proses wawancara pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara *offline* dengan Ibu Rika Kartika selaku *Director of Sales and Marketing* Hotel Royal Palm Jakarta. Dikarenakan Ibu Rika sendiri yang meminta untuk melakukan wawancara secara langsung. Sedangkan untuk lima belas partisipan lainnya dilakukan secara online untuk memudahkan dan menarik partisipan untuk proses wawancara sehingga tidak memberatkan partisipan.

Tabel 3.1 Karakteristik Partisipan

No	Nama	Kelompok Umur	Jenis Kelamin	Keterangan
1.	Rika Kartika	33 Tahun	Perempuan	Informan (Nama Asli)
2.	Lala	29 Tahun	Perempuan	Partisipan (Nama Samaran)
3.	Iben	27 Tahun	Laki – Laki	Partisipan (Nama Samaran)
4.	Marsellina	29 Tahun	Perempuan	Partisipan (Nama Samaran)
5.	Felika	25 Tahun	Perempuan	Partisipan (Nama Samaran)
6.	Irwan	35 Tahun	Laki – laki	Partisipan (Nama Asli)
7.	Yani	26 Tahun	Perempuan	Partisipan (Nama Samaran)
8.	Aprillia	33 Tahun	Perempuan	Partisipan (Nama Samaran)
9.	Zafran	25 Tahun	Laki – Laki	Partisipan (Nama Samaran)
10.	Irham	21 Tahun	Laki – laki	Partisipan (Nama Samaran)
11.	Astri	31 Tahun	Perempuan	Partisipan (Nama Asli)
12.	Yanti	24 Tahun	Perempuan	Partisipan (Nama Asli)
13.	Fian	32 Tahun	Laki – Laki	Partisipan (Nama Samaran)
14.	Mentari	24 Tahun	Perempuan	Partisipan (Nama Samaran)
15.	Nugraha	26 Tahun	Laki – Laki	Partisipan (Nama Samaran)
16.	Monic	23 Tahun	Perempuan	Partisipan (Nama Samaran)

### 3.5 Etika Penelitian

Penelitian ini mengumpulkan data dengan melakukan wawancara kepada *Director of Sales & Marketing* dan pengikut Instagram Hotel Royal Palm Jakarta. Selama wawancara, peneliti memperkenalkan diri dan menjelaskan penelitian yang sedang dilakukan dengan memberikan informasi yang jelas dan terbuka tentang tujuan dan peran peneliti. Untuk mendapatkan izin untuk melakukan penelitian atau menerbitkan makalah di jurnal yang menuntut persetujuan etis dari penelitian, etika penelitian adalah hal yang harus dilakukan (Flick, 2022). Sebelum melakukan penelitian, peneliti akan mengirimkan surat permohonan izin penelitian oleh Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia kepada manajer Human Resource Hotel Royal Palm Jakarta. Peneliti sudah

mendapatkan persetujuan dari pihak manajemen Hotel Royal Palm Jakarta untuk mencantumkan nama atau merek hotel, narasumber yang telah mengizinkan penulis menggunakan nama aslinya dan partisipan yang telah bersedia dan mengizinkan penulis untuk menggunakan nama asli maupun samaran. Peneliti juga menyampaikan informasi mengenai hak-hak mereka, termasuk hak untuk menolak berpartisipasi atau menarik diri kapan saja tanpa sanksi. Data yang dikumpulkan akan digunakan hanya untuk tujuan penelitian dan tidak akan disebarluaskan atau digunakan untuk kepentingan lain. Dalam pengumpulan data, peneliti akan melakukan rekaman suara pada saat wawancara atas izin partisipan. Data penelitian yang telah dikumpulkan oleh peneliti akan dijaga kerahasiaannya dan hanya peneliti dan dosen pembimbing yang akan dapat mengakses file tersebut. Laporan penelitian akan dirancang oleh penulis agar tidak merugikan narasumber atau Hotel Royal Palm Jakarta.

### **3.6 Analisis Data**

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis data menggunakan Thematic Analysis. Analisis tematik kualitatif merupakan metode yang umum digunakan untuk menafsirkan teks tertulis di berbagai disiplin ilmu (Braun & Clarke, 2006). Dalam penelitian pariwisata, analisis tematik biasanya diterapkan untuk interpretasi dokumen tertulis, seperti transkrip wawancara (Walters, 2016). Analisis tematik dipilih sebagai metode yang paling tepat untuk menjawab pertanyaan pada penelitian, dikarenakan Analisis tematik dapat dilakukan dengan berbagai cara dan sangat mudah untuk menyesuaikan sehingga memungkinkan analisis yang induktif, laten, dan interpretatif seperti yang diinginkan (Ryan & Bernard, 2003). Meskipun bersifat induktif, teori dasar, fenomenologi, dan penyelidikan naratif dikeluarkan sebagai metode potensial karena penelitian ini tidak bertujuan menghasilkan teori atau menceritakan pengalaman individu tentang fenomena tertentu (Creswell, 2013).

Penelitian kualitatif memiliki nilai dalam kekuatan eksplorasi dan penjelasannya, yang dicapai melalui ketelitian metodologis pada semua tahapan proses penelitian, mulai dari desain, kerja lapangan, hingga analisis (Attride-Stirling, 2001). Terdapat banyak kesepakatan bahwa reduksi data merupakan

strategi yang penting bagi peneliti kualitatif, dan dalam hal ini pengkodean dianggap sebagai teknik yang meskipun bukan satu-satunya atau yang paling penting dalam analisis kualitatif. Enam Langkah analisis data menggunakan analisis tematik menurut (Attride-Stirling, 2001).

### 1. Mereduksi Data

Langkah pertama yang harus dilakukan dalam penelitian kualitatif ialah mereduksi data. Hal tersebut dapat dilakukan dengan merangkum transkrip menjadi segmen yang mudah dikelola dan bermakna.

### 2. Mengidentifikasi Tema

Setelah memberikan kode pada seluruh teks, langkah selanjutnya adalah mengekstrak tema dari segmen-segmen teks yang telah diberi kode dengan membaca ulang segmen tersebut dalam konteks kode yang relevan. Proses ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola dan struktur yang mendasari teks. Tema-tema yang teridentifikasi kemudian disempurnakan untuk memastikan bahwa setiap tema cukup spesifik dan unik, namun cukup luas untuk mencakup berbagai gagasan dari beberapa segmen teks. Proses ini membantu mereduksi data menjadi tema-tema penting yang lebih mudah dikelola, sehingga memudahkan dalam menyajikan ringkasan yang representatif dari teks yang telah dianalisis. Identifikasi tema memerlukan perhatian cermat dan upaya interpretasi untuk memastikan relevansi dan konsistensi tema dengan data.

### 3. Membangun Jaringan

Setelah mengidentifikasi tema dari teks, langkah berikutnya adalah mengelompokkan tema-tema tersebut ke dalam pengelompokan yang koheren, membentuk jaringan tematik berdasarkan kesamaan konten dan teori jika diperlukan. Pengelompokan ini menghasilkan Tema Dasar yang disusun menjadi Tema Pengorganisasian, yang lebih luas dan mencakup isu-isu bersama. Tema Global, yang merupakan inti dari jaringan tematik, dirangkum dari Tema Dasar dan Tema Pengorganisasian, menyajikan poin utama dan argumen dalam teks. Representasikan jaringan tematik secara visual untuk mempermudah pemahaman, dan jelaskan setiap jaringan dengan mengaitkan segmen teks yang relevan. Selanjutnya, telusuri dan verifikasi apakah Tema Dasar, Tema Pengorganisasian,

dan Tema Global sesuai dengan data yang ada, serta lakukan penyesuaian jika diperlukan untuk memastikan kesesuaian dan konsistensi dalam jaringan tematik.

#### 4. Mendeskripsikan dan Mengeksplorasi Jaringan Tematik

Langkah selanjutnya adalah mendeskripsikan dan mengeksplorasi jaringan tematik untuk mencapai tingkat abstraksi yang lebih dalam dalam analisis. Jaringan tematik berfungsi sebagai alat untuk memahami makna teks, dan peneliti harus menelusuri tema-tema yang muncul untuk mengidentifikasi pola mendasar. Setelah jaringan tematik dibangun, peneliti harus kembali ke teks asli dan menafsirkannya melalui Tema Global, Tema Pengorganisasian, dan Tema Dasar. Penjelasan jaringan dilakukan dengan mengaitkan segmen teks yang relevan, sedangkan eksplorasi melibatkan pencatatan pola yang muncul. Jaringan tematik membantu peneliti dan pembaca dalam menyajikan ringkasan dan memahami materi secara lebih terstruktur. Untuk mendukung analisis, disarankan menyertakan segmen teks dari data asli, dan langkah ini diilustrasikan dengan contoh empiris untuk menyampaikan analisis secara mendalam kepada audiens.

#### 5. Merangkum Jaringan Tematik

Setelah jaringan tematik dideskripsikan dan dieksplorasi, langkah selanjutnya adalah merangkum tema-tema utama dan pola-pola yang muncul dalam jaringan tersebut. Tujuan dari langkah ini adalah untuk menyajikan tema-tema utama secara ringkas dan jelas, serta mengidentifikasi pola-pola yang terungkap selama eksplorasi. Meskipun beberapa pola mungkin sudah diisyaratkan sebelumnya, penyajian ringkas dan eksplisit kepada audiens akan memperjelas penafsiran dan menjadikannya lebih menarik

#### 6. Menafsirkan Pola

Langkah terakhir adalah menyatukan kesimpulan dari seluruh jaringan tematik, jika ada lebih dari satu, serta menghubungkannya dengan teori yang relevan untuk mengeksplorasi tema, konsep, pola, dan struktur penting yang muncul dari teks. Tujuan utama adalah kembali pada pertanyaan penelitian dan kepentingan teoritis yang mendasarinya, serta mengembangkan argumen berdasarkan pola yang ditemukan dalam analisis.

Tabel 3.2 Stuktur Data



<b>Tema Pertama</b>	<b>Tema Kedua</b>	<b>Dimensi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peran <i>Influencer</i></li> <li>- Proses Pemilihan <i>Influencer</i></li> <li>- Pelaksanaan Kampanye <i>Influencer marketing</i></li> <li>- Tantangan dan Rencana kedepannya</li> </ul>	Pemasaran Media Sosial	Strategi Pemasaran <i>Influencer</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- (<i>Likes, Comment, Shares, Followers</i>)</li> <li>- Jumlah Reservasi</li> </ul>	Metode Mengukur Keberhasilan <i>Influencer marketing</i>	Pencapaian Pemasaran
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keputusan Pembelian</li> <li>- Ekspetasi Tamu</li> <li>- Kepercayaan Tamu</li> </ul>		Perspektif Tamu

### 3.7 Keabsahan Data

Untuk menjamin keaslian dan keabsahan data yang diperoleh, maka peneliti akan menerapkan triangulasi data. Triangulasi data tersebut akan mencakup wawancara dengan manajemen *marketing* dan pengikut akun Instagram Hotel Royal Palm Jakarta, serta observasi akun Instagram Hotel Royal Palm Jakarta. Triangulasi merupakan penggunaan sumber data dan informasi dengan memeriksa bukti dari berbagai sumber dan menggunakannya untuk membangun pembenaran yang koheren (Indrawati, 2018). Dikutip dalam studi yang dilakukan oleh Fusch et al (2018), Denzin (1989) mengemukakan triangulasi data untuk menghubungkan orang, waktu, dan ruang; triangulasi penyelidikan untuk menghubungkan temuan beberapa peneliti dalam suatu penelitian; triangulasi teori untuk menggunakan dan mengkorelasikan berbagai pendekatan teoretis; dan triangulasi metodologi untuk menghubungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data.

### 3.8 Refleksi Diri

Sebagai seorang mahasiswa Manajemen Pemasaran Pariwisata yang memiliki minat pada dunia pemasaran khususnya pemasaran *influencer* yang sedang marak dalam dunia pemasaran ini. Peneliti telah menjalani program magang

mandiri selama empat bulan pada periode 9 Januari – 9 Mei 2024 di Hotel Royal Palm Jakarta, khususnya dalam departemen *Sales & Marketing* bagian *Marketing Communication* yang berfokus pada strategi pemasaran. Saya merasa diberi kesempatan untuk mempelajari lebih lanjut tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Royal Palm Jakarta khususnya pemasaran *influencer*. Pengalaman langsung di Hotel Royal Palm Jakarta membantu saya memahami lokasi penelitian dan berbagai strategi pemasaran yang digunakan di sana.

Selain itu, kedekatan peneliti dengan partisipan manajemen membuat proses merumuskan pertanyaan penelitian, melakukan wawancara, dan menganalisis data lebih mudah. Sebagai peneliti, saya memiliki tujuan untuk memahami lebih dalam pola dan dampak dari strategi pemasaran *influencer* di Hotel Royal Palm Jakarta, khususnya di sektor perhotelan. Melalui penelitian ini, saya berharap dapat menyajikan data yang komprehensif dan menyeluruh pada bab pembahasan, serta memberikan kontribusi berarti dalam pemahaman tentang efektivitas strategi pemasaran *influencer* di media sosial Instagram dalam sektor perhotelan.