

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus melalui pendekatan kualitatif. Desain ini dipilih karena penelitian difokuskan pada satu kasus spesifik, yaitu destinasi ekowisata Budidaya Lebah Madu Pasundan Margawindu, dengan tujuan untuk menggali secara mendalam proses perancangan konten TikTok sebagai media promosi dan edukasi ekowisata menggunakan pendekatan *Design Thinking*. Studi kasus sangat relevan karena peneliti dapat memahami fenomena dalam konteks kehidupan nyata secara menyeluruh melalui berbagai sumber data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Desain ini juga mendukung pendekatan eksploratif dan partisipatif yang digunakan dalam *design thinking*, sehingga sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat kontekstual dan aplikatif. Rujukan utama dalam penggunaan desain studi kasus ini adalah pendapat Creswell (2014) yang menegaskan bahwa studi kasus memungkinkan peneliti memahami secara mendalam suatu proses atau aktivitas yang terikat pada suatu konteks tertentu.

3.2 Partisipan Penelitian

Partisipan adalah individu yang memberikan informasi atau data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Pihak yang memberikan informasi disebut informan. Pada penelitian (Suriani dkk., 2023) dijelaskan bahwa partisipan ialah individu yang ikut serta secara menyeluruh dalam proses penelitian, dengan tujuan memberikan tanggapan terhadap berbagai kegiatan yang dilakukan serta membantu tercapainya tujuan penelitian. Sumarto & Hetifah (2003) menambahkan bahwa partisipan membantu jalannya penelitian dengan melalui pemberian dukungan, baik berupa tenaga, pikiran, informasi, data, maupun materi.

Dalam penelitian ini, partisipan yang terlibat mencakup satu orang informan kunci yaitu pemilik Budidaya Lebah Madu Pasundan Margawindu dan 100 orang wisatawan pengguna aplikasi TikTok dari kelompok usia generasi milenial dan generasi Z yang merupakan target utama promosi digital melalui platform TikTok. Partisipan-partisipan tersebut ini dipilih untuk memperoleh data yang sesuai dengan kebutuhan data penelitian. Penentuan informan kunci disesuaikan dengan kebutuhan informasi penelitian dan merupakan ahli yang menguasai topik penelitian serta kesehariannya di lokasi penelitian (Rahman, 2021).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara terstruktur, penyebaran survey, dan triangulasi sumber. Cara ini dipilih peneliti untuk memperoleh data yang mendalam dan komprehensif mengenai penggunaan TikTok sebagai media promosi ekowisata. Creswell (2014) mengemukakan bahwa wawancara dalam penelitian dapat dilakukan dengan *face-to-face interview* (wawancara berhadap-hadapan) dengan partisipan, memawancarai melalui telepon, atau terlibat dalam *focus group interview* (interview dalam kelompok). Menurut penelitian Nietzel, Bernstein, & Millich (Devi dkk., 2022) wawancara terstruktur adalah metode wawancara yang dilakukan secara sistematis, dengan pertanyaan yang telah disiapkan dan diurutkan sebelumnya.

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara terstruktur dan *face-to-face* dengan pemilik destinasi Budidaya Lebah Madu Pasundan Margawindu sebagai informan kunci untuk memahami segala informasi dan data yang dibutuhkan peneliti. Wawancara terstruktur dilakukan peneliti agar informasi yang didapat tidak keluar dari topik penelitian. Di samping itu, peneliti melakukan penyebaran survei daring melalui platform *google form* berisikan pertanyaan pilihan ganda kepada calon wisatawan dari generasi milenial dan generasi Z yang merupakan

pengguna aktif TikTok guna mengetahui preferensi mereka terhadap konten promosi di platform tersebut.

Untuk lebih menguatkan temuan penelitian, penelitian ini juga menggunakan triangulasi untuk memastikan validitas data yang diperoleh dari berbagai sumber, metode, dan teori yang relevan. Triangulasi yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup tiga jenis triangulasi berikut:

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih holistik dengan melibatkan berbagai sumber data yang berbeda. Dalam penelitian ini, triangulasi sumber melibatkan tiga pihak yang relevan, yaitu:

- a) Wawancara dengan Pak Ewok (pemilik destinasi Budidaya Lebah Madu Pasundan Margawindu), yang memberikan pandangan dari pengelola destinasi tentang tantangan dalam promosi dan potensi media sosial, serta penerapan prinsip ekowisata.
- b) Survei kepada pengguna TikTok yang merupakan calon wisatawan, untuk mengetahui preferensi audiens terhadap jenis konten yang mereka anggap menarik di TikTok, khususnya mengenai promosi destinasi wisata.
- c) Wawancara dengan konten kreator TikTok yang memiliki pengalaman dalam membuat konten promosi tempat wisata dan F&B untuk mendapatkan wawasan mengenai strategi promosi yang efektif di TikTok serta respons audiens terhadap konten yang telah diproduksi.

Dengan triangulasi sumber ini, peneliti dapat mengonfirmasi keakuratan data dan memperkuat temuan penelitian melalui pandangan yang beragam dari setiap sumber.

2) Triangulasi Metode

Untuk memastikan kekuatan hasil penelitian, peneliti menggunakan triangulasi metode dengan menggabungkan dua pendekatan pengumpulan data yang saling melengkapi, yaitu:

a) Metode Kualitatif

Wawancara terstruktur dengan pemilik destinasi dan konten kreator TikTok untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pandangan mereka terhadap promosi ekowisata di platform TikTok. Wawancara ini memberikan wawasan yang lebih holistik dan mendalam mengenai tantangan, harapan, serta respons audiens terhadap konten yang diproduksi.

b) Metode Kuantitatif

Survei daring yang disebarkan kepada pengguna TikTok untuk mengumpulkan data numerik terkait preferensi audiens terhadap jenis konten promosi. Meskipun penelitian ini berfokus pada pendekatan kualitatif, survei ini digunakan untuk memberikan data pendukung yang terukur mengenai jenis konten yang paling disukai oleh audiens platform TikTok, guna memperkaya temuan yang diperoleh dari wawancara.

Dengan triangulasi metode ini, penelitian dapat memperoleh data yang lebih mendalam dan komprehensif, menggabungkan wawancara kualitatif yang mendalam dengan data kuantitatif yang terukur dari survei, sehingga meningkatkan validitas dan keandalan temuan penelitian.

3) Triangulasi Teori

Penelitian ini juga menggunakan triangulasi teori untuk meningkatkan pemahaman tentang fenomena yang diteliti dengan menggabungkan berbagai perspektif teoretis yang relevan. Beberapa teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a) Teori *Design Thinking*

Digunakan untuk mendasari proses kreatif dalam merancang konten promosi ekowisata menggunakan platform TikTok. Pendekatan *design thinking* membantu dalam memahami kebutuhan audiens dan menciptakan solusi kreatif yang berfokus pada pengguna.

b) Teori Media Sosial

Digunakan untuk menggali bagaimana media sosial, terutama platform TikTok, dapat dimanfaatkan sebagai alat promosi efektif untuk meningkatkan visibilitas destinasi wisata. TikTok, dengan fitur dan algoritma yang unik, dapat membantu dalam meningkatkan *engagement* audiens dan memviralkan konten.

c) Teori Ekowisata

Digunakan untuk mendalami bagaimana prinsip-prinsip ekowisata dapat disampaikan melalui konten promosi dan bagaimana audiens dapat diajak untuk lebih sadar tentang keberlanjutan dan konservasi alam melalui media sosial.

Dengan triangulasi teori ini, penelitian dapat menggali lebih dalam tentang bagaimana berbagai teori saling mendukung dalam konteks promosi ekowisata, khususnya melalui platform TikTok.

Selanjutnya, pada tahap akhir penelitian, akan dilakukan analisis dokumentasi digital dengan mengumpulkan analisis data dari video TikTok berupa statistik interaksi (*likes, comments, shares, views*). Hal ini membantu peneliti untuk memahami bagaimana konten promosi ekowisata disajikan dan diterima oleh audiens di platform digital.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis instrumen, yaitu pedoman wawancara dan kuesioner daring, yang disesuaikan dengan pendekatan *design thinking*.

Wawancara digunakan untuk menggali informasi dari pemilik Budidaya Lebah Madu Pasundan Margawindu. Pada tahap awal penelitian, wawancara dilakukan untuk memperoleh data terkait sejarah berdirinya usaha, profil destinasi, lokasi, jenis lebah yang dibudidayakan, aktivitas wisata, fasilitas yang tersedia, pendekatan

ekowisata yang diterapkan, dan keterlibatan masyarakat, serta strategi promosi yang pernah dilakukan. Selanjutnya, pada tahap akhir (*Test*), wawancara lanjutan dilakukan untuk mengetahui tanggapan pemilik terhadap konten TikTok yang telah dirancang, termasuk evaluasi kesesuaian konten dengan identitas destinasi dan masukan untuk pengembangan selanjutnya.

Selain pedoman wawancara, instrumen lain yang digunakan adalah kuesioner berbasis Google Form yang disebarkan kepada 100 responden dari kalangan Generasi Milenial dan Z yang merupakan pengguna aktif TikTok. Kuesioner ini disusun dalam bentuk pilihan ganda sebanyak 5 butir pertanyaan untuk mengetahui preferensi wisatawan terhadap konten wisata edukatif yang menarik dan sesuai kebutuhan mereka. Data dari kuesioner ini digunakan sebagai dasar dalam tahap *define* dan *ideate* pada proses perancangan konten.

Penentuan jumlah responden dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, karena jumlah populasi pengguna TikTok di Jawa Barat yang masuk dalam kategori Generasi Milenial dan Gen Z sangat besar, namun distribusinya tidak diketahui secara pasti. Dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% dan asumsi populasi besar (lebih dari 10.000), maka jumlah minimum responden yang dibutuhkan adalah sekitar 100 orang. Oleh karena itu, peneliti menetapkan sampel sebanyak 100 responden untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

3.5 Prosedur Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *design thinking* yang terdiri atas lima tahapan utama, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahapan-tahapan ini dilakukan secara sistematis untuk merancang dan menguji konten promosi berbasis TikTok yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan karakteristik destinasi ekowisata Budidaya Lebah Madu Pasundan. *Design thinking* digunakan sebagai metode berpikir yang menekankan pemecahan masalah secara kreatif dengan berfokus pada kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pengelola

Budidaya Lebah Madu Pasundan dalam mengembangkan dan mempromosikan destinasi wisata mereka. Terdapat lima tahap yang mengacu pada pendekatan *design thinking*, yaitu: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* yang dikemukakan oleh IDEO (2025). Berikut adalah prosedur penelitian secara rinci.

1) Tahap *Empathize* (Empati)

Peneliti melakukan pengumpulan data awal guna memahami kebutuhan, perilaku, dan preferensi pengguna terhadap konten promosi ekowisata di TikTok. Metode yang digunakan meliputi wawancara kepada pemilik destinasi dan penyebaran kuesioner daring kepada calon wisatawan pengguna TikTok dari generasi milenial dan Z.

2) *Define* (Penetapan Masalah)

Berdasarkan data yang diperoleh pada tahap *empathize*, peneliti mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi dalam promosi digital destinasi. Tahap ini bertujuan merumuskan kebutuhan pengguna secara jelas dan spesifik, serta merumuskan fokus permasalahan yang akan dijawab melalui rancangan konten TikTok.

3) *Ideate* (Pengembangan Ide)

Setelah melewati tahap *define*, peneliti mulai mengeksplorasi berbagai ide dan konsep kreatif untuk menyusun konten promosi ekowisata yang relevan, menarik, dan edukatif. Peneliti melakukan *brainstorming* untuk menghasilkan ide konten TikTok yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan dan prinsip-prinsip ekowisata yang ingin disampaikan. Pada tahap ini, peneliti menyusun berbagai ide dan konsep konten promosi lengkap dengan skripnya lalu dibuat ke dalam kalender konten dengan yang nantinya akan diunggah di laman TikTok Budidaya Lebah Madu Pasundan Margawindu. Tujuan dibuat kalender konten adalah agar peneliti waktu yang terjadwal untuk mengunggah konten promosi di TikTok.

4) *Prototype* (Pembuatan Prototipe)

Hasil dari tahap *ideate* diterjemahkan ke dalam bentuk nyata berupa beberapa video konten promosi yang diunggah di platform TikTok. Konten mencakup elemen visual, audio, narasi, dan penggunaan hashtag yang telah dirancang sesuai hasil analisis preferensi pengguna. Tahap ini merupakan tahap proses perancangan konten dan finalisasi pembuatan konten. Konten mencakup berbagai judul dan konsep yang relevan dengan destinasi dan tren masa kini yang sesuai dengan preferensi wisatawan pada tahap *emphatize*. Dengan penggunaan audio yang sedang tren, kualitas video yang baik, penulisan konten yang menarik, serta *copywriting* yang tepat sasaran, konten yang diunggah akan sesuai dengan minat audiens agar dapat masuk ke laman *For Your Page*.

5) *Test* (Uji Coba dan Evaluasi)

Prototipe konten yang telah dibuat kemudian diunggah di akun TikTok resmi destinasi Budidaya Lebah Madu Pasundan untuk diuji melalui respon pengguna. Peneliti akan mengamati timbal balik audiens, seperti jumlah tayangan, suka, komentar, simpan, dan pembagian konten. Data ini dianalisis untuk menilai sejauh mana konten yang dibuat mampu menarik perhatian dan membangkitkan minat terhadap destinasi ekowisata tersebut. Selanjutnya, peneliti melakukan evaluasi kualitatif melalui wawancara lanjutan dengan pengelola untuk mengetahui tanggapan mereka terkait konten yang telah dibuat dan dianalisis potensi perbaikannya.