

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan prosedur penelitian yang dilakukan peneliti dalam menetapkan proses serta teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dan analisa pengolahan data untuk mencapai tujuan dari penelitian tersebut. Pada bab ini akan dipaparkan rancangan penelitian terhadap konten *rebranding* media sosial hotel mencakup desain penelitian, jenis dan sumber data, pengumpulan data, analisis data, validitas dan triangulasi data, serta etika penelitian. Analisis visual kualitatif digunakan sebagai metode pada penelitian ini dengan data yang diperoleh dari konten pada akun instagram Grand Dafam Braga Bandung.

3.1 Desain Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini. Dalam pendekatan kualitatif terjadi pendekatan yang berbeda kepada peneliti terhadap masalah penelitian. Pendekatan ini memberikan alternatif dalam pendekatan analitik; memberikan perspektif, asumsi, dan agenda disiplin ilmu yang berbeda; menyediakan sarana untuk mengeksplorasi berbagai tingkat analisis, mulai dari analisis mikro hingga perilaku yang kompleks; dan memungkinkan pengembangan tingkat konseptualisasi hasil yang diperlukan (Janice M, 1999). Oleh karena itu, penelitian kualitatif dilakukan untuk mengeksplorasi penemuan juga hasil pemahaman pada penelitian ini.

Peneliti menggunakan analisis konten visual sebagai metode eksplorasi konstruksi makna *rebranding* hotel di masa pemulihan pandemi Covid-19. Analisis konten visual kualitatif memeriksa data yang merupakan hasil dari teknik pengumpulan data terbuka yang ditujukan untuk detail dan kedalaman, bukan pengukuran (Forman & Damschroder, 2007). Analisis konten visual digunakan dalam penelitian ini karena dapat digunakan untuk melakukan analisis seluruh bentuk komunikasi, seperti surat kabar, radio, iklan televisi ataupun bahan-bahan dokumentasi lainnya yaitu media sosial.

3.2 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data atau informasi adalah langkah utama dalam penelitian, karena motivasi mendasar di balik penelitian adalah untuk mendapatkan informasi. Tanpa mengetahui prosedur pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan informasi yang memenuhi pedoman informasi yang ditetapkan (Sugiyono, 2013). Untuk menyelesaikan masalah penelitian, akan dibutuhkan satu sumber data atau lebih, tergantung bagaimana kebutuhan dan kelengkapan data untuk menjawab pertanyaan penelitian (Ramdhan, 2021).

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui analisis visual. Crouch and Lübbren dalam Sukmayadi & Effendi (2020) menyatakan analisis visual digunakan sebagai upaya untuk menciptakan pemahaman tentang representasi visual melalui foto atau gambar yang muncul di media. Dalam Albers & James (1988) dijelaskan bahwa terdapat dua komponen utama dari sebuah gambar visual; komposisi foto dan konten. Komposisi foto adalah bagaimana gambar visual dihubungkan satu sama lain dan ditunjukkan kepada audiens. Sedangkan konten mengacu pada penampilan atau ciri khas yang disajikan dalam sebuah foto secara keseluruhan.

Instagram adalah salah satu media sosial yang memiliki fungsi utama sebagai platform berbagi konten visual seperti foto dan video melalui berbagai fitur untuk tujuan pribadi maupun bisnis. Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada unsur denotatif dan konotatif *rebranding* dalam konten instagram Hotel Grand Dafam Braga Bandung. Hotel ini merupakan salah satu hotel yang melakukan *rebranding* di masa pandemi dan masih bertahan hingga saat ini.

Pengumpulan data diambil dari dokumentasi berupa hasil tangkapan layar unggahan instagram @granddafam.braga pada masa pemulihan pandemi yaitu bulan Juli 2022 hingga Desember 2022 yang berjumlah 101 unggahan. Penggunaan data yang cukup banyak tersebut dapat memberikan gambaran tentang konten instagram setelah proses *rebranding* karena hal ini penting untuk memahami secara lebih dalam pengaruh *rebranding* terhadap jenis konten, unsur visual, dan makna yang disampaikan dalam unggahan instagram (Putri & Hidayah, 2023). Selain itu, data yang diambil dari bulan Juli hingga Desember dapat digunakan untuk

menganalisis perubahan tingkat keterlibatan (engagement) pengguna terhadap konten Instagram setelah *rebranding* (Rachmalia & Putra, 2022).

3.3 Etika Penelitian

Etika penelitian bertujuan untuk melindungi semua pihak yang terlibat kegiatan penelitian dari segala resiko yang ada dalam seluruh proses penelitian (Cooper & Schindler, 2017). Berdasarkan subbab 3.2 Pengumpulan Data, penelitian ini merupakan penelitian dengan sumber data yang berasal dari internet yaitu konten Instagram. Pada pernyataan mengenai *Fair Use* atau penggunaan wajar Instagram menyatakan bahwa konten yang ada dalam domain publik bisa bebas digunakan oleh siapa saja (Instagram, 2023).

Sebagai syarat untuk memperoleh informan untuk wawancara triangulasi pada subbab 3.5, peneliti menyerahkan surat permohonan izin penelitian yang dikeluarkan oleh Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial kepada pihak Hotel Grand Dafam Braga Bandung. Sebelum melakukan wawancara, peneliti memastikan bahwa informan sepenuhnya paham dengan informasi penelitian yang disampaikan peneliti secara verbal. Setelah itu sebagai bentuk persetujuan informan, peneliti akan meminta tanda tangan partisipan pada lembar persetujuan informan.

3.4 Analisis Data

Pada penelitian ini, analisis konten visual digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif. Pink dan Rose melalui Hunter (2012) menyatakan bahwa dalam analisa visual terdapat teknik-teknik tertentu yang menjadi foto dan video sebagai data primer untuk menganalisis visual termasuk analisis konten dan semiotika. Rose menambahkan bahwa pada penelitian kualitatif, analisis konten digunakan untuk menginterpretasikan makna pada gambar. Nantinya, seluruh proses analisis konten visual akan dijelaskan dalam bentuk narasi deskriptif pada bab 4.

Peneliti menggunakan skema analisis konten visual yang telah diterapkan pada penelitian terdahulu yang berfokus pada identifikasi elemen fotografi bidang pariwisata yang dipublikasikan secara *offline* maupun *online* (Hunter, 2012;

Noordin et al., 2021; Sukmayadi & Effendi, 2020). Terdapat 5 langkah dalam skema yang akan dilakukan peneliti pada penelitian ini, yaitu :

1. Mengumpulkan data visual

Data visual pada penelitian ini dikumpulkan dari akun instagram resmi milik Hotel Grand Dafam Braga Bandung yaitu @granddafam.braga . Data ini berupa tangkapan layar dari konten foto dan video Instagram yang diunggah pada periode yang dipilih yaitu bulan Juli 2022 – Desember 2022. Pada proses ini juga disertakan tangkapan layar caption dan hashtag yang digunakan pada tiap unggahan pada periode tersebut.

2. Memilah dan koding data

Setelah melakukan pengumpulan data, peneliti akan melakukan penyortiran dan pemberian kode pada data visual. *Coding* sendiri merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian kualitatif. Menurut Hao, dengan data visual, pengkodean berarti memberikan serangkaian label atau kategori deskriptif pada foto dan fitur bahasa (Noordin et al., 2021). Proses ini dilakukan untuk mengidentifikasi struktur dan jenis representasi visual pada unggahan instagram. Lembar *coding* pada penelitian ini mengadaptasi *coding* penelitian Hunter (2016) dan Noordin et al., (2021) dengan struktur visual yang dibagi menjadi 2 bagian, kategori denotatif yaitu unsur eksplisit (*feed format, feed content, photographic angle, geotag, hashtag, emojis, caption language*) dan kategori konotatif yaitu unsur implisit (*caption tone, caption theme*).

3. Mengidentifikasi unsur denotatif

Pada tahap ini, peneliti akan menganalisis jenis dan frekuensi dari unsur denotatif yang ditemukan pada konten instagram. Menurut Bell dalam Hunter (2012), unsur denotatif dari foto adalah analogi terhadap realita dan ditafsirkan secara harfiah. Tujuan pada tahap analisis ini adalah untuk mengidentifikasi pola konten dan citra Hotel Grand Dafam Braga Bandung yang tersirat dalam konten instagram @granddafam.braga .

4. Mengidentifikasi unsur konotatif

Unsur konotatif dari foto adalah pelengkap dari realitas dan ditafsirkan secara teoritis. Dalam analisis konten visual, unsur konotatif dapat menghasilkan lebih banyak wawasan ke dalam pesan dari gambar tujuan sebagai digambarkan dalam foto (Albers & James, 1988). Tahap ini mengidentifikasi pesan yang disampaikan pada konten instagram @granddafam.braga sebagai salah satu hotel di Kota Bandung.

5. Menganalisis *engagement* media sosial

Pada tahap terakhir ini, peneliti akan melakukan analisis *engagement* pada akun instagram Hotel Grand Dafam Braga Bandung. Mee menyatakan bahwa terdapat standar *engagement rate* dalam industri media sosial yaitu angka 1%-3% dinyatakan bahwa akun media sosial dinilai bagus dan diatas 3% dinilai lebih bagus karena tingkat *engagement* konten yang lebih tinggi (Noordin et al., 2021).

3.5 Menjamin Kredibilitas Penelitian

Kredibilitas adalah aspek penting dalam penelitian kualitatif, karena memastikan bahwa temuan penelitian dapat diandalkan dan dapat dipercaya (Noble & Smith, 2015). Tidak seperti penelitian kuantitatif, di mana metode statistik digunakan untuk menetapkan validitas dan reliabilitas, peneliti kualitatif menggunakan pendekatan sistematis untuk memastikan bahwa temuan mereka dapat dipercaya (Korstjens & Moser, 2018). Moleong (2014) menyatakan bahwa triangulasi data merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan memeriksa atau membandingkan data yang diperoleh dengan sumber atau kriteria lain agar meningkatkan keabsahan data. Triangulasi dibagi menjadi tiga jenis yaitu triangulasi sumber, triangulasi waktu, dan triangulasi teknik.

Triangulasi sumber yaitu triangulasi yang dilakukan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan mengecek data yang didapat dari beberapa sumber informan lainnya (Sugiyono, 2015). Triangulasi sumber dipilih dalam penelitian ini karena dapat meningkatkan tingkat reabilitas data jika dilakukan analisis data melalui berbagai sumber seperti gambar, arsip atau dokumen tertulis lainnya. Dalam memperoleh kredibilitas penelitian, peneliti menggunakan sumber data tambahan yaitu wawancara tidak terstruktur dengan pihak hotel yang terjun

langsung dalam seluruh proses pembuatan konten Instagram yaitu Director of Sales & Marketing dan Graphic Designer Hotel Grand Dafam Braga Bandung. Peneliti berharap dengan dilakukannya kredibilitas dan triangulasi dapat menambah sudut pandang juga meningkatkan akurasi data pada penelitian ini.

3.6 Refleksi Diri

Dalam perjalanan penelitian pemahaman mengenai *rebranding* melalui media sosial, khususnya di sektor perhotelan, saya merasa terlibat dalam eksplorasi yang mendalam terhadap konsep-konsep teoretis yang terkait dengan *rebranding* dan pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi. Melalui *review* literatur dan analisis visual pada konten media sosial hotel di Kota Bandung, saya memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi perhotelan dalam mengelola citra mereka melalui beragam aspek visual dan naratif yang mereka sampaikan. Proses penelitian ini mengajarkan saya banyak keterampilan baru, terutama dalam merancang metodologi penelitian yang relevan dan efektif. Pengalaman ini memperkaya pemahaman saya terhadap langkah-langkah yang perlu diambil untuk mendapatkan data yang berkualitas. Analisis data dan interpretasi hasil menjadi momen penting dalam menyusun temuan penelitian dengan cara yang informatif dan relevan. Selain itu, saya juga memahami betapa pentingnya kemampuan adaptasi dan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan dan tantangan selama proses penelitian.

Selama perjalanan penelitian ini, saya juga semakin sadar akan kelebihan dan kelemahan diri saya. Proses pengumpulan data dan analisis memerlukan tingkat ketelitian dan kritis yang tinggi, sementara saya juga menyadari bahwa ada ruang untuk peningkatan dalam beberapa aspek, seperti manajemen waktu dan fokus yang lebih optimal. Kesadaran akan diri sendiri ini mendorong saya untuk terus belajar dan berkembang, mengambil setiap kesalahan sebagai peluang untuk meningkatkan diri.