

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian dinilai sebagai kerangka kerja dalam riset pemasaran (Malhotra & Dash, 2016). Desain penelitian dapat memberikan detail prosedur untuk memperoleh informasi yang diperlukan, termasuk memecahkan masalah. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam memberikan deskripsi tekstual yang kompleks dan terpusat mengenai strategi konten digital dalam *campaign viral marketing* pada industri perhotelan. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post positivisme* atau *interpretatif* untuk meneliti kondisi objek yang alamiah. Peneliti sebagai instrumen kunci melalui teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, yaitu gabungan observasi, wawancara, dokumentasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, serta hasil penelitian bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis.

Dalam penelitian ini, metode studi kasus dipilih karena mampu mengungkap secara mendalam proses dan dinamika strategi konten digital dalam *campaign viral marketing* pada Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel. Sejalan dengan pandangan Creswell (1998), studi kasus memungkinkan peneliti menginvestigasi fenomena khusus dalam konteks waktu dan situasi tertentu dengan data yang komprehensif. Stake (1995) juga menegaskan bahwa studi kasus digunakan untuk memahami kerumitan suatu kasus, sedangkan Simons (2009) menekankan bahwa studi kasus memberikan ruang eksplorasi mendalam dari berbagai sudut pandang terhadap kompleksitas dan keunikan kasus.

Pemilihan studi kasus ini semakin relevan jika dikaitkan dengan kerangka Yin (2009), yang menyatakan bahwa studi kasus sesuai ketika kasus yang diteliti termasuk kategori *critical case*, *unique case*, atau *revelatory case*. Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel dapat dikategorikan sebagai *unique case* karena menghadirkan paradoks *viral marketing* yang jarang ditemukan dalam industri perhotelan Indonesia. Di satu sisi, konten digital resmi hotel melalui Instagram berhasil menciptakan viralitas positif dan meningkatkan *brand awareness*,

sementara di sisi lain, muncul viralitas negatif dari konten eksternal di TikTok yang justru menimbulkan tantangan reputasi. Fenomena dualitas inilah yang menjadikan kasus ini unik sekaligus *revelatory*, karena membuka pemahaman baru bahwa viral marketing tidak hanya berperan sebagai strategi promosi efektif, tetapi juga dapat menjadi potensi ancaman bagi citra hotel. Oleh karena itu, studi kasus dipandang paling tepat untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai strategi, pelaksanaan, serta dinamika tantangan yang dihadapi hotel dalam mengelola *campaign viral marketing*. Langkah yang peneliti lakukan berfokus pada identifikasi masalah, kemudian menyajikan penjelasan mengenai rincian setting dan partisipan penelitian, proses pengumpulan data, etis penelitian, analisa data, dan validitas data (triangulasi).

3.2 Lokasi dan Partisipan Penelitian

Setiap penelitian membutuhkan informan agar proses pengumpulan data dapat berlangsung secara terarah dan mendalam. Keberadaan informan memiliki peran penting dalam memberikan keterangan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pada penelitian kualitatif, pemilihan informan berkaitan dengan strategi peneliti dalam memperoleh data maupun informasi yang akurat (Bungin, 2007, hlm. 107). Oleh karena itu, penelitian ini menetapkan Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel yang berlokasi di kawasan Gandaria City, Jakarta Selatan, sebagai sumber informan penelitian.

Partisipan penelitian menggunakan teknik sampling *purposive* dengan menentukan kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian (Margono, 2004). Sugiyono (2017), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel data yang didasarkan pada pertimbangan tertentu dengan tujuan sampel dapat memenuhi kriteria dalam mengkaji permasalahan yang diteliti sebagai informan. Dalam penelitian ini, jenis *purposive sampling* yang digunakan adalah *criterion sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan memilih partisipan yang memenuhi kriteria spesifik yang telah ditetapkan agar relevan dengan tujuan penelitian (Palinkas et al., 2015). Oleh karena itu, partisipan dipilih berdasarkan divisi yang ditempati dan relevansinya dengan kajian penelitian sebagai berikut:

- a. Informan merupakan *Marketing Communication Manager* dari Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel.

- b. Informan merupakan *Assistant Revenue Manager* dari Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel.

Adapun proses perekrutan informan dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, peneliti menghubungi pihak *Human Resources* (HR) Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel untuk memperkenalkan diri sekaligus menjelaskan maksud dan tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti juga melampirkan surat izin penelitian sebagai bentuk permohonan resmi agar staff dapat berpartisipasi sebagai informan.

Selanjutnya, pihak HR berperan sebagai penghubung dengan calon informan untuk mengoordinasikan kesediaan mereka. Setelah calon informan menyatakan persetujuannya, tahap berikutnya adalah penjadwalan wawancara. Proses ini dilakukan secara bersama antara peneliti dan pihak HR sebagai fasilitator, meliputi kesepakatan mengenai waktu dan lokasi wawancara. Rincian teknis terkait penjadwalan wawancara dapat dilihat lebih lanjut pada subbagian “3.3 Teknik Pengumpulan Data”.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Wawancara

Wawancara dimanfaatkan sebagai metode pengumpulan data untuk peneliti dalam melakukan studi pendahuluan untuk mencari masalah yang akan diamati, serta jika peneliti 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 pewawancara menggali secara mendalam dimulai dari umum hingga hal yang penting (Guion, 2006). Lebih lanjut, jenis wawancara digunakan dengan pendekatan semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur memberikan dengan pendekatan semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk menyesuaikan pertanyaan berdasarkan jawaban informan, sehingga data yang diperoleh lebih kaya dan mendalam (Kvale, 1996; Adams, 2015). Menurut Sugiyono (2013) wawancara jenis ini digunakan

untuk menggali permasalahan secara lebih terbuka, di mana peneliti memberikan kesempatan kepada subjek penelitian untuk menyampaikan pandangan, pemikiran, serta idenya.

Tahap wawancara ini dibantu oleh *staff marketing* Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel. Sebelum pelaksanaan, penulis terlebih dahulu mempersiapkan kerangka pertanyaan atau pedoman wawancara yang dapat dilihat secara rinci pada subbagian “Lampiran 3. Pedoman Pertanyaan Wawancara”. Garis besar dalam wawancara adalah menggali informasi mengenai strategi konten digital melalui *campaign viral marketing* di Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel.

Proses wawancara dilakukan secara *offline* atau tatap muka langsung. Tahapan awal dimulai dengan menghubungi Bapak Yanuar selaku pihak Human Resources (HR), yang menjadi perantara untuk mengoordinasikan jadwal wawancara. Setelah itu, Bapak Yanuar berkomunikasi dengan para informan untuk menanyakan kesediaan mereka mengikuti wawancara. Apabila informan berkenan, maka peneliti datang langsung ke lokasi sesuai dengan waktu dan tempat yang telah disepakati.

Wawancara dilakukan dengan metode semi-terstruktur, sehingga selain mengikuti pedoman pertanyaan yang telah disiapkan, peneliti juga dapat mengembangkan pertanyaan baru sesuai dengan alur percakapan untuk memperdalam data yang diperoleh. Proses ini dilakukan secara *personal* dengan tujuan menciptakan suasana yang nyaman dan mendukung, sehingga para informan lebih terbuka dalam memberikan informasi.

Setelah wawancara selesai, data yang diperoleh kemudian ditranskrip secara lisan untuk memudahkan tahap reduksi dan pengkodean data yang dibahas lebih lanjut pada subbagian “3.5 Analisis Data” yang membahas proses reduksi data.

3.3.2 Analisis Konten/Content Reviews

Analisis konten dilakukan untuk menelaah isi dari materi yang dipublikasikan dalam suatu media dengan tujuan memahami makna, pola, dan strategi komunikasi yang digunakan. Pada tahap ini, peneliti meninjau

dan menganalisis konten digital yang dipublikasikan pada platform Instagram resmi Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, khususnya konten yang bersifat viral dalam mempromosikan hotel tersebut sebagai daya tarik utama.

Menurut Krippendorff (2013), *content analysis* atau kajian isi merupakan teknik penelitian yang memungkinkan peneliti menarik kesimpulan yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah (*valid*) dari teks maupun media lain sesuai dengan konteksnya. Sementara itu, Elo & Kyngäs (2008) menegaskan bahwa analisis konten kualitatif memungkinkan peneliti mengorganisir dan menginterpretasikan data secara sistematis sehingga dapat menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena komunikasi yang diteliti.

3.4 Etis Penelitian

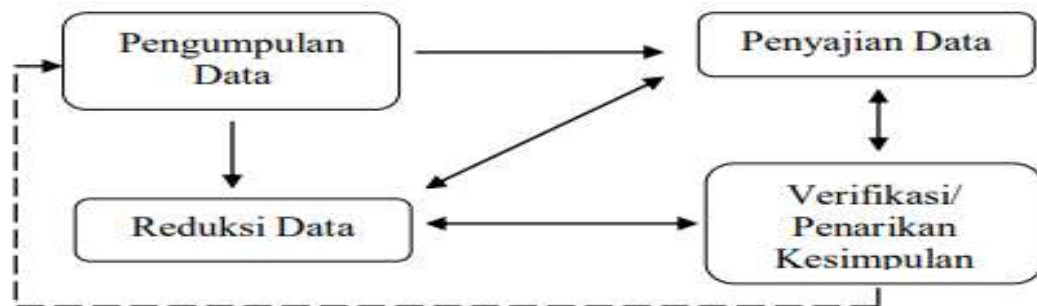
Peneliti sangat menjunjung tinggi etika dalam pelaksanaan penelitian. Oleh karena itu, peneliti akan menjelaskan prinsip-prinsip etis yang diterapkan selama proses penelitian berlangsung. Pertama, peneliti terlebih dahulu mengajukan permohonan partisipasi kepada pihak *Human Resources* (HR) Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel dengan melampirkan surat izin penelitian resmi dari fakultas. Melalui pihak HR, peneliti kemudian memperkenalkan diri dan menjelaskan secara rinci maksud serta tujuan penelitian kepada calon informan.

Selanjutnya, peneliti menyiapkan formulir persetujuan yang diberikan kepada informan untuk ditandatangani sebagai bentuk kesepakatan bersama sebelum proses pengumpulan data dilakukan. Dengan adanya formulir ini, informan mendapatkan penjelasan mengenai hak-hak mereka sebagai subjek penelitian, termasuk hak untuk menolak atau menghentikan partisipasi kapan pun tanpa konsekuensi. Selain itu, peneliti juga memberikan jaminan terkait kerahasiaan identitas, baik personal maupun institusional, serta keamanan dan privasi data yang dibagikan oleh informan.

3.5 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengujian yang didasarkan pada konsep maupun teori relevan

berdasarkan prosedur analisis. Pendekatan analisis data menggunakan analisis data model interaktif yang dikembangkan Miles dan Huberman tahun 1994 berikut:



Sumber: Miles dan Huberman, 1994, hlm. 12

GAMBAR 3.1 KOMPONEN ANALISIS DATA MODEL INTERAKTIF

Gambar 3.1 mengenai komponen analisis data model interaktif yang diadopsi telah menekankan beberapa tahapan, diantaranya sebagai berikut:

1. **Reduksi data**, tahapan analisis yang mengarah pada proses pemilihan, fokus, penyederhanaan, abstraksi hingga transformasi data berdasarkan catatan atau transkrip. Pada tahap pengumpulan data, reduksi tersebut meliputi kegiatan menulis, meringkas, mengkode, membuat kategori hingga catatan (Miles & Huberman, 1994). Pada tahap awal, peneliti memperoleh beragam data dari hasil content review pada akun Instagram resmi @sheratongrandjakarta serta wawancara dengan pihak staff marketing dan *assistant revenue manager* yang menjadi informan dalam penelitian ini. Data yang diperoleh pada tahap ini masih bersifat mentah dan beragam, sehingga diperlukan analisis data melalui proses reduksi data.
2. **Penyajian data**, tahapan organisasi yang terhimpun dalam penarikan kesimpulan. Pada tahap ini, data yang telah direduksi akan dilakukan pengolahan kembali dalam bentuk sederhana (Miles & Huberman, 1994). Setelah proses reduksi data dilakukan, tahap berikutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat berbentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, atau *flowchart* (Sugiyono, 2013, hlm. 249). Penyajian ini bertujuan untuk memudahkan peneliti memahami pola yang muncul dari data, sekaligus merencanakan langkah analisis selanjutnya.

Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dengan cara menyusun hasil reduksi ke dalam bentuk teks naratif yang menjelaskan secara rinci temuan dari content review akun Instagram @sheratongrandjakarta serta wawancara dengan staff marketing dan *assistant revenue manager*. Teks naratif dipilih karena merupakan bentuk penyajian yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif (Miles & Huberman dalam Sugiyono, 2017, hlm. 249), sekaligus memungkinkan peneliti menggambarkan konteks penelitian dengan lebih jelas.

Transkrip hasil wawancara yang telah melalui proses *coding* kemudian dipaparkan dalam bentuk uraian naratif. Pada tahap ini, peneliti mulai menarasikan bagaimana data lapangan yang diperoleh dapat dipadukan dengan teori yang relevan, serta menghubungkan temuan dengan perspektif yang dikemukakan oleh para informan penelitian. Dengan cara ini, penyajian data tidak hanya menjadi gambaran deskriptif, tetapi juga landasan untuk melakukan analisis lebih mendalam pada tahap berikutnya.

3. **Penarikan kesimpulan**, tahapan analisis dengan penafsiran dari hasil interpretasi data dinilai penting dalam memberikan hasil simpulan yang menggambarkan data secara. Penarikan kesimpulan dilakukan melalui penggabungan inti dari setiap data yang disusun dalam bentuk sederhana secara deskriptif singkat, lugas dan jelas agar mudah dipahami.

Tahap terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi terhadap data yang telah diperoleh. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan merangkum informasi utama yang muncul dari hasil wawancara, content review akun Instagram @sheratongrandjakarta, serta dokumen pendukung lainnya. Langkah ini bertujuan untuk menyederhanakan data yang kompleks menjadi informasi yang lebih jelas, terarah, dan sesuai dengan fokus penelitian.

Selanjutnya, peneliti melakukan verifikasi untuk memastikan bahwa kesimpulan yang ditarik benar-benar valid dan konsisten dengan data lapangan. Verifikasi dilakukan dengan cara membandingkan kembali data yang sudah diolah dengan catatan lapangan, transkrip wawancara, maupun dokumentasi digital. Selain itu, peneliti juga melakukan diskusi dan

konsultasi dengan dosen pembimbing guna memperkuat keabsahan data. Dengan demikian, tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi tidak hanya menghasilkan temuan penelitian, tetapi juga menjamin bahwa hasil penelitian ini memiliki tingkat kepercayaan (*credibility*) yang tinggi.

3.6 Keabsahan Data

Agar penelitian dapat menghasilkan temuan yang kuat, data yang digunakan harus terjamin keabsahannya. Dalam pemeriksaan data kualitatif, terdapat empat aspek penting yang menjadi tolok ukur, yaitu kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas (Bachri, 2010). Oleh karena itu, peneliti perlu memastikan validitas data sejak proses pengumpulan hingga analisis. Salah satu cara yang digunakan adalah melalui triangulasi, yakni pendekatan yang memadukan berbagai metode dalam proses pengumpulan maupun analisis data. Moleong (2006, hlm. 10) menjelaskan bahwa dalam studi kasus, memandang fenomena dari berbagai sudut akan menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam sekaligus meningkatkan tingkat kebenaran penelitian. Senada dengan itu, Patton (2002, hlm. 102) menekankan bahwa triangulasi dapat memperkuat hasil penelitian melalui integrasi beragam metode.

Dalam penelitian ini, keabsahan data diperiksa melalui dua tahapan. Pertama, pada saat data diolah, peneliti menerapkan teknik member checking, yaitu meminta konfirmasi kepada informan terkait keakuratan data yang telah ditranskrip dan ditafsirkan. Kedua, pada tahap verifikasi temuan, peneliti menggunakan teknik triangulasi ahli, yaitu mengonsultasikan hasil penelitian dengan pembimbing atau pakar di bidang yang relevan. Kedua langkah ini dilakukan untuk menjamin bahwa data yang diperoleh tidak hanya valid tetapi juga dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

3.6.1 *Member checking*

Member checking merupakan proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan dari memberchecking adalah agar informasi yang peneliti peroleh dan gunakan dalam penelitian sesuai dengan apa yang dimaksud oleh informan. Menurut Sugiyono (2013), *member checking* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Proses

member checking dapat menghindari salah tafsir terhadap jawaban informan sewaktu diwawancara.

Dalam penelitian ini, proses verifikasi kepada informan dilakukan dengan cara menjalin kontak langsung. Peneliti menghubungi kembali para informan secara personal untuk mengajukan pertanyaan lanjutan yang berkaitan dengan hasil sementara penelitian, khususnya pada bagian yang membutuhkan klarifikasi. Konfirmasi ini penting agar interpretasi peneliti sesuai dengan maksud sebenarnya dari informan.

Masukan yang diberikan informan pada tahap verifikasi tidak hanya berfungsi sebagai penguat data, tetapi juga dapat menambahkan informasi baru yang sebelumnya belum terekam. Dengan demikian, proses ini membantu peneliti memperoleh data yang lebih komprehensif dan terhindar dari bias interpretasi.

3.6.2 Triangulasi Ahli

Menurut Sugiyono (2013), teknik triangulasi dalam pengumpulan data digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas dan mendalam mengenai situasi sosial yang diteliti. Triangulasi sendiri merupakan pendekatan yang menggabungkan berbagai metode pengumpulan data dan memanfaatkan beragam sumber informasi yang tersedia. Analisis data dengan triangulasi dilakukan secara induktif, dengan tujuan membangun justifikasi terhadap tema-tema penelitian yang muncul (Zamili, 2015, hlm. 294). Hal ini sejalan dengan Mekarisce (2020) yang menegaskan bahwa triangulasi data dimaksudkan untuk memperkuat landasan teoritis, metodologis, maupun interpretatif dalam penelitian kualitatif. Dengan kata lain, triangulasi merupakan proses pemeriksaan keabsahan data dengan cara mengecek informasi melalui kombinasi sumber, teknik, dan waktu.

Setelah peneliti memastikan validitas data yang telah terkumpul, tahap selanjutnya adalah menguji reliabilitas data melalui triangulasi pengamat. Teknik ini melibatkan pihak eksternal yang tidak terlibat langsung dalam penelitian, berperan sebagai pengamat independen yang menilai temuan penelitian. Denzin & Lincoln (2017) menyebut pendekatan ini sebagai *expert judgment*, yaitu mekanisme di mana seorang ahli memberikan masukan dan evaluasi terhadap data yang telah dikumpulkan. Tujuannya adalah untuk menjamin relevansi temuan, serta mengukur apakah pernyataan informan sejalan dengan perspektif dan pemahaman

pakar. Data dapat dinyatakan reliabel apabila terdapat kesesuaian antara hasil interpretasi peneliti, informasi dari informan, dan pandangan ahli.

Dalam hal pemilihan informan ahli, peneliti hanya melibatkan satu orang ahli sesuai dengan fokus permasalahan penelitian. Pertimbangan ini didasarkan pada kebutuhan bahwa setiap isu penelitian harus dikaji oleh pihak yang benar-benar memiliki kompetensi di bidangnya. Adapun ahli yang berperan dalam penelitian ini adalah seorang akademisi di bidang ilmu pemasaran, yang dipilih karena relevan dengan konteks strategi pemasaran digital pada Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel.

Terkait pemilihan informan ahli, peneliti melibatkan satu orang ahli yang disesuaikan dengan jumlah rumusan masalah penelitian. Pemilihan ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa setiap rumusan masalah perlu divalidasi oleh ahli yang memiliki kompetensi pada bidang tersebut. Adapun informan ahli yang berpartisipasi dalam penelitian ini beserta bidang keahliannya adalah sebagai berikut:

1. Informan Ahli yang merupakan seorang akademisi di bidang ilmu pemasaran.