

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif juga merupakan penelitian tentang riset yang bersifat penemuan, deskriptif dan cenderung meng analisis (Suardi, 2008). Menurut (Bachri, 2010), penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Menurut (Suardi, 2008), ada beberapa sifat dari penelitian kualitatif, yaitu :

- a) Mempunyai setting yang alami sebagai sumber data langsung dalam penelitian sebagai instrumen kunci.
- b) Penelitian deskriptif data yang dikumpulkan lebih banyak berupa kata-kata atau gambar.
- c) Lebih memperhatikan proses dari pada produk. Hal ini disebabkan karena cara peneliti mengumpulkan dan menafsirkan data, setting atau hubungan antar bagian yang sedang diteliti.
- d) Data dianalisis secara induktif. Peneliti bukan untuk mencari data untuk menguji hipotesis yang disusun sebelum penelitian akan tetapi data tersebut digunakan untuk menyusun abstraksi
- e) Mementingkan pada makna bukan pada perilaku.

Karakteristik utama dari penelitian kualitatif yaitu melakukan penelitian dalam kondisi yang alamiah, langsung ke sumber data, dan peneliti menjadi instrumen kunci; menyajikan data-data dalam bentuk kata- kata atau gambar, dan tidak menekankan pada angka – angka, mengutamakan proses dari pada produk; melakukan analisis data secara induktif, dan lebih menekankan makna di balik data yang diamati (Hadi, 2017). Penelitian Kualitatif mempunyai dua tujuan, yaitu : 1) menggambarkan dan mengungkapkan (*to describe and explore*) dan 2)

menggambarkan dan menjelaskan (*to describe and explain*). Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai itulah maka penelitian kualitatif menggunakan instrumen pengumpulan data yang sesuai dengan tujuannya (Bachri, 2010)

Peneliti mengambil pendekatan ini karena peneliti ingin, mengetahui bagaimana cara Dago Dreampark memanfaatkan sosial media TikTok sebagai media promosi pada masa pandemi COVID-19 dan ingin mengeksplorasi apakah pemanfaatan sosial media TikTok sebagai media promosi pada masa pandemi COVID-19 berdampak baik bagi Dago Dreampark. Selain itu, pendekatan kualitatif memberikan data yang sulit diungkapkan oleh angka-angka, seperti pendekatan kuantitatif.

3.1.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus karena ingin mengetahui secara mendetail, memberikan gambaran secara lengkap dan mengeksplorasi secara mendalam mengenai bagaimana cara Dago Dreampark pemanfaatan sosial media TikTok sebagai media promosi pada masa pandemi COVID-19 dan ingin mengeksplorasi bagaimanakah peran pemanfaatan sosial media TikTok sebagai media promosi pada masa pandemi COVID-19 berdampak baik bagi Dago Dreampark. Proses penelitian ini melibatkan upaya-upaya penting seperti pengumpulan data melalui observasi dan wawancara dengan owner, kepala digital marketing dan admin yang mengelola konten TikTok Daya Tarik Wisata Dago Dreampark, serta melakukan wawancara dengan narasumber dari pengikut TikTok @dagodreampark.

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

3.2.1 Partisipan Penelitian

Agar penelitian tersusun dengan baik dan dilakukan secara mendalam, maka di perlukan partisipan penelitian. Partisipan atau subjek penelitian ini berperan sebagai pemberi informasi mengenai data yang di perlukan oleh peneliti. Partisipan yang berperan sebagai informan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan *purposive sample* (sample berdasarkan tujuan).

Purposive sample (sample berdasarkan tujuan) menurut (Tongco, 2007) pengambilan sampel berdasarkan kapasitas dan kapabilitas partisipan yang benar-benar paham di dalam bidangnya sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti memilih teknik sampling *snowball* yang merupakan metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus (Neuman & Di Federico, 2003)

Alasan peneliti menggunakan teknik sampling ini karena peneliti ingin menemukan informasi melalui informan-informan kunci yang memiliki banyak informasi. Dengan menggunakan pendekatan ini beberapa potensial partisipan dihubungi dan ditanya apakah mereka mengetahui oranglain dengan karakteristik seperti yang dimaksud untuk keperluan penelitian. Kontak awal akan membantu mendapatkan partisipan lainnya melalui rekomendasi. Berdasarkan pemaparan tersebut, subjek utama atau partisipan awal dalam penelitian ini berjumlah tiga orang yaitu jajaran top manajemen Daya Tarik Wisata Dago Dreampark.

Penentuan subjek tersebut didasarkan terhadap jajaran top manajemen di Dago Dreampark dalam berperan aktif untuk menjalankan pemanfaatan sosial media TikTok sebagai media promosi pada masa pandemi COVID-19. Jumlah partisipan masih bisa bertambah dalam penelitian ini dikarenakan masih ada kemungkinan rekomendasi dari partisipan awal.

Pada penelitian ini peneliti menemukan narasumber orang-orang yang bisa memberikan informasi, dimana informan penelitian ini merupakan seseorang yang mengikuti akun Media Sosial TikTok @dagodreampark yang bersifat diteliti dan paham terkait dengan objek penelitian serta mampu memberikan penjabaran tentang topik penelitian ini. Berikut merupakan daftar nama narasumber yang berhasil penulis wawancarai :

Tabel 3. 1 Profil Narasumber

Nama	Jabatan	Lama Kerja	Usia
P01	Wakil Direktu & Development	5 Tahun	31 Tahun

Gunawan Endrianto, 2023

Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada Daya Tarik Wisata Dago Dreampark)

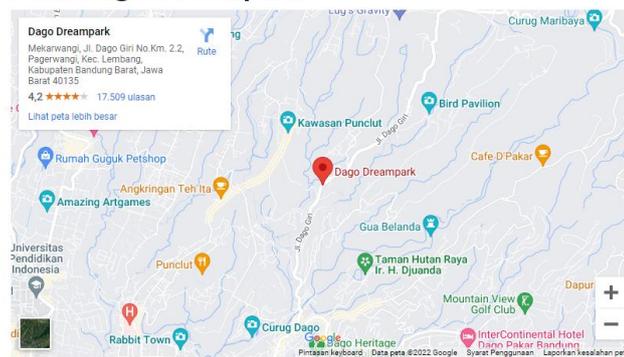
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	Manager Dago Dreampark		
P02	Kepala Bagian Digital Marketing	3 Tahun	30 Tahun
P03	Admin pemegang akun TikTok/Konten Kreator	3 Bulan	23 Tahun
P04	Wisatawan	-	21
P05	Wisatawan	-	22
P06	Wisatawan	-	23
P07	Wisatawan	-	23
P08	Wisatawan	-	22
P09	Wisatawan	-	23
P010	Wisatawan	-	23
P011	Wisatawan	-	32

3.2.2 Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil objek penelitian di Daya Tarik Wisata Dago Dreampark berada di Jl. Dago Giri KM 2.2, Mekarwangi, Pagerwangi, Bandung, Jawa Barat.

Peta Dago Dreampark



Gambar 3. 1 Peta Dago Dreampark

Sumber : dagodreampark.co.id, 2022

Gunawan Endrianto, 2023

Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada Daya Tarik Wisata Dago Dreampark)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan pengumpulan data secara primer dan sekunder :

Tabel 3. 2 Metode Pengumpulan Data

Data	Metode	Teknik
Primer	Wawancara	<i>In-depth interview</i>
		Semi-terstruktur
	Observasi	Perekaman dan pencatatan
Sekunder	<i>Desk study</i>	Data statistik

1. Wawancara

Wawancara yang digunakan penelitian ini dilakukan dengan in-depth interview, yaitu wawancara secara mendalam kepada informan serta bersifat semi-terstruktur, dimana proses pengumpulan data lebih terbuka dan bebas mengajukan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Subjek utama atau partisipan awal dalam penelitian ini berjumlah tiga orang yaitu jajaran top manajemen Daya Tarik Wisata Dago Dreampark, serta wisatawan yang berkunjung ke Dago Dreampark dan mengikuti akun TikTok @dagodreampark wawancara secara offline dan online, yang wawancara ketiganya dilakukan dengan teknik *In-depth interview* dan wawancara semi-terstruktur.

2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan dan pencatatan langsung fenomena yang terjadi di lapangan. Pada penelitian ini, objek yang akan diobservasi adalah melihat secara langsung pembuatan konten untuk diunggah ke akun TikTok pada masa pandemi COVID-19 di Dago Dreampark.

3. Desk study

Desk study digunakan pada teknik pengumpulan data sebagai pelengkap dan memperkuat data dan informasi hasil penelitian. Dalam penelitian ini dilakukan pemeriksaan dan menganalisis data sekunder berupa data statistik yang diambil melalui web analisa.io terkait pengukuran efektivitas konten yang ada pada TikTok @dagodreampark.

3.4 Etis Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti akan memperhatikan standar etika penelitian. Wawancara akan dilakukan dengan semua persetujuan yang diperlukan sebagaimana dapat dilihat pada Lampiran. Partisipan dalam proses wawancara akan diberitahu tentang hak-haknya sebagai informan dan akan dijamin anonimitasnya. Dalam hal ini, setiap peserta akan memiliki kesempatan untuk menandatangani formulir persetujuan yang diinformasikan sebagai jaminan keamanan dan privasi informasi mereka.

Mengenai izin formal studi, Peneliti sebelum melakukan penelitian terlebih dahulu surat perizinan melakukan wawancara dari Universitas Pendidikan Indonesia. Selain itu untuk melindungi keaslian data wawancara direkam, setelah itu peneliti akan melakukan transkrip data dan dibagikan kembali kepada partisipan untuk dilihat terlebih dahulu dan meminta persetujuan partisipan. Untuk menjaga keaslian data, wawancara akan direkam secara digital. Setelah itu, rekaman wawancara akan ditranskrip kata demi kata, dan transkripsi yang telah selesai akan dikembalikan ke masing-masing peserta untuk mendapatkan persetujuan mereka.

3.5 Analisa Data

(Miles & Huberman, 1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu:

a) Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Kegiatan utama dari setiap penelitian adalah mengumpulkan data.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan menggunakan

teknik wawancara semi struktur, observasi langsung ke Daya Tarik Wisata Dago Dreampark dan *desk study* sebagai data penelitian.

b) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Pada penelitian ini, reduksi data dilakukan pada saat mendapatkan data dari Daya Tarik Wisata Dago Dreampark, kemudian menyederhanakan data tersebut dengan mengambil data-data yang mendukung dalam pembahasan penelitian ini. Sehingga data-data tersebut mengarah pada kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan.

c) Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah sebuah pengaturan, rangkuman informasi, atau biasa juga dikatakan sebagai sekumpulan informasi yang tersusun sehingga hasilnya akan memberikan kemungkinan adanya penarikan dan pengambilan tindakan.

Dalam menyajikan data, peneliti akan mendeskripsikan data-data yang berkaitan dengan pemanfaatan sosial media TikTok sebagai media promosi pada masa pandemi COVID-19

d) Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih samar sehingga diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Menurut Sugiyono (2012:31) definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat

diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik.

Dapat disimpulkan operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat variabel yang diamati. Operasional mencakup hal-hal penting dalam penelitian yang memerlukan penjelasan. Operasional bersifat spesifik, rinci, tegas dan pasti yang menggambarkan karakteristik variabel-variabel penelitian dan hal-hal yang dianggap penting.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator
1	Promosi	Promosi adalah komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon (Lamb and Charles)	Menurut (Tasruddin, 2015) Dalam prakteknya promosi dapat dilakukan dengan mendasarkan pada tujuan-tujuan berikut ini: modifikasi tingkah laku, memberitahu, membujuk dan mengingatkan	-Modifikasi tingkah laku -Memberitahu -Membujuk -Mengingatkan
2	TikTok menjadi media yang digemari	Sebagai salah satu media sosial TikTok memberikan sarana berbagi konten yang sangat bervariasi dari segi kreatifitas, video challenge, lipsync,	Sarana berbagi konten yang sangat bervariasi dari segi kreatifitas, video challenge, lipsync, storytelling, lagu, menari, bernyanyi,	-Video challenge -Lipsync -storytelling -lagu -menari -Bernyanyi

Gunawan Endrianto, 2023

Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada Daya Tarik Wisata Dago Dreampark)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		storytelling, lagu, menari, bernyanyi dan lain lain (Dewa & Safitri, 2021)		
3	Jenis Promosi	Dalam mengelola suatu sistem komunikasi pemasaran memerlukan suatu rancangan strategi dan program-program penjualan yang efektif dan efisien (Swastha dan Sukotjo, 2000:124)	Terdapat empat jenis promosi yang biasa dilakukan oleh dalam kegiatan pemasaran yaitu : iklan, promosi penjualan, penjualan personal (Personal Selling) dan publisitas (Swastha dan Sukotjo, 2000:124)	-Iklan -promosi penjualan -penjualan personal -publisitas
4	Strategi promosi akun TikTok	Aplikasi saat ini menggunakan algoritma AI yang menentukan video mana yang akan ditampilkan kepada seseorang berdasarkan demografi mereka, video lain ((Dewa & Safitri, 2021)	Menurut (Dewa & Safitri,2021) strategi promosi yang dapat dilakukan dengan platform TikTok antara lain hashtag,mengikuti tren, kolaborasi influencer, deskripsi yang jelas, sering upload video dan dapat disertai iklan.	-Mengggunakan Hastag -Mengikuti tren -Kolaborasi Influencer -Deskripsi yang jelas -Sering upload video dan dapat disertai iklan
5	<i>Digital Marketing</i>	<i>Digital marketing</i> merupakan kegiatan dibidang pemasaran yang memanfaatkan platform yang ada di internet dalam menjangkau para	Adapun dua manfaat digital marketing (Hermawan, 2012) adalah biaya relatif lebih murah dan informasi dapat lebih jelas	-Biaya relatif lebih murah -Informasi lebih jelas

Gunawan Endrianto, 2023

Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada Daya Tarik Wisata Dago Dreampark)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		target konsumen, selain itu digital marketing diartikan sebagai pemasaran produk atau jasa melalui internet atau disebut dengan pemasaran-i, web marketing, online marketing, e-marketing, atau <i>e-commerce</i> (Hermawan, 2012)		
6	Pariwisata saat pandemi	Strategi untuk meningkatkan sektor industri pariwisata dan ekonomi kreatif adalah dengan pemanfaatan Teknologi dan Informasi bagi tenaga kerja informal dan UMKM untuk dapat bertahan di tengah pandemi COVID-19 (Anggarini, 2021)	Menurut LIPI (2020), langkah awal dalam upaya membangkitkan kembali UMKM membangkitkan pekerja informal dalam industri pariwisata dalam jangka pendek adalah dengan menciptakan stimulus permintaan dan mendorong platform digital (online) untuk memperluas kemitraan, disamping upaya yaitu melalui kerjasama serta pemanfaatan inovasi dan teknologi yang menunjang perbaikan mutu dan daya saing	-Mendorong platform digital (online) untuk memperluas kemitraannya -Menciptakan stimulus permintaan

Gunawan Endrianto, 2023

Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada Daya Tarik Wisata Dago Dreampark)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			<p>produk, seperti pengolahan produk, kemasan serta sistem pemasaran dan lainnya. Pemanfaatan platform digital online ini sangat diperlukan dalam situasi dan kondisi pandemi yang serba sulit ini, pengusaha diharuskan untuk memanfaatkan digitalisasi dalam mempromosikan suatu produknya.</p>	
7	<p>Peluang sosial media saat pandemi COVID-19</p>	<p>sosial secara virtual. Saat ini sosial media menjadi suatu peluang besar bagi semua pelaku bisnis dari segala aspek untuk berkomunikasi dan memasarkan produknya, atau biasa disebut <i>social media marketing</i>. (Nasrullah 2015)</p>	<p>Menurut (Nasrullah, 2015), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual</p>	<p>- Merepresentasikan diri -Berinteraksi -Berkolaborasi -Share -</p>

3.6 Validitas Data

Validitas atau keabsahan data merupakan tahap pemeriksaan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian. Tujuan dari validitas data adalah untuk menghindari

Gunawan Endrianto, 2023

Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada Daya Tarik Wisata Dago Dreampark)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

adanya kesalahan dan menghasilkan data yang kredibel dengan melakukan pemeriksaan data- data yang telah dikumpulkan. Dalam penelitian ini, tahap validitas data dilakukan dengan dengan pengujian *Credibility*, *Transferability*, *Dependability*, dan *Confirmability* dengan rincian sebagai berikut:

1. *Credibility*

Uji *credibility* (kredibilitas) atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang digunakan agar hasil penelitian yang dilakukan tidak diragukan sebagai sebuah karya ilmiah. Menurut Sugiyono (2017), Uji kredibilitas data atau keterpercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan cara perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, menggunakan bahan referensi, analisis kasus negatif, dan member check.

Berdasarkan pendapat dari Sugiyono (2017) tersebut, maka penelitian ini menerapkan pengujian sebagai berikut:

1) Peningkatan Ketekunan dalam penelitian

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis serta dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati.

Untuk meningkatkan ketekunan dalam penelitian ini mencari berbagai referensi dari buku, penelitian terdahulu, serta dokumen-dokumen terkait dan kemudian membandingkannya dengan hasil temuan yang telah diperoleh. Dengan demikian, peneliti akan semakin cermat dalam membuat laporan dan hasil penelitian yang dibuat semakin berkualitas.

2) Triangulasi

Triangulasi merupakan salah satu bentuk pengujian kredibilitas dengan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Pada penelitian ini terdapat 2 triangulasi yang digunakan yaitu triangulasi teknik dan triangulasi sumber data.

Triangulasi teknik yaitu pengumpulan data dengan metode lain selain yang telah digunakan agar mendapatkan data yang lebih menyeluruh. Pada penelitian ini dapat dilakukan dengan pengecekan kembali data kepada narasumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Pada penelitian ini triangulasi diuji dengan pengecekan metode observasi, atau dokumentasi. Bila hasil yang didapatkan berbeda dengan data awal, maka akan dilakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan mengenai data yang dianggap benar.

Triangulasi sumber data, yaitu dengan melakukan pengecekan data dari sumber lain yang digunakan sebelumnya. Pada penelitian ini, triangulasi sumber dapat dicari dengan dokumen lain seperti arsip, sejarah, catatan resmi dan pribadi serta foto sebagai bukti dukungan hasil penelitian. Selain itu, juga melakukan wawancara dengan informan lain dengan sudut pandang yang berbeda.

3) Menggunakan bahan referensi

Pengujian bahan referensi dilakukan dengan mencari data pendukung yang dapat membuktikan data yang telah didapat sebelumnya. Pada penelitian ini, pengujian bahan referensi dilakukan dengan data rekaman wawancara dan foto yang mendukung kredibilitas data.

2. *Transferability*

Pengujian transferability merupakan validitas eksternal pada penelitian kualitatif. Pengujian ini dilakukan untuk

menunjukkan kepastian dan valid-nya hasil penelitian dengan menerapkannya pada subjek atau sumber data tersebut diambil dan memunculkan pertanyaan sejauh mana hasil tersebut dapat diterapkan dalam situasi lain. Dalam penelitian ini, uji transferability dilakukan dengan membuat pertanyaan apakah hasil penelitian terkait peran tiktok selama masa pandemi COVID-19 efektif dalam menjangkau wisatawan.

3. *Dependability* (Reliabilitas)

Untuk menguji reliabilitas dari penelitian ini yaitu dengan menggunakan reliabilitas intra-rater yaitu dengan membaca berulang-ulang teks roman yang menjadi subjek penelitian dan expert-judgement yaitu peneliti berusaha mendiskusikan hasil pengamatan dengan para ahli dalam hal ini dilakukan oleh pembimbing penelitian yang bertugas mengaudit keseluruhan proses penelitian dengan menunjukkan data aktivitas penelitian untuk menguatkan reliabilitas penelitian (Sugiyono, 2017).

Pada penelitian ini, pengujian dependability dilakukan dengan meng-audit seluruh proses penelitian mulai dari menentukan masalah, menentukan sumber data, mengambil data di lapangan, analisis data, menguji keabsahan data hingga membuat kesimpulan hasil penelitian bersama dengan pembimbing.

4. *Confirmability*

Uji confirmability atau uji obyektifitas penelitian merupakan uji hasil penelitian dengan proses yang dilakukan dan hasilnya dapat disepakati oleh banyak orang. Dalam pengujian confirmability dapat dilakukan bersamaan dengan uji dependability karena memiliki proses yang mirip. Pengujian confirmability dapat dikatakan benar atau valid apabila hasil yang ditemukan merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukannya. Pada penelitian ini, uji konfirmasi dilakukan dengan

meyakinkan hasil penelitian sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu mengetahui strategi promosi dengan menggunakan Tiktok dan mengeksplorasi peranan TikTok Dago Dreampark pada masa pandemi COVID-19.