

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

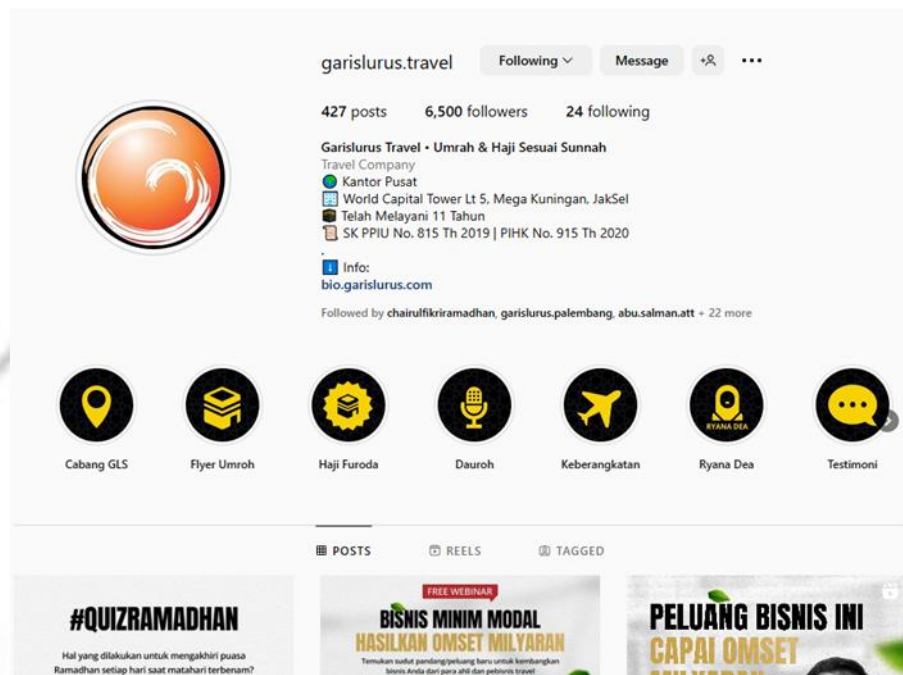
Objek dalam penelitian yang penulis lakukan saat ini adalah akun *instagram* PT Garislurus Lintas Semesta yang bernama @garislurus.travel. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah aktivitas yang dilakukan oleh akun @garislurus.travel sebagai media yang menjadi strategi komunikasi pemasaran perusahaan tersebut. Objek ini dipilih karena akun tersebut merupakan alat ukur efesiensi strategi komunikasi pemasaran *platform instagram* akun @garislurus.travel yang dimiliki oleh PT Garislurus Lintas Semesta.

3.1.1 Akun *Instagram* PT Garislurus Lintas Semesta (@garislurus.travel)

Instagram merupakan sebuah media sosial yang memiliki perkembangan yang sangat pesat diikuti dengan penggunaanya yang sangat banyak pada hari ini. Umumnya *instagram* digunakan sebagai media untuk membagikan foto atau pun video. Namun seiring berjalannya waktu dan berkembangnya zaman maka pada hari ini sudah sangat banyak para pelaku usaha yang menggunakan *instagram* sebagai media untuk melakukan strategi komunikasi pemasaran digital untuk mempromosikan produk dan jasanya.

Akun *instagram* yang dimiliki oleh PT Garislurus Lintas Semesta dengan nama pengguna @garislurus.travel merupakan akun berbasis *business account*. Pada tampilan profil akun @garislurus.travel dihadirkan beberapa detail kecil hanya untuk identifikasi profil perusahaan seperti nama perusahaan dan selogan perusahaan, jenis akun bisnis, identifikasi sebagai kantor pusat, alamat kantor pusat,

validasi waktu operasional perusahaan, dan izin perusahaan sebagai perusahaan Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) dan Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) sebagai bentuk pembuktian dengan harapan meningkatkan kepercayaan khalayak.



Gambar 3. 1 Profil Instagram @garislurus.travel

Sumber: Akun *instagram* @garislurus.travel, tangkapan layar pada Senin, 3 April 2023.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif memiliki tujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Penelitian yang penulis lakukan tidak mengutamakan besarnya populasi maupun *sampling*, bahkan populasi dan *samplingnya* sangat terbatas. Ketika data yang dikumpulkan sudah mendalam dan

dapat menjelaskan fenomena yang diteliti maka tidak diperlukan untuk mencari *sampling* yang lainnya. Pada penelitian ini persoalan kedalaman (kualitas) data lebih ditekankan, bukan banyaknya (kuantitas) data. Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskriptif secara sistematis, sesuai fakta, dan akurat dengan data dan sifat objek tertentu (Kriyantono, 2006: 67).

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif. Desain penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan atau gambaran masalah pada objek penelitian agar bisa dianalisa menggunakan teori yang sudah penulis pilih sebagai pisau analisis. Pada penelitian yang penulis lakukan menggunakan desain penelitian deskriptif, penulis ingin memberikan penjabaran variabel Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Akun Instagram @garislurus.travel dengan menggunakan Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu atau *Integrated Marketing Communication* (IMC) berpengaruh akan variabel Meningkatkan Minat Jamaah Umroh PT Garislurus Lintas Semesta.

3.3 Informan dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Informan

Informan penelitian meliputi beberapa macam yaitu (Bagong Suyanto, 2005: 172):

1. Informan Kunci (*Key Informan*) merupakan mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian.
2. Informan Pendukung merupakan mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak secara langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti.

Penelitian kualitatif tidak harus terdiri dari dua jenis informan diatas, hal ini tergantung pada konteks permasalahan penelitian. Penelitian kualitatif tidak mengenal adanya jumlah sampel minimum (*sample size*). Umumnya penelitian kualitatif menggunakan jumlah sample kecil. Bahkan pada kasus tertentu menggunakan hanya satu informan saja. Setidaknya ada dua syarat yang harus dipenuhi dalam menentukan jumlah informan yaitu kecukupan dan kesesuaian (Martha & Kresno, 2016).

Pada penelitian ini penulis memutuskan untuk memilih Informan Kunci (*Key Informan*) dan informan pendukung. Informan kunci yang diambil untuk penelitian ini adalah Bapak Rahadian Fadhel Amr Elfalaah Wargadiwijaya selaku Manajer Operasional PT Garislurus Lintas Semesta sebagai orang yang memberikan data dan informasi yang diperlukan pada penelitian yang penulis lakukan. Informan pendukung yang diambil pada penelitian ini adalah Bapak Aditya Ramadhani sebagai salah satu pengikut/*follower* akun *instagram* @garislurus.travel.

3.3.2 Teknik Pemilihan Informan

Pemilihan informan oleh penulis pada penelitian ini menggunakan Teknik purposif. Teknik purposif adalah menetapkan dan memilih dengan sengaja seorang informan yang mengetahui tentang masalah yang diteliti oleh penulis (Patton, 2022). Penulis memilih Bapak Rahadian Fadhel Amr Elfalaah Wargadiwijaya selaku Manajer Operasional sebagai informan kunci karena strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh PT Garislurus Lintas Semesta pada akun *instagram* @garislurus.travel merupakan kegiatan operasional perusahaan. Sehingga Manajer Operasional merupakan orang yang berwenang atas kegiatan

yang terjadi pada akun tersebut. Sedangkan penulis memilih Bapak Aditya Ramadhani sebagai informan pendukung karena beliau merupakan salah satu pengikut/follower akun *instagram @garislurus.travel*.

3.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugeng Pujileksono (2016: 120), teknik pengumpulan data adalah bagian dari metode dan pada teknik terdapat cara dan prosedur dalam melakukan penelitian. Oleh karena itu, agar mendapatkan data yang diperlukan teknik dalam mendapatkannya (Triyono, 2021: 82). Berikut merupakan teknik pengumpulan data yang penulis lakukan pada penelitian ini:

1. Observasi (Pengamatan), dapat menjadi bagian dari pendekatan dalam mendapatkan data di lapangan. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis (Triyono, Agus. 2021: 82). Observasi yang dilakukan penulis pada penelitian ini adalah langsung mengakses akun *instagram @garislurus.travel* dan melihat aktivitas yang terjadi pada akun tersebut.
2. Wawancara, adalah bentuk komunikasi antar dua orang yang melibatkan seseorang yang ingin mendapatkan informasi dari orang yang lain. Dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu wawancara dapat terjadi antara dua orang. Wawancara yang tidak terstruktur sering juga disebut sebagai wawancara mendalam, wawancara intensif, dan wawancara kualitatif, serta wawancara terbuka (Mulyana, 2002). Pada tahap ini penulis

melakukan wawancara dengan informan yang dianggap relevan dalam memberikan informasi atau data yang diperlukan oleh penulis.

3. Dokumentasi, adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, maupun karya monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan pengumpulan data dengan cara mengalir atau mengambil data dari dokumen pribadi, dokumentasi resmi, dan media audio visual yang sedang diteliti (Triyono, 2021: 86). Tujuan dokumentasi yaitu, untuk mengumpulkan data yang tidak diterangkan dalam wawancara. Dokumentasi digunakan penulis untuk mengambil data pendukung sebagai pelengkap dalam penelitian yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat jamaah umroh di PT Garislurus Lintas Semesta.

3.4 Operasionalisasi Konsep Penelitian

Operasionalisasi konsep penelitian adalah proses mengubah konsep abstrak menjadi variabel yang dapat diukur atau diamati secara konkret. Tujuan dari operasionalisasi adalah untuk membuat konsep penelitian menjadi lebih terukur, teramati, dan dapat diuji secara empiris. Dengan kata lain, operasionalisasi melibatkan pemilihan dan definisi indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur atau mengamati konsep yang sedang diteliti. Berikut operasionalisasi konsep penelitian penulis pada penelitian pada kali ini:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep Penelitian

Konsep	Dimensi	Parameter
Komunikasi Pemasaran Terpadu atau <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC) Don Schulz (Silviani dan Darus, 2021: 74).	Periklanan	1. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan lebih efisien dari segi biaya. 2. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan lebih efisien dari segi waktu. 3. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan lebih efisien dari segi tenaga.
	Promosi Penjualan	1. Dapat meningkatkan minat jamaah umroh. 2. Dapat menjangkau pasar jamaah umroh lebih luas. 3. Menghasilkan penjualan paket umroh.
	Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	1. Komunikasi terjalin intensif dengan khalayak. 2. Tayangan menimbulkan interaksi. 3. <i>Instagram</i> menjadi media komunikasi aktif dengan khalayak.

Sumber: Olah data penulis, 2023.

3.5 Pengujian Keabsahan Data

Teknik triangulasi adalah pendekatan penelitian yang melibatkan penggunaan beberapa sumber data, metode, teori, atau peneliti untuk menguji dan memvalidasi temuan penelitian. Istilah "triangulasi" merujuk pada penggunaan tiga elemen atau lebih untuk mengonfirmasi atau mendukung temuan penelitian. Tujuan dari teknik triangulasi adalah untuk meningkatkan keandalan, validitas, dan kekuatan analisis penelitian dengan mengumpulkan bukti dari sudut pandang yang berbeda. Teknik triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lalu di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2007: 330). Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik pengujian keabsahan data. Sumber validasi ini adalah dengan membandingkan informasi yang diperoleh baik dari informasi utama maupun dari informasi pendukung, yaitu wawancara dengan Manajer Operasional PT Garislurus Lintas Semesta sebagai informan kunci serta melakukan wawancara dengan Bapak Aditya Ramadhani sebagai informan pendukung dan analisa kegiatan yang terjadi di akun *instagram* @garislurus.travel.

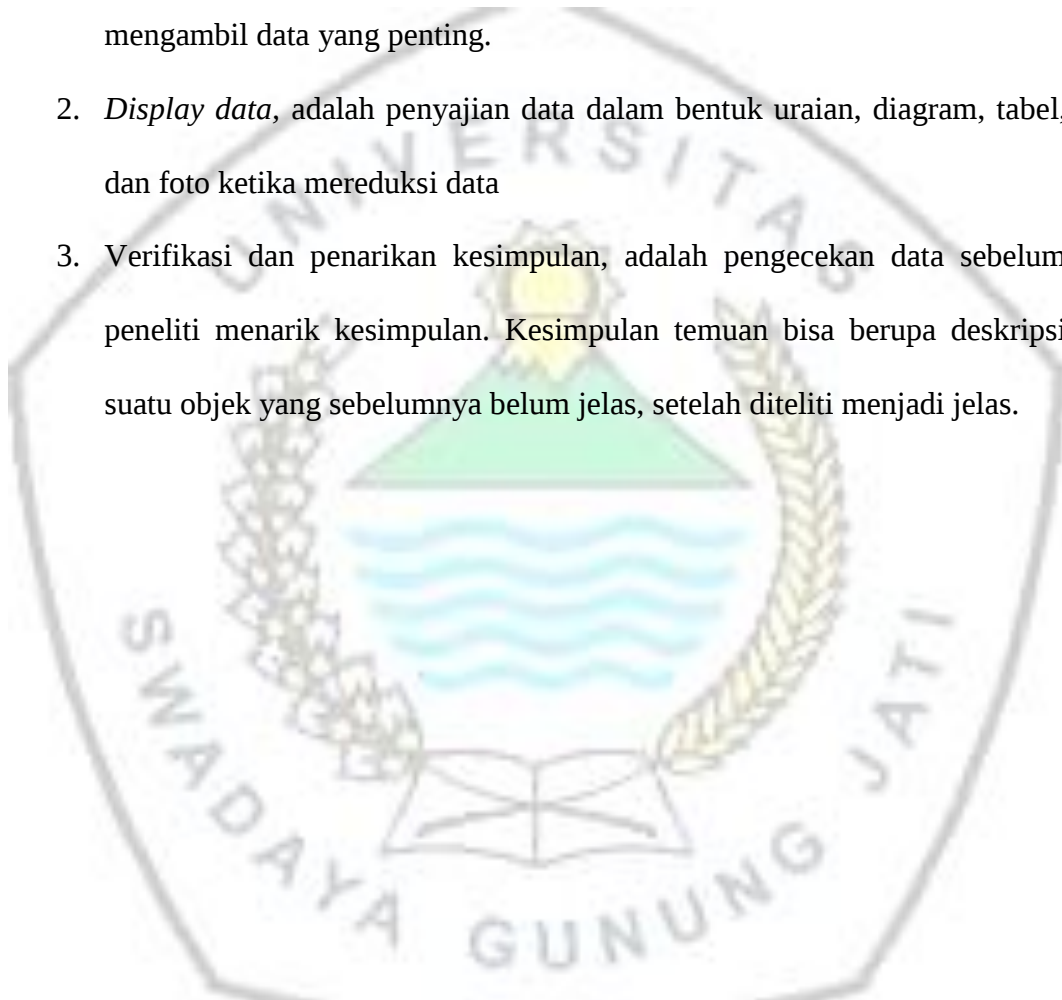
3.6 Teknik Analisis Data

Terdapat tiga macam kegiatan analisis data penelitian kualitatif (Miles dan Huberman Ahmadi, 2014), yaitu:

1. Reduksi data, merupakan data yang didapatkan dari lapangan yang jumlahnya cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Reduksi data dengan kata lain merangkum, memilih hal yang pokok, fokus pada hal-hal yang dianggap penting, lalu ditentukan tema dan polanya.

Dengan demikian maka data yang direduksi akan menghasilkan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, lalu mencarinya jika diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan alat elektronik seperti computer, *smartphone*, dengan memberikan kode pada aspek tertentu. Dengan reduksi maka peneliti merangkum dan mengambil data yang penting.

2. *Display data*, adalah penyajian data dalam bentuk uraian, diagram, tabel, dan foto ketika mereduksi data
3. Verifikasi dan penarikan kesimpulan, adalah pengecekan data sebelum peneliti menarik kesimpulan. Kesimpulan temuan bisa berupa deskripsi suatu objek yang sebelumnya belum jelas, setelah diteliti menjadi jelas.



3.7 Jadwal Penelitian

Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Maret			April			Mei			Juni			Juli		
1	Pengajuan Judul															
2	Verifikasi Judul															
3	Penyusunan Proposal															
4	Masa Bimbingan Proposal															
5	Pendaftaran Seminar Proposal															
6	Seminar Proposal															
7	Masa Penelitian															
8	Penyusunan Hasil Penelitian															
9	Pendaftaran Seminar Hasil Penelitian															
10	Seminar Hasil Penelitian															
11	Masa Bimbingan Skripsi															
12	Pendaftaran Sidang skripsi															
12	Sidang Skripsi															

Sumber: Kalender Akademik FISIP UGJ, 2023.

