

## BAB III

### OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

##### 1. Harmoni Hotel Garut

Untuk penelitian ini Harmoni Hotel Garut dijadikan sebagai contoh hotel yang mempromosikan hotel Harmoni kepada wisatawan di masa pandemi covid 19 dengan menggunakan beberapa taktik komunikasi. Harmoni Hotel Garut milik PT Harmoni Anugrah Mulia merupakan anak perusahaan dari perusahaan tersebut. PT Harmoni Nusa Indah membangun yang pertama, Hotel Harmoni Tasikmalaya. Perusahaan tersebut selanjutnya mengembangkan bisnis mereka ke tempat wisata yang dianggap strategis untuk mendapatkan perhatian wisatawan, salah satunya adalah Kabupaten Garut dengan destinasi wisatanya adalah Cipanas.



**Gambar 3.1**

Harmoni Hotel Garut

Harmoni Hotel Garut operasi pada tanggal 6 September 2018 yang berlokasi di Jalan Cipanas dengan jarak tempuh 15 menit dari pusat Kota di Kabupaten Garut. Fakta bahwa Harmoni Hotel telah ditingkatkan menjadi 3 bintang (\*\*\*) memberikan keunggulan dibandingkan properti pesaing. Pendekatan Harmoni Hotel Garut dalam perencanaan ruang dan layanan yang ditawarkan memiliki nuansa modern dengan tetap menggabungkan berbagai elemen alam, seperti pemandangan Gunung Guntur, tujuan wisata populer dan sumber air panas lokal. Keindahan siluet atau *view* Gunung Guntur menjadi salah satu keutamaan atau keuntungan dan kekuatan yang dimiliki oleh Harmoni Hotel Garut untuk dapat menarik perhatian wisatawan.

Selain sebagai tempat penginapan, Harmoni Hotel Garut juga memberikan kelengkapan terhadap ruangan yang dimilikinya, seperti menyediakan ruangan khusus terdapat dengan dilengkapi peralatan berteknologi modern yang bisa digunakan oleh pengunjung dalam rangka acara formal atau kebutuhan bisnis. Harmoni Hotel Garut memiliki filosofi sebagai Hotel panutan yang memiliki jiwa dan standar kompetitif. Mengingat bahwa Harmoni Hotel Garut merupakan hotel berbintang 3, maka tentu fasilitas yang dimilikinya sudah sangat lengkap dengan ditambah oleh akses-akses yang disediakan oleh pihak hotel supaya wisatawan dapat dengan mudah mengunjungi destinasi wisata utama lainnya di Kabupaten Garut. Visi dari Harmoni Hotel Garut adalah menjadi Hotel pilihan utama, mereka berkomitmen untuk selalu meningkatkan nilai lebih kepada seluruh pihak yang terhubung dengan Harmoni Hotel Garut memberikan pelayanan secara profesional dan berkualitas.

Sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan dari Harmoni Hotel Garut, pihak hotel selalu menyaring orang-orang atau pegawai yang bekerja di hotel tersebut. Saat ini Harmoni Hotel Garut memiliki 8 Departemen kerja yang terdiri dari human resource development departement, front office departemen, sales and Marketing Department, housekeeping and engineering departement, food and beverage departement, dan accounting departement yang terdiri dari orang-orang pilihan dengan kualitas dan skill sesuai pada bidangnya. Departemen kerja yang akan dianalisis dalam penelitian ini secara khusus adalah bagian sales dan marketing yang juga merangkap sebagai public relation, karena promosi yang dilakukan oleh Harmoni Hotel Garut melalui Instagram tentu dilakukan oleh bagian public relation yang memiliki tanggung jawab terhadap sosialisasi, promosi dan sejenisnya.

Visi Harmoni Garut adalah *"The First Class in Family and Business Hotel"* karena selalu ingin menjadi yang pertama dan model bagi hotel lainnya. Misi mereka adalah sebagai berikut:

1. Pastikan bahwa tamu selalu diperlakukan dengan hormat dan penuh pertimbangan.
2. Memberikan pengalaman kuliner terbaik bagi para tamu.
3. Memastikan kebersihan dan kenyamanan tamu setiap saat.

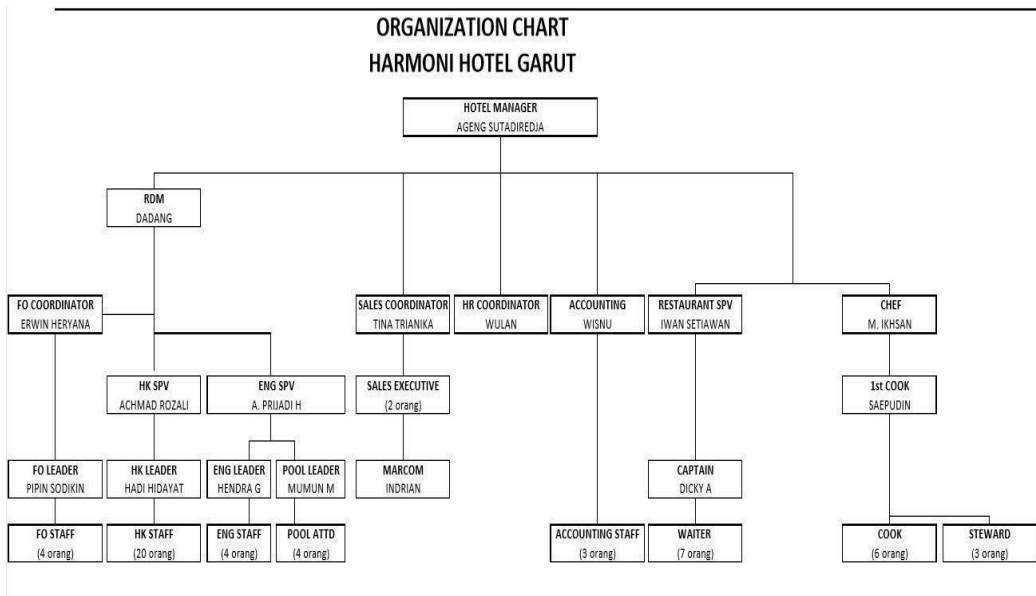
Harmoni Hotel Garut memiliki slogan yaitu sinergitas yang harmonis dalam mencapai tujuan. Logo pada sebuah perusahaan dapat dikatakan sebagai arikan atau jati diri dari perusahaan tersebut, begitupun dengan Harmoni Hotel Garut yang memiliki logo dengan arti dan makna tersendiri.



**Gambar 3.2**

Logo Harmoni Hotel Garut

- Warna merah melambangkan arti bahwa Hotel Harmoni memiliki semangat dan motivasi yang tinggi
- Warna ungu melambangkan arti bahwa Harmoni bersinergi untuk memberikan Kedamaian dan menumbuhkan perasaan saling memahami antara pihak hotel dan pelanggan
- Sedangkan warna hijau memiliki arti sebagai daya hidup dan kekayaan



**Gambar 3.3**  
**Struktur Organisasi Hotel Harmoni Garut**  
(Sumber: Dokumen Hotel Harmoni Garut)

Struktur organisasi Hotel Harmoni Garut terdiri dari General Manager yang bertanggung jawab terhadap operasional, pembuatan perencanaan, menciptakan budaya, menjalin komunikasi dengan perusahaan lain, dan membuat keputusan. *Front office department* adalah kantor yang menjadi citra atau *image* pertama hotel yang dikunjungi. *Front office department* adalah bagian yang menangani tamu pertama kali bila tiba di hotel, menangani proses *check in* dan *check out*, datangnya *complaint*, menangani pemesanan kamar baik secara langsung ataupun tidak langsung (*reservation*), dan sumber segala informasi. Di Hotel Harmoni Garut, *Front office department* terdiri dari satu orang *Front office Coordinator*; satu orang *Front office leader* dan empat orang *Front office staff*.

Hotel Harmoni Garut memiliki *Room Division Manager* yang terdiri dari gabungan departemen *House Keeping* dan *Engineering* yang bertanggung jawab

atas kebersihan kamar hotel serta bertanggung jawab atas semua urusan perbaikan dan pemeliharaan alat-alat yang membutuhkan tenaga listrik, elektronik dan mesin di hotel. Di Hotel Harmoni Garut *Room Division* terdiri dari satu orang manajer, dua orang supervisor.

*Sales and Marketing Department* adalah bagian yang bertugas memasarkan produk dan jasa yang ditawarkan oleh hotel tempatnya bekerja yang bertujuan untuk menjaring konsumen atau pelanggan untuk menginap di hotel. Di Hotel Harmoni Garut sendiri departemen *Sales and Marketing* berperan juga sebagai departemen *Public Relations* yang bertanggung jawab untuk membuat strategi pemasaran dan penjualan, bertanggung jawab atas kegiatan publikasi dan periklanan hotel, memperkenalkan hotel beserta fasilitasnya dan melakukan kontrak kerjasama kepada calon pengguna jasa hotel, memastikan penjualan kamar memenuhi target, serta bertanggung jawab dalam menjalin hubungan baik dengan para pelanggan. Departemen *Sales and Marketing* di Hotel Harmoni Garut terdiri dari satu orang manajer, satu orang marketing komunikasi dan dua orang sales eksekutif.

*Human Resources Development Department* adalah salah satu departemen yang ada di Hotel Harmoni Garut yang memiliki tugas memonitor seluruh karyawan serta menangani kenaikan jabatan karyawan, mutasi karyawan, pemberian ijin atau cuti karyawan, perekrutan karyawan baru, serta bertanggung jawab terhadap semua administrasi karyawan.

*Accounting Department* adalah yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan dan pencatatan uang termasuk keluar masuknya uang yang ada di hotel. *Food and Beverage Department* bertanggung jawab terhadap pengelolaan makanan dan minuman yang ada di hotel. Di Hotel Harmoni Garut sendiri departemen *Food and Beverage* terdiri dari satu orang *supervisor, cheft, waiter* dan staff.

Harmoni Hotel Garut memiliki media Instagram dengan nama akun *harmonihotel\_garut* dengan jumlah followers saat ini lebih dari 5000 orang pengikut, dan jumlah keseluruhan postingan atau gambar dan video yang diupload oleh Harmoni Hotel Garut adalah sebanyak 62 postingan. Dalam ruang lingkup Instagram sendiri, jumlah pengikut lebih dari satu ribu orang sudah dapat dikatakan sebagai akun Instagram yang memiliki followers atau pengikut dalam jumlah yang banyak, terlebih lagi bahwa Harmoni Hotel Garut adalah Instagram atas nama perusahaan yaitu jasa perhotelan dan pariwisata yang biasanya lebih sulit untuk mendapatkan followers atau pengikut dibandingkan dengan akun-akun influencer maka dikatakan bahwa akun Instagram ini sudah sangat baik untuk dapat menarik perhatiannya sehingga dapat memiliki followers atau pengikut sebanyak yang dimiliki saat ini. Foto video yang terdapat dalam feeds Instagram Harmoni Hotel Garut menunjukkan bahwa apa-apa saja yang diperlihatkan oleh Hotel Harmoni kepada masyarakat.

Setiap foto atau gambar yang ditayangkan atau di posting oleh akun media sosial Instagram Harmoni Hotel Garut tentunya adalah aktivitas atau seluruh ruang lingkup yang terdapat dalam Harmoni Hotel Garut, sehingga atas apa yang

digambarkan dalam setiap postingan atau Harmoni Hotel Garut diharapkan dapat memberikan gambaran kepada followers atau pengikut dengan Harmoni Hotel Garut sendiri. Dalam penelitian ini, konten yang ditayangkan oleh Harmoni Hotel Garut melalui media sosial Instagramnya yang juga akan dianalisis dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 kelompok atau kategori yaitu konten yang berisikan Mars 93 Harmoni Hotel Garut, konten atau postingan yang memberikan gambaran kegiatan sosial yang dilakukan oleh Harmoni Hotel Garut, konten terkait dengan tayangan ulang dari live yang telah dilakukan oleh Harmoni Hotel Garut, konten atau tayangan yang dapat memperlihatkan view atau "penampakan" Hotel, dan hotel atau tayangan yang berisikan review atau ulasan pengalaman serta komentarnya dari beberapa pengunjung Harmoni Hotel Garut yang biasanya merupakan public figur atau tokoh yang dikenal oleh masyarakat

### **3.2 Metode Penelitian**

Metodologi penelitian adalah metode ilmiah yang digunakan oleh peneliti untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkannya akurat dan dapat diandalkan. Metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan atau melakukan penelitian disebut metode penelitian. Karena tujuan metode penelitian adalah untuk mengkaji masalah penelitian, maka harus dilaksanakan sejak awal (Mulyana, 2018: 187)

Kami akan menggunakan metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini, yang berarti kami akan mencari jawaban atau solusi dari masalah yang muncul secara mendalam dan komprehensif. Metode penelitian kualitatif juga bertujuan

untuk memahami fenomena internal fear melalui pengumpulan data yang dikumpulkan melalui pencarian data yang akan dilakukan secara mendalam. Berbeda dengan penelitian kuantitatif, data dan hasil dalam penelitian kualitatif tidak didasarkan pada kuantitas atau banyaknya data, melainkan pada kualitas seperti kepercayaan dan nilai orisinalitas hasil data.

### **3.2.1 Paradigma Penelitian**

Strategi Komunikasi Pemasaran Harmoni Hotel Garut Melalui Media Sosial Instagram merupakan penelitian konstruktivis, artinya penelitian ini bertujuan untuk memikirkan, meramalkan, dan menilai masalah kehidupan manusia pada khususnya. (Moleong, 2007: 49)

### **3.2.2 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini akan menggunakan teknik kualitatif sesuai dengan prosedur penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Penelitian kualitatif mengumpulkan data melalui wawancara dan mengamati orang daripada menganalisisnya secara statistik. Hasil penelitian ini akan dikomunikasikan melalui bahasa tulis dan lisan berdasarkan temuan wawancara dengan partisipan dan pengamat serta pengamatan terhadap lingkungan sekitar. Data yang ditemukan dalam proses penelitian akan dianalisis kembali Dengan menggunakan teori dan tinjauan pustaka yang telah dipaparkan sebelumnya sehingga pada akhirnya hasil penelitian akan dipaparkan dalam bentuk data tulisan. (Moleong, 2007: 4)

### 3.2.3 Penentuan Informan dan Narasumber

Dalam penelitian ini, peneliti akan memilih informan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan relevan dengan pertanyaan penelitian yang ada. (Kriyanto, 2017: 154)

Informan yang akan dipekerjakan dalam penelitian ini adalah 4 orang yaitu mereka yang bekerja atau pernah bekerja di Harmoni Hotel Garut. 4 orang informan yang dipilih dalam penelitian harus sesuai dengan kompetensi dan memiliki kesinambungan dengan topik yang akan diteliti, Adapun kriteria yang harus dimiliki oleh informan Dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bekerja di Harmoni Hotel Garut
2. Mengetahui dan memahami promosi yang dilakukan oleh Harmoni Hotel Garut
3. Sudah mengikuti akun media sosial Instagram Harmoni Hotel Garut dan mengetahui aktivitasnya
4. Terbuka dan mau untuk memberikan informasi
5. Dapat berkomunikasi dengan baik dan bersedia untuk memberikan keterangan terkait dengan promosi yang dilakukan oleh Harmoni Hotel Garut

**Tabel 3.1**

Tabel Rencana Informan

No.	Nama	Domisili	Jabatan
1.	Ageng Sutadiredja	Sumedang	General Manager
2.	Tina Trianika	Tasikmalaya	Sales & Marketing Cordinator
3.	Dicky Alamsyah	Garut	Admin Instagram & Marketing Communications
4.	Kiky Fitriani	Bandung	Front Office Staff

Adapun narasumber yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 2 orang yang dapat memenuhi kriteria berikut:

1. Memahami bisnis di bidang perhotelan
2. Memiliki keilmuan atau kaitan erat dengan promosi
3. Competent dalam dunia pariwisata dan perhotelan
4. Mampu berkomunikasi dengan baik
5. Terbuka dan mau memberikan informasi

**Tabel 3.2**

Tabel Rencana Narasumber

No.	Nama	Domisili	Jabatan
1.	Dani Adiatma S.PAR. MM.PAR	Bandung	Dosen fakultas ekonomi jurusan pariwisata Universitas Garut
2.	Metha Dewi S.S., M.Pd	Bandung	Dosen Fakultas Sosial Humaniora, S1 Ilmu

			Komunikasi, Pengampu mata kuliah komunikasi pemasaran Universitas Muhammadiyah Bandung
--	--	--	---

### 3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Observasi, wawancara, dan studi kasus adalah tiga metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Profil media sosial Instagram Harmoni Hotel Garut akan diperiksa oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi tentang kegiatan hotel dan kampanye promosi, dan temuan akan dicatat. Sebagai bagian dari penelitian ini, wawancara akan dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan berdasarkan kerangka teori. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan informan dan nara sumber baik secara langsung maupun melalui media sosial. Penyidik akan menggunakan data yang dikumpulkan sebelumnya, seperti informasi dari iklan Harmoni Hotel Garut, untuk melengkapi studi kasus.

(Bungin, 2011: 111)

### 3.2.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian kualitatif sudah harus ditentukan sebelum peneliti menganalisis masalah secara langsung atau turun ke lapangan. Teknik analisis data adalah sebuah Upaya atau proses yang dilakukan untuk mengorganisasikan urutan data ke pada sebuah pola, kategori atau kelompok

tertentu. Analisis data juga dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan oleh peneliti merincikan data-data yang ditemukan secara formal dan terorganisir. (Moleong, 2011:280)

Data primer dan sekunder akan dimasukkan ke dalam proses analisis data. Penting untuk membedakan antara data primer dan sekunder, yang mengacu pada informasi atau data yang diperoleh peneliti dari wawancara dengan informan dan sumber, serta dari sumber lain seperti situs web atau pihak lain yang memiliki hubungan dekat dan dapat diandalkan dengan materi pelajaran. pelajaran ini.

### **3.2.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Keabsahan sebuah data harus didasarkan pada empat kriteria yang biasa digunakan yaitu derajat kepercayaan, keteralihan, ketergantungan dan kepastian (Moleong, 2011:324).

Teknik triangulasi yang termasuk dalam kriteria derajat kepercayaan atau kredibilitas akan digunakan untuk memvalidasi temuan penelitian ini dan reliabilitas temuan.

Peneliti akan melakukan triangulasi sumber dari bajak macam triangulasi lainnya, yang mana peneliti akan melakukan pengecekan dan membandingkan derajat kepercayaan suatu informasi berdasarkan dua atau beberapa sumber yang berbeda. Analisis triangulasi dilakukan dengan menganalisis jawaban subjek yang terdapat dalam penelitian lalu meneliti kebenarannya berdasarkan data empiris atau Sumber data lainnya yang telah dipastikan dan objektif sebelumnya. (Kriyanto, 2017:71)

### **3.2.6.1 Kriteria Kepastian**

Dalam penelitian kualitatif, data yang didapatkan haruslah memiliki sifat objektif yang kuat. Untuk menilai seberapa besar objektivitas sebuah data yang ditemukan, maka peneliti harus menganalisis terhadap seberapa banyak orang yang menyepakati data tersebut. Jika suatu hal memiliki sifat objektif, maka hal tersebut dapat dipercayai dan memiliki tingkat faktualisasi yang tinggi serta dapat dipastikan. Setiap pernyataan yang dilontarkan oleh seseorang adalah bersifat subjektif, sebuah pernyataan akan berubah menjadi objektif jika pertanyaan tersebut disepakati oleh banyak orang. (Moleong, 2011: 325)

### **3.2.6.2 Kriteria Keterpercayaan**

Kriteria kepercayaan dalam penelitian kualitatif adalah elemen yang menggantikan konsep validitas internal pada penelitian kuantitatif. Kriteria kepercayaan memiliki fungsi menjadi sarana supaya peneliti dapat melakukan inkuiri sehingga Penelitian yang dilakukan memiliki kepercayaan dan dapat mempertunjukkan derajat kepercayaan penemuannya dengan cara melakukan pembuktian pada kenyataan ganda yang sudah diteliti. (Moleong, 2011:324)

### **3.2.6.3 Kriteria Ketergantungan**

Kriteria ketergantungan dalam penelitian kualitatif menggantikan konsep realibilitas dalam penelitian kuantitatif. Dalam pelaksanaannya, realibilitas menuntut peneliti untuk mengadakan replikasi study, dimana peneliti harus melakukan pengujian atau pencarian data secara berulang, lalu ketika data yang

didapatkan adalah sama dari beberapa pencarian data berbeda maka hasil penelitian dapat dipercayai realibilitasnya. Penelitian kualitatif menjadikan seseorang atau peneliti sebagai instrumen, yang mana seringkali diragukan kepercayaannya sebagai instrumen penelitian. Peneliti harus memperhitungkan segala hal yang berkaitan dengan kebenaran dan keaslian dari data yang didapatkan. (Moleong, 2011: 325)

### **3.3 Tempat dan Jadwal Penelitian**

#### **3.3.1 Tempat Penelitian**

Harmoni Hotel Garut di Pananjung Garut, Jawa Barat, akan dijadikan sebagai lokasi utama untuk fokus utama investigasi. Untuk cara yang dilakukan dengan informan atau secara sumber diluar Harmoni Hotel Garut akan disesuaikan dengan keberadaan informan dan narasumber saat itu.



