

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Bodgan dan Taylor (1975) adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis yang mendetail dan cenderung menggunakan analisis. Metode kualitatif ini dilakukan dengan cara melakukan observasi terhadap data primer dan data sekunder dan menginterpretasikannya dengan teori yang dipilih dalam analisisnya.

Data primer dari penelitian ini adalah iklan Traveloka itu sendiri yang terdiri dari 2 iklan yang berjudul #NginepMakinSeru di Vila, Resort, dan Glamping Bareng Traveloka dan Traveloka Epic Sale. Iklan pertama ditayangkan pada 27 Agustus 2021 melalui media YouTube sedangkan iklan yang kedua ditayangkan pada 5 – 11 Oktober 2021 melalui YouTube, Instagram, *Flyer* aplikasi, dan *Billboard*. Khusus iklan Traveloka Epic Sale yang ditayangkan melalui *billboard* dan Instagram Story tidak ikut dijadikan sebagai materi penelitian, karena penayangan kedua materi tersebut bersifat terbatas, hanya ditayangkan pada tanggal 5 – 11 Oktober 2021 saja, sehingga penulis tidak mendapatkan materi tersebut.

Sedangkan data sekunder penelitian ini berupa respon netizen melalui media sosial YouTube dan Instagram. Respon tersebut menjadi bahan interpretasi terkait dengan respon positif netizen terhadap 2 iklan Traveloka.