

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Paradigma didefinisikan oleh Atnan (2015) sebagai kerangka pemikiran yang digunakan dalam studi ini. Untuk memilih metode penelitian yang tepat, sangat penting untuk menetapkan paradigma yang diperlukan. Paradigma ini dapat mencakup cara peneliti memahami dan mengukur kebenaran, serta cara mereka mengumpulkan data. Menurut Nikmatur (2017), ada empat paradigma penelitian: positivisme, interpretative, kritis, dan pos modern. Paradigma ini sangat umum digunakan dalam metode penelitian kuantitatif.

Paradigma positivisme digunakan dalam penelitian ini. Positivisme menganggap realitas sosial memiliki sifat empirik yang dapat diamati dan dibuktikan secara ilmiah, yang merupakan paradigma dominan dalam penelitian konstruksi ilmu pengetahuan (Rosika, 2023). Selain itu, paradigma harus dikaji dan ditelaah terlebih dahulu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh paradigma tersebut terhadap pembentukan dasar ilmu pengetahuan.

Pada fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif merupakan metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik untuk menghasilkan kesimpulan yang obyektif dan valid. Berdasarkan tiga pengertian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa metodologi kuantitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengukur fenomena secara numerik, memeriksa hubungan antar variabel, dan menghasilkan kesimpulan yang obyektif melalui analisis data yang terstruktur. Pengumpulan informasi secara sistematis khususnya dalam penelitian yang melibatkan makhluk hidup, sehingga hasil yang diperoleh dapat diuji dan diinterpretasikan secara ilmiah.

Yasin (2022), metodologi kuantitatif disebut sebagai sebuah penelitian yang bersifat faktualisme. Metodologi kuantitatif merupakan sebuah penelitian yang bersifat kuantitatif karena tidak menggunakan alat untuk mengukur suatu hal baik itu objek atau fenomena. Selain itu, faktualisme karena penelitian kuantitatif

bersifat apa adanya tidak dimanipulasi. Pada penelitian kuantitatif, peneliti merupakan suatu hal penting dikarenakan menjadi hal utama yang dapat menentukan suatu masalah di dalam publik. Peneliti ini menggunakan penelitian kuantitatif untuk mengetahui pesan komunikasi terkait dengan tema pesan, sifat pesan, dan bentuk pesan pemasaran digital pada instagram @Clozetteid periode Maret 2023 – Oktober 2024.

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian analisis isi kuantitatif yang dikenal sebagai penelitian deskriptif dengan kecenderungan analisis. Salah satu metode penelitian analisis isi kuantitatif adalah deskripsi (Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa metode deskriptif kuantitatif, yang didasarkan pada paradigma positivisme, banyak digunakan untuk memberikan gambaran atau analisis dari hasil penelitian. Metode ini menggunakan peneliti sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data, menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi, dan menekankan hasil penelitian pada makna (Sugiyono, 2019).

Menurut (Creswell, 2015), penelitian kuantitatif yaitu pendekatan yang digunakan untuk meneliti dan mempelajari arti dari individu atau kelompok dengan suatu permasalahan sosial yang berfungsi untuk memahami secara lebih dalam mengenai segi tertentu dari sisi sikap, kepercayaan dan perilaku. Sedangkan menurut (Triyono, 2021), metode analisis isi kuantitatif merupakan sebuah penelitian dengan tujuan menyeluruh untuk mendeskripsikan dan meneliti sikap subjek, cara pandang, motivasi, perilaku, dan aspek lain yang berkaitan dengan suatu peristiwa. Berdasarkan tiga pengertian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan sebuah pendekatan yang dilakukan kepada subjek dari penelitian tersebut yang dapat berupa tempat, orang, ataupun benda dan hasil penelitian yang diperoleh dari subjek penelitian diolah atau diuraikan dalam bentuk narasi atau tertulis (Sugiyono, 2019).

Data yang signifikan sering kali berasal dari penelitian analisis isi kuantitatif, hal ini memerlukan pengumpulan informasi dari berbagai sumber dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data (triangulasi) untuk

memastikan keakuratan dan kekonsistenan (Sugiyono, 2019). Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan model analisis yang telah ditetapkan, seperti model Miles and Huberman, yang mengharuskan peneliti untuk secara seksama menganalisis data yang dikumpulkan. Penting bagi peneliti untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan tepat dan akurat, meskipun mungkin ada perbedaan dalam informasi yang diberikan oleh berbagai sumber. Proses analisis data memerlukan upaya dan perhatian yang intensif, serta pemahaman yang mendalam terhadap literatur yang relevan untuk mendukung teori yang diajukan (Sumarno, 2020).

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian analisis isi kuantitatif merupakan metode yang efektif untuk menyampaikan pesan komunikasi terkait dengan tema pesan, sifat pesan, dan bentuk pesan pemasaran digital pada instagram @Clozetteid periode Maret 2023 – Oktober 2024. Peneliti menggunakan metode analisis ini karena ingin menemukan gambaran mengenai konten yang berhubungan dengan konten edukasi pada akun milik @colozzetid, dengan melakukan cara mendeskripsikan pesan komunikasi terkait dengan tema pesan, sifat pesan, dan bentuk pesan pemasaran digital.

3.3. Unit Analisis

Unit analisis merujuk pada pendekatan dalam menganalisis atau memecah masalah, informasi, atau situasi menjadi unit-unit yang lebih kecil atau terpisah untuk memahami secara lebih mendalam. Pendekatan ini memungkinkan pengamat atau analis untuk menyelidiki setiap komponen atau elemen secara terpisah sebelum menyatukannya kembali untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif (Sugiyono, 2019). Dalam banyak konteks, unit analisis dapat berupa berbagai macam entitas, termasuk tetapi tidak terbatas pada konsep, objek, data, atau peristiwa. Dengan memecah masalah atau informasi menjadi unit-unit yang lebih kecil, unit analisis memfasilitasi pengenalan pola, hubungan kausal, atau dinamika yang mendasari, yang mungkin tidak terlihat ketika melihat keseluruhan secara utuh. Dengan demikian, unit analisis memainkan peran penting dalam metodologi analisis, memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam serta terperinci

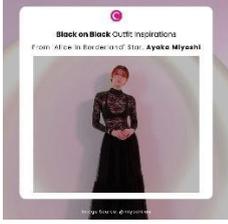
mengenai fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, unit analisisnya adalah sebagai berikut:

1. Konten komunikasi pemasaran pada media Instagram yakni konten yang memiliki pesan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek pada akun Instagram @clozetteid.
2. Konten mengenai *beauty* dan *lifestyle*.
3. Konten pada periode Maret 2023-Oktober 2024.

Alasan pemilihan penelitian ini yaitu pada periode Maret 2023- Oktober 2024 karena merupakan periode terbaru atau setahun terakhir dan tepat pada tanggal 21 Agustus merupakan hari *fashion* sedunia yang dirayakan pada setiap tahunnya dan adanya salah satu cara pengemasan konten terbaru dari Clozette dengan sebutan “*Clozette Shares Secret & Love it or Leave it*”. Periode Maret 2023 hingga Oktober 2024 dipilih karena mencakup waktu yang cukup panjang untuk mengamati tren pengemasan pesan komunikasi pemasaran secara konsisten dan berkelanjutan. Rentang waktu ini memungkinkan penelitian untuk mencakup berbagai momentum pemasaran, seperti kampanye promosi, peluncuran produk baru, atau kerja sama strategis dengan brand dan influencer. Dengan memilih periode ini, penelitian dapat mengeksplorasi perubahan atau pola dalam strategi pengemasan pesan, sehingga hasil penelitian menjadi lebih relevan dan akurat dalam menggambarkan tren komunikasi pemasaran di platform Instagram.

Konten *beauty* dan *lifestyle* dipilih karena Clozette hanya mengunggah konten *beauty* dan *lifestyle*. Alasan lainnya adalah periode tersebut adalah periode yang dekat dengan masa penelitian, sehingga data dapat dikumpulkan dengan lebih mudah dan hasil penelitian akan lebih dapat relevan. Pada setiap konten Instagram Clozette Indonesia. Peneliti sudah memilah konten yang hendak diamati serta akan melihat konten tersebut mulai dari visual serta juga komentar ataupun tanggapan yang ada dalam akun Instagram Clozette Indonesia. Berikut ialah contoh konten yakni:

Tabel 3.1 Unit Analisis

No	Visual	Caption	Durasi	Kategori
1		Anda tidak akan pernah salah dengan berpakaian hitam!	Sifat Pesan Tema Pesan Bentuk Pesan Sifat Pesan	Informatif Aspirations and Beliefs Crousell Informatif
2		Berita membanggakan hadir dari brand kecantikan lokal @blpbeauty	Tema Pesan Bentuk Pesan	Aspirations and Beliefs Crousell

Sumber: Olahan Peneliti

Unit analisis dalam penelitian ini adalah konten unggahan Instagram yang diambil dari akun @clozette.id selama periode Maret 2023 hingga Oktober 2024. Konten tersebut mencakup berbagai elemen, seperti visual, teks pada caption, durasi konten, serta informasi tentang sifat pesan, tema pesan, dan bentuk pesan. Total terdapat **134 unggahan** yang dipilih sebagai sampel untuk dianalisis dalam penelitian ini. Masing-masing unggahan diperiksa secara mendetail berdasarkan elemen-elemen tersebut untuk mengidentifikasi pola pengemasan pesan komunikasi pemasaran. Pemilihan jumlah ini memastikan adanya variasi dan representasi yang cukup untuk menggambarkan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh akun @clozette.id dalam menyampaikan pesan terkait beauty dan lifestyle. Adanya teks visual yang terkadang menggunakan bahasa Indonesia, sedangkan caption menggunakan bahasa Inggris, juga menjadi bagian penting dari unit analisis ini. Hal ini dianggap sebagai kombinasi strategi untuk menjangkau audiens lokal dan global secara bersamaan. Analisis akan mencakup bagaimana elemen ini berkontribusi dalam membangun komunikasi pemasaran yang efektif.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada prosedur yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian mereka.

Pentingnya teknik pengumpulan data sangatlah besar dalam meningkatkan kualitas data yang diperoleh dalam suatu penelitian. Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa observasi, dan pencatatan adalah beberapa dari banyak cara pengumpulan data. Karena postingan video adalah fokus penelitian ini, Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan cara mengkasi dokumen. Dalam proses pengkajian dokumen yang dilakukan adalah dari sebuah teknik pengumpulan data melalui, gambar dan video. Teknik pengumpulan data ini dapat dimanfaatkan untuk seorang peneliti sebagai alat untuk menguji dan menafsirkan sebuah data. Pengumpulan data pada jenis ini umumnya digunakan untuk penelitian kuantitatif. Peneliti diminta untuk menyusun lalu memindai data yang relevan pada topik penelitian kedalam sebuah catatan dokumen yang telah diseleksi dapat terkumpul sesuai dengan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2019). Oleh karena itu seorang yang melakukan sebuah penelitian harus memiliki kepekaan terhadap fenomena secara teoritis.

3.4.1. Data Primer

Data primer berarti data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, tanpa menggunakan perantara apa pun. Banyak jenis penelitian lain, termasuk dapat memberikan informasi semacam ini. Nur Indrianto dan Bambang Supono mendefinisikan data primer sebagai informasi yang diambil langsung dari sumber aslinya (Syafnidawaty, 2020). Oleh karena itu penelitian ini, data primer yang dimanfaatkan berasal dari analisis postingan @colozzetid.

Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi sifat pesan, tema pesa, bentuk pesan dan konten komunikasi pemasaran pada media Instagram pada instagram @colozzetid periode Maret 2023 – Oktober 2024. Dengan demikian, data primer ini menjadi landasan utama dalam memahami dan menganalisis pesan edukasi yang tersampaikan dalam konteks media sosial instagram. Untuk tujuan penelitian ini, data primer yang digunakan termasuk pada seluruh postingan pada akun @colozzetid periode Maret 2023 – Oktober 2024

3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau dari sumber lain yang bukan merupakan sumber asli data. Contoh dari data sekunder ini meliputi catatan, dokumentasi, laporan, isi majalah, dan sebagainya. Menurut Nur Indrianto dan Bambang (koessiantara, 2021), data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara media.

Dalam konteks penelitian ini, data sekunder yang dimanfaatkan adalah dokumentasi postingan pada instagram @colozzetid periode Maret 2023 – Oktober 2024. Data ini digunakan sebagai bahan analisis untuk memperoleh pemahaman lebih mengenai pesan komunikasi terkait dengan tema pesan, sifat pesan, dan bentuk pesan pemasaran digital pada instagram @colozzetid periode Maret 2023 – Oktober 2024. Dengan demikian, data sekunder ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami serta mengeksplorasi pesan-pesan komunikasi kreatif yang tersirat dalam konten yang diposting @colozzetid.

3.5. Metode Pengujian Data

Pengujian data merupakan aspek yang sangat penting dalam penelitian kuantitatif karena menjamin kredibilitas dan keandalan data yang dikumpulkan. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa data penelitian memiliki keabsahan yang memadai. Uji validitas digunakan untuk menilai apakah instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi hasil pengukuran dalam kondisi yang sama. Menurut Sugiyono (2019), beberapa metode yang dapat digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian kuantitatif meliputi validitas konstruk, validitas isi, dan validitas kriteria.

Validitas konstruk digunakan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan sesuai dengan konsep yang diteliti, sedangkan validitas isi mengevaluasi kecukupan indikator dalam mewakili konsep tertentu. Uji validitas ini dilakukan dengan bantuan ahli (expert judgment) dan analisis statistik, seperti korelasi antar-

item atau analisis faktor. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode reliabilitas antar-rater (inter-rater reliability) atau reliabilitas internal. Untuk reliabilitas antar-rater, dua coder independen, yaitu Coder 1 dan Coder 2, akan diberi data yang sama untuk dianalisis menggunakan lembar coding yang telah disiapkan sebelumnya (Sugiyono, 2019).

Hasil pengkodean dari kedua coder akan dibandingkan untuk menghitung tingkat kesepakatan menggunakan rumus Holsti. Nilai reliabilitas yang diperoleh akan dianalisis untuk memastikan bahwa hasil pengukuran konsisten. Dokumentasi video dan gambar dari sumber data utama akan dianalisis secara kuantitatif, dan hasil pengkodean akan diverifikasi untuk mengurangi potensi bias. Dengan demikian, pengujian data dalam penelitian ini memastikan bahwa data yang digunakan memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi, sehingga hasil penelitian dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan (Sugiyono, 2019).

Tabel 3.2. Tabel Alat Ukur

Kategori	Indikator	Definisi
Sifat Pesan	(1) Informatif (2) Persuasif	pesan yang berisi data atau fakta yang ditemukan di lapangan Pesan persuasif bersifat mengajak dan membujuk audiens untuk melakukan sesuatu tindakan atau kegiatan tertentu
Tema Pesan	(1) <i>Aspirations and Beliefs</i> (2) <i>David vs Goliath</i> (3) <i>Avalanche About to Roll</i> (4) <i>Contrarian/ Counterintuitive/ Challenging Assumptions</i> (5) <i>Personalities/ Personal Stories</i> (6) <i>How-to</i>	Konten berisi nilai-nilai yang dianut oleh perusahaan serta pesan yang menimbulkan kepercayaan dan membangun hubungan dengan audiens. Konten berisi cerita perjuangan perusahaan dalam mengembangkan perusahaan dan pencapaian yang telah didapatkan Konten berisi hal yang akan muncul di masa mendatang, seperti perilisan produk baru. Konten berisikan hal-hal yang bertentangan dengan apa yang dipercayai oleh publik Konten berisi seputar hal-hal di balik sebuah perusahaan atau kisah seseorang yang berhubungan dengan brand Konten berisikan tutorial atau langkah-langkah untuk melakukan sesuatu

Kategori	Indikator	Definisi
Bentuk Pesan	(7) <i>Glitz and Glam</i>	Konten berisikan sosok yang terkenal/ selebriti serta menunjukkan kemewahan
	(8) <i>Seasonal/ Event-related</i>	Konten berisi hal-hal seputar event atau kampanye musiman yang diadakan oleh brand
	(1) Video	Konten visual bergerak yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara dinamis, seperti tutorial, ulasan, atau cerita singkat
	(2) <i>Carousell</i>	Format unggahan Instagram yang memungkinkan pengguna mengunggah beberapa foto atau video dalam satu postingan yang bisa digeser oleh audiens.

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel 3.3. Hasil Pengujian Reliabilitas Akun Instagram

Kategori	Indikator	Coder 1	Coder 2	Uji Realibilitas	Presentase
Sifat Pesan	Informatif	65	65	2(65)/65+65	100%
	Persuasif	69	69	2(69)/69+69	100%
Tema Pesan	Aspirations and Beliefs	28	26	2(26)/28+26	96%
	David vs Goliath	14	11	2(11)/14+11	89%
	Avalanche About to Roll	20	23	2(20)/20+23	93%
	Contrarian/ Counterintuitive/ Challenging Assumptions	12	10	2(10)/12+10	90%
	Personalities/ Personal Stories	12	12	2(12)/12+12	100%
	How-to	20	27	2(20)/20+27	85%
	Glitz and Glam	11	11	2(11)/11+11	100%
Bentuk pesan	Seasonal/ Event- related	15	14	2(14)/15+14	96%
	Video	51	51	2(51)/51+51	100%
	Carousel	83	83	2(83)/83+83	100%

Sumber: Olahan Peneliti

Proses untuk menguji hasil penelitian yang memiliki kaitan dengan proses yang akan dilakukan adalah uji confirmability. Uji confirmability merupakan uji objektivitas dari suatu penelitian. Penelitian ini dapat dianggap objektif jika data yang ada disepakati oleh banyak orang. Ketika hasil penelitian yang dilakukan merupakan fungsi dari proses penelitian tersebut, maka penelitian ini telah memenuhi standar confirmability. Confirmability dapat diperoleh dengan cara mencari persetujuan dari beberapa orang mengenai pandangan atau pendapat yang berhubungan dengan fokus penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji data kepada orang lain, yaitu Berliana Siti Zahra S.i,Kom, yang bertindak sebagai coder 2 dan akan menggunakan lembar coding yang telah disiapkan

sebelumnya oleh peneliti. Hasil yang telah diisi oleh beliau akan dibandingkan dengan hasil lembar coding yang telah diisi sebelumnya oleh peneliti. Setelah itu, kedua data yang telah diisi akan dihitung oleh peneliti menggunakan rumus Holsti untuk mengukur reliabilitas antar coder. Rumus Reliabilitas antar coder:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Gambar 3.1 Rumus Holsti (*umn.ac.id*)

Keterangan:

CR : Coefficient reliability (reabilitas antar-coder)

M : Jumlah coding yang sama (disetujui oleh semua coder)

N1: Jumlah Coding yang dibuat oleh coder 1

N2 : Jumlah coding yang dibuat oleh coder

Nilai valid terendah pada rumus Hostli adalah 0,7 yaitu 70%. Sederhananya, jika nilai ketergantungan lebih dari 0,7 seperti yang terlihat pada hasil perhitungan, maka alat ukur tersebut dapat dianggap benar-benar akurat. Namun, alat pengukur tidak akurat jika nilai yang dihitung kurang dari 0,7 (Suadah, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan 134 konten yang telah diunggah di akun instagram @clozetteid. Peneliti sendiri bertindak sebagai coder pertama dalam penelitian ini, yang bertugas menonton dan mengikuti konten edukasi yang diposting pada instagram tersebut.

3.6. Metode Analisis Data

Data primer (dokumen) dan sekunder (karya ilmiah peneliti sebelumnya) dianalisis dalam penelitian kuantitatif. Karena kurangnya signifikansi kuantitatif dan ketidakmampuannya untuk diorganisasikan ke dalam kategori atau kerangka klasifikasi, data empiris yang dikumpulkan untuk penelitian ini bersifat kuantitatif. Meskipun penelitian kuantitatif cenderung subjektif, peneliti diharapkan untuk menjaga kualitas penelitian mereka. Oleh karena itu, metode analisis data

kuantitatif yang dapat dipertanggungjawabkan dari tahap awal hingga akhir penelitian sangat penting. Menurut Sarosa (2021), penelitian ini melibatkan interaksi.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses yang bertujuan untuk menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasikan data yang telah dikumpulkan dalam bentuk catatan atau tulisan menjadi ringkasan yang dapat dianalisis kembali. Proses ini dapat dilakukan secara berkelanjutan selama pengumpulan data. Dalam reduksi data, peneliti mencari tema dan pola yang muncul dari data yang telah dikumpulkan. Tujuan utama dari penelitian kuantitatif ini adalah untuk mencapai hasil yang signifikan. Oleh karena itu, jika dalam proses penelitian peneliti menemukan hal-hal yang unik, tidak biasa, atau memiliki pola tertentu, maka penting bagi mereka untuk melakukan reduksi data. Melalui proses ini, peneliti dapat menghasilkan lebih banyak informasi baru yang dapat digunakan untuk memperkaya data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Dengan demikian, temuan yang diperoleh dari data akan menjadi lebih jelas.

2. Penyajian Data

Ringkasan naratif, infografis, atau hubungan antar kategori adalah cara umum penelitian kuantitatif menyajikan data. Penyajian data adalah bagian penting dari penelitian kuantitatif karena membantu membuat materi yang dikumpulkan lebih mudah dipahami, dianalisis, dan digunakan untuk mengambil kesimpulan serta tindakan lanjutan. Menyusun informasi yang diperoleh ke dalam pola-pola yang saling berhubungan merupakan cara penyajian data dilakukan. Tergantung pada kebutuhan penelitian kuantitatif ini, data mungkin ditampilkan melalui penjelasan singkat, ilustrasi, atau hubungan antar kategori. Selain itu, prosa naratif terkadang digunakan untuk menyajikan materi secara lebih komprehensif. Dengan penyajian data yang tepat, pembaca akan lebih mudah memahami konteks dan implikasi dari temuan penelitian, yang dapat digunakan sebagai dasar untuk perencanaan langkah-langkah selanjutnya.

3. Verifikasi / Penarikan kesimpulan

Setelah penarikan kesimpulan, kegiatan analisis lanjutan akan dilakukan dengan merujuk pada data yang telah disajikan. Dalam tahap ini, hasil penelitian dapat divalidasi lebih lanjut selama proses penelitian masih berlangsung. Hasil yang mungkin awalnya kurang jelas akan menjadi lebih terperinci dan mendalam, sehingga memungkinkan identifikasi hubungan kausal, interaktif, hipotesis, atau teori yang lebih jelas. Penelitian kuantitatif sering kali menghasilkan temuan yang baru dan belum pernah ditemukan sebelumnya. Temuan tersebut dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, teori atau hipotesis baru, atau deskripsi yang lebih mendalam tentang fenomena yang sebelumnya kurang dipahami.

- Peneliti akan menggunakan tiga prosedur pengelolaan data dari tahap reduksi data untuk menelaah dokumen tersebut. Untuk memahami maknanya, data selanjutnya akan dijelaskan secara naratif deskriptif. Selain itu, untuk membuat inferensi, peneliti akan menafsirkan semua makna yang ditemukan dalam data. Sehingga setelah meninjau uraian pesan instruksional pada akun Instagram @clozetteid, peneliti dapat menarik kesimpulan.

3.7. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini berkaitan langsung dengan pembatasan konten yang dijadikan unit analisis. Penelitian ini hanya fokus pada konten yang diposting pada akun Instagram @clozetteid mengenai konten *beauty* dan *lifestyle* dalam periode Maret 2023 hingga Oktober 2024 sehingga penelitian ini tidak meneliti semua konten dari @clozetteid. Pembatasan ini berarti bahwa konten yang berada di luar kategori tersebut atau di luar periode yang ditetapkan tidak akan dianalisis. Sebagai contoh, konten yang berkaitan dengan topik selain kecantikan atau gaya hidup, seperti konten terkait produk atau kampanye yang lebih umum, tidak akan dimasukkan dalam analisis, meskipun mungkin memiliki dampak signifikan pada strategi komunikasi pemasaran yang lebih luas. Selain itu, konten

dari sumber lain selain Instagram @clozetteid, seperti *platform* media sosial lain atau bentuk media promosi lainnya, tidak menjadi bagian dari penelitian ini. Oleh karena itu, hasil penelitian ini terbatas pada temuan yang hanya mencakup konten yang telah ditentukan dalam batasan unit analisis, dan mungkin tidak dapat digeneralisasikan untuk seluruh strategi komunikasi pemasaran @clozetteid atau merek terkait yang lebih luas. Keterbatasan ini juga mengurangi kemungkinan untuk melihat keseluruhan gambaran tentang keberhasilan strategi pemasaran digital yang lebih komprehensif.



