

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mana merupakan sebuah pendekatan dengan tujuan untuk menyusun pernyataan pengetahuan berdasarkan sudut pandang yang bersifat konstruktif, yang melibatkan pemahaman makna dari pengalaman individu (Rita, *et al*, 2022). Dalam konteks penelitian kualitatif, pengetahuan dibangun oleh peneliti melalui proses yang menggabungkan berbagai perspektif dan informasi yang diperoleh dari subjek penelitian. Data-data dari berbagai sumber seperti catatan observasi, wawancara, dan pengalaman individu digunakan untuk mendukung proses tersebut.

- Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma adalah kerangka berpikir yang menjadi landasan pemahaman seorang peneliti terhadap suatu masalah, teori, atau realitas ilmiah. Dalam konteks penelitian, paradigma dapat menjadi pedoman dalam menentukan pendekatan yang tepat dalam menyelidiki permasalahan yang dihadapi. Dengan memiliki paradigma penelitian yang jelas, peneliti dapat mengarahkan langkah-langkah *brand* dengan konsistensi, sehingga memudahkan dalam merancang, melaksanakan, dan menganalisis penelitian secara sistematis. Lebih lanjut, paradigma penelitian berperan penting dalam merancang metode penelitian yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai (Creswell, 2014).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan maksud untuk mengeksplorasi penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial atau budaya dengan merujuk pada perspektif dan pengalaman individu sebagai subjek penelitian. Partisipasi individu dalam penelitian ini melibatkan proses pengembangan makna subjektif dari pengalaman *brand*, termasuk makna yang difokuskan pada objek atau aspek tertentu. Keanekaragaman dan kompleksitas makna tersebut mendorong peneliti untuk mendalami kerumitan pandangan, sebaliknya menghindari penyederhanaan makna ke dalam beberapa kategori atau ide terbatas. Paradigma konstruktivisme dalam konteks penelitian ini ditujukan

untuk bergantung sebanyak mungkin pada sudut pandang informan mengenai situasi yang tengah diinvestigasi. Pendekatan ini memberikan penekanan pada kepercayaan, keaslian, dan menjadi hasil yang kredibel (Harahap, 2020).

Penelitian ini mengadopsi paradigma konstruktivisme karena menitikberatkan pada konteks spesifik. Peneliti menyadari bahwa setiap informan memiliki latar belakang yang berbeda, memungkinkan *brand* membentuk interpretasi sendiri terhadap fenomena yang diteliti. Fokus pada konteks spesifik ini memungkinkan penelitian untuk lebih mendalam dalam memahami kerangka pemikiran individu, mengakui bahwa perbedaan pengalaman pribadi informan dapat memengaruhi persepsi dan interpretasi *brand* terhadap suatu hal. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami dinamika kompleks yang terjadi dalam pembentukan pemikiran dan pandangan informan terhadap suatu konteks atau fenomena. Dalam penelitian ini, paradigma konstruktivisme digunakan untuk menjelaskan strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Good News From Indonesia* dalam membangun *brand image* Indonesia.

### **3.2. Metode Penelitian**

Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif sebagai landasan metodologinya. Metodologi penelitian, sebagai sebuah kerangka teknis, dipergunakan untuk mengumpulkan data yang menjadi landasan penelitian. Fungsi utama dari metode penelitian adalah memberikan suatu panduan sistematis dalam proses pengumpulan data yang berkaitan dengan tujuan kajian yang ditetapkan. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi fenomena atau objek penelitian dengan cara yang bersifat deskriptif, memfokuskan pada penjelasan dan analisis mendalam tentang karakteristik, sifat, dan hubungan antar variabel yang diamati. Metode ini memberikan landasan yang kokoh untuk merumuskan pertanyaan penelitian dan menyusun strategi pengumpulan data yang tepat (Harahap, 2020).

Metode penelitian deskriptif merupakan tipe penelitian yang berfokus pada deskripsi atau penggambaran suatu isu atau situasi tertentu. Tujuan utama dari penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran yang akurat dan

terstruktur mengenai suatu populasi, keadaan, atau fenomena tertentu. Di samping itu, jenis penelitian deskriptif bertujuan untuk menganalisis rangkaian peristiwa interpersonal yang terjadi setelah jangka waktu tertentu. Penelitian ini fokusnya adalah untuk menggambarkan fenomena yang krusial dalam konteks tertentu, dengan upaya memahami dinamika hubungan antar individu dan implikasinya.

Secara keseluruhan, penelitian deskriptif memiliki peran penting dalam mengeksplorasi dan menggambarkan realitas yang ada tanpa mengubahnya. Dengan memberikan pemahaman yang mendalam tentang suatu fenomena, penelitian ini memberikan landasan yang kuat untuk dapat memberikan informasi mendetail mengenai persepsi, makna, dan pengalaman individu terkait dengan topik penelitian. Penelitian deskriptif ini digunakan dengan dasar untuk memahami kaitan yang terkait strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Good News From Indonesia* dalam membangun *brand image* Indonesia.

### **3.3. Informan Penelitian**

Informan adalah subyek penelitian yang mampu untuk memberikan informasi mengenai permasalahan yang diteliti dalam penelitian. Informan adalah individu yang mampu memberikan informasi secara keseluruhan penelitian. Dalam penelitian ini juga menggunakan informan untuk memperoleh keterangan penelitian menggunakan wawancara secara mendalam atau *in-depth Interview* kepada informan untuk mendapat informasi sedetail mungkin (Harahap, 2020).

Wawancara dalam penelitian menggunakan teknik wawancara terstruktur yang mana menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang sama untuk semua responden. Pertanyaan-pertanyaan tersebut telah disusun dan ditulis dalam bentuk daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden sebelum wawancara dilakukan. Dalam wawancara terstruktur, pewawancara mencoba untuk mengumpulkan informasi yang sama dari setiap responden, yang dapat mempermudah proses pengumpulan data dan meningkatkan konsistensi hasil wawancara (Harahap, 2020).

Informan dalam penelitian ini memiliki karakteristik heterogen yang mana informan memiliki perbedaan sifat atau keadaan informasi yang diperoleh dari

informan-informan tersebut. Informasi dari informan-informan heterogen dapat berbeda dalam hal kualitas, kuantitas, dan perspektif. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan posisi atau divisi di sebuah perusahaan (Asrulla, *et all*, 2023). Sehingga, pada penyusunan pedoman wawancara akan disesuaikan dengan posisi informan, hal ini dapat dikatakan bahwa pedoman wawancara akan berbeda-beda setiap informan dengan tujuan untuk mendapat jawaban yang lebih luas dan beragam dan meningkatkan kredibilitas data yang didapat.

Dalam konteks penelitian, informan penelitian dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori utama, yaitu:

1. Informan kunci. Informan kunci merujuk pada individu yang memiliki pemahaman menyeluruh tentang isu yang menjadi fokus penelitian. *Brand* memiliki pengetahuan yang luas dan mendalam terkait dengan permasalahan yang diteliti.
2. Informan utama. Informan utama adalah individu yang memiliki pemahaman teknis dan detail mengenai aspek-aspek spesifik yang terkait dengan subjek penelitian. *Brand* mampu memberikan wawasan yang mendalam terkait dengan masalah yang sedang dipelajari oleh peneliti.
3. Informan pendukung. Informan pendukung merupakan pihak yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam konteks penelitian kualitatif (Heryana, 2020).

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan informan kunci, informan utama, dan informan pendukung. Pemilihan ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif dan menyeluruh mengenai topik penelitian yang sedang diteliti. Informan kunci dianggap mampu memberikan pernyataan atau informasi dengan sebaik-baiknya, tanpa adanya upaya manipulasi data. Dengan demikian, penggunaan informan kunci diintegrasikan sebagai strategi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan kualitatif terkait dengan fenomena yang sedang diteliti.

Adapun informan tersebut ialah individu yang memiliki pengetahuan yang signifikan terkait *Good News From Indonesia* (GNFI), khususnya pada mereka yang bekerja di GNFI. Proses pemilihan informan ini akan menjadi pedoman

utama dalam memilih partisipan yang akan diwawancarai oleh peneliti, dengan harapan dapat menghasilkan data yang berkualitas dan memberikan wawasan yang mendalam terkait penelitian tersebut.

Tabel 3. 1. Informan Penelitian

No	Nama Lengkap	Divisi	Keterangan
1	Akhayri Hananto	Manajemen	<i>Founder &amp; Editor in Chief</i>
2	Dwina Henti Rahmawati	Media Sosial	<i>Social Media Specialist Good News From Indonesia (GNFI)</i>
3	Juang M. Nugraha	Kreatif	<i>Creative Director</i>
4	Rachma Safira	Media Sosial	<i>Copy Writer &amp; Admin Media sosial GNFI</i>

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Informan kunci dalam penelitian ini adalah Akhyari Hananto yang merupakan *founder & editor in chief Good News From Indonesia*. Informan tersebut dianggap sesuai karena dirinya memiliki peran secara langsung terhadap pemahaman secara menyeluruh yang dilakukan oleh GNFI, serta berperan dalam meningkatkan *branding* GNFI. Partisipasi informan kunci diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih lengkap mengenai aktivitas dan inisiatif yang dilakukan oleh GNFI, termasuk upaya yang dilakukan oleh GNFI selama ini. Dengan begitu, penelitian ini akan memanfaatkan kontribusi informan kunci untuk menggali informasi dan perspektif yang penting dalam mendukung pemahaman menyeluruh terkait dengan topik penelitian.

Informan utama dalam penelitian ini Dwina Henti Rahmawati yang bekerja di GNFI divisi media sosial bagian *Social Media Specialist*. Pemilihannya sebagai informan utama karena memiliki pemahaman yang mendalam tentang aspek-aspek teknis yang berkaitan dengan strategi yang dilakukan oleh GNFI. Keterlibatannya diharapkan dapat memberikan wawasan yang kaya akan informasi terkait dengan strategi media sosial GNFI, yang akan sangat berguna dalam mengatasi permasalahan dalam penelitian ini. Dengan demikian, partisipasi aktif dari informan utama ini diharapkan akan menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang masalah-masalah yang dibahas dalam konteks media sosial GNFI.

Informan pendukung dalam penelitian ini adalah mereka yang bekerja di GNFI bagian dari kreatif. Keterlibatan informan pendukung dari tim kreatif karena terlibat langsung dalam proses pengembangan konten yang dapat

mempengaruhi citra dan keberhasilan GNFI secara keseluruhan. Dalam konteks penelitian kualitatif, tim kreatif dianggap memiliki wawasan yang tidak hanya berfokus pada aspek operasional dan manajerial, tetapi juga pada inovasi, kreativitas, dan strategi komunikasi yang digunakan oleh GNFI. Dengan melibatkan mereka sebagai informan tambahan, penelitian ini diharapkan dapat memperoleh informasi yang lebih kaya terkait bagaimana ide-ide kreatif dihasilkan, diproses, dan diimplementasikan dalam organisasi.

Informan pendukung dalam penelitian ini adalah individu-individu yang bekerja di GNFI (*Good News From Indonesia*) pada bagian media sosial, khususnya yang berperan sebagai *copywriter* dan admin media sosial. Pemilihan ini dilakukan karena mereka dianggap mampu memberikan perspektif yang kaya dan mendalam mengenai pengelolaan konten dan interaksi di platform media sosial. *Copywriter* bertanggung jawab atas pembuatan *caption* yang menarik dan relevan, sementara admin media sosial menangani operasional harian serta interaksi dengan audiens. Keberadaan mereka sebagai informan tambahan sangat penting untuk melengkapi data penelitian, karena mereka dapat memberikan informasi yang spesifik dan praktis mengenai strategi konten, respons audiens, serta efektivitas komunikasi digital yang diterapkan GNFI.

#### **3.4. Teknik pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data primer dan sekunder dalam penelitian ini akan dilakukan melalui berbagai metode. Data primer akan diperoleh melalui wawancara langsung, observasi, dan distribusi kuesioner kepada responden yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Sementara itu, data sekunder akan dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada, seperti literatur, dokumen resmi, dan laporan terkait. Kombinasi metode pengumpulan data ini diharapkan dapat memberikan keragaman informasi dan kekayaan data yang diperlukan untuk analisis yang komprehensif dalam penelitian ini.

### 3.4.1 Data Primer

Wawancara merupakan percakapan antara 2 orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dengan pewawancara dengan maksud tertentu. Lexy J Moleong dalam Rita, *et all* (2022) menyatakan bahwa wawancara adalah percakapan dengan maksud-maksud tertentu. Pada metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung (*face to face*) untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan tujuan mendapatkan data yang dapat menjelaskan permasalahan penelitian. Adapun wawancara dilakukan secara mendalam yang dilakukan lebih bebas dibandingkan yaitu wawancara semi terstruktur. Selama wawancara ini (Rita, *et all*, 2022), permasalahan dapat diungkapkan secara terbuka dan pendapat serta ide orang yang diwawancarai dapat ditanyakan.

Dalam menetapkan informan yang memiliki keterkaitan dalam media alternatif di *Good News From Indonesia* (GNFI), langkah kritis adalah mengidentifikasi individu atau tim yang secara langsung terlibat dalam pengelolaan, pengembangan, dan implementasi strategi *branding* perusahaan. Pemilihan informan harus mempertimbangkan peran *brand* dalam konteks perencanaan pemasaran, pengembangan produk, interaksi dengan pelanggan, serta manajemen *brand* secara umum. Hal ini dapat melibatkan *brand* yang terlibat langsung dalam media *Good News From Indonesia* (GNFI). Memilih informan yang mencakup berbagai aspek perusahaan akan memastikan bahwa wawancara menggali perspektif yang holistik dan menyeluruh terkait dengan *Good News From Indonesia* (GNFI).

Dalam mengidentifikasi pekerjaan dan posisi informan di struktur perusahaan *Good News From Indonesia* (GNFI), langkah awalnya adalah memahami secara menyeluruh struktur organisasional perusahaan. Peran informan harus mencerminkan tanggung jawab spesifik yang terkait dengan pembangunan media alternatif. Dengan mengidentifikasi secara cermat pekerjaan dan posisi informan, wawancara dapat difokuskan pada aspek-aspek kunci yang relevan dengan peran *brand* dalam upaya membangun dan memelihara media alternatif di *Good News From Indonesia* (GNFI).

Dalam melakukan wawancara dengan berbagai informan yang memiliki posisi yang berkaitan dengan *Good News From Indonesia* (GNFI), pendekatan yang diterapkan adalah penyesuaian pertanyaan sesuai dengan tanggung jawab dan peran masing-masing informan. Dengan merancang pertanyaan yang disesuaikan dengan peran masing-masing informan, wawancara dapat menggali wawasan yang spesifik dan mendalam, memungkinkan pemahaman yang lebih holistik terkait dengan *Good News From Indonesia* (GNFI).

### **3.4.2 Data Sekunder**

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi berbagai teknik pengumpulan data untuk meraih hasil yang komprehensif. Selain menggunakan teknik wawancara, penelitian ini juga melibatkan teknik observasi dan pengumpulan data dari dokumen. Dengan menerapkan metode ini, peneliti melakukan analisis dengan memanfaatkan sumber informasi seperti buku, jurnal, dan menggunakan *search engine* yang diakses melalui referensi dari hasil pencarian Google yang relevan dengan topik penelitian. Pendekatan ini dirancang untuk memastikan variasi dan kedalaman dalam mengumpulkan data yang mendukung analisis penelitian secara holistik.

Salah satu jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari sumber yang telah ada sebelumnya, seperti literatur, dokumen resmi, dan laporan yang dapat mendukung aspek-aspek tertentu dari penelitian. Penting untuk dicatat bahwa data sekunder yang digunakan dalam penelitian berasal dari pihak-pihak yang dianggap kredibel dan sudah dalam bentuk jadi, memberikan landasan yang kuat untuk analisis lebih lanjut terkait dengan *Good News From Indonesia* (GNFI).

Dengan menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan memanfaatkan data sekunder yang kredibel, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam dan terperinci terkait dengan topik yang diteliti. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan landasan yang kuat untuk penelitian, menghasilkan temuan yang relevan dan kontribusi dalam konteks yang bersangkutan.

### 3.5. Metode Pengujian Data

Pada penelitian kualitatif kami pengujian data diperlukan yang bertujuan untuk memeriksa kebenaran data supaya data yang dihasilkan dapat di pertanggung jawabkan dan dapat dipercaya secara ilmiah. Metode pengujian data dilakukan untuk menentukan kebenaran (keabsahan) data dan untuk menunjukkan bahwa penelitian ini bertanggung jawab. Oleh karena itu, untuk mengukur keabsahan dalam penelitian kami dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Keabsahan data pada penelitian kualitatif dapat dilihat dari empat kriteria, diantaranya kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), dependable (*dependability*) dan kepastian (*confirmability*) (Rita, *et all*, 2022).

*Credibility* adalah uji kepercayaan terhadap data penelitian yang diberikan oleh peneliti sehingga tidak diragukan lagi hasil penelitian yang dilakukan sebagai karya ilmiah yang sedang berjalan. Pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data yang dihasilkan oleh penelitian kualitatif dilakukan antara lain melalui observasi yang diperpanjang, peningkatan daya tahan penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman, analisis kasus negatif, dan *member check*. *Transferability* kemudian merupakan tahapan penulisan laporan, dilakukan dengan memberikan gambaran yang rinci, jelas, sistematis dan terpercaya. *Dependability* kemudian dicapai melalui audit terhadap seluruh proses penelitian, yang harus diaudit oleh auditor independen atau pengawas dari semua kegiatan penelitian di mana penelitian itu dilakukan. Sementara itu, *confirmability* dilakukan uji objektivitas dalam penelitian kuantitatif dilakukan untuk mengeliminasi subjektivitas peneliti. Sebagai kontras, dalam penelitian kualitatif, objektivitas diupayakan melalui kesepakatan informasi dari berbagai pihak (Rita, *et all*, 2022).

Dalam penelitian ini menggunakan metode *confirmability* yang mana peneliti dapat memastikan bahwa hasil penelitian yang diperoleh benar-benar mencerminkan data yang diperoleh dari informan dan bukan hasil manipulasi atau interpretasi peneliti. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan pada hasil penelitian dan memastikan bahwa hasil penelitian dapat digunakan secara efektif untuk mengambil keputusan atau membuat rekomendasi. Penelitian dapat dikatakan

objektif apabila hasil dari penelitian sudah disepakati oleh banyak orang, menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan.

Teknik *confirmability* yang dilakukan adalah dengan hasil *selective coding* kepada informan untuk memastikan ketepatan hasil penelitian yang diperoleh benar-benar mencerminkan data yang diperoleh dari informan dan bukan hasil manipulasi atau interpretasi peneliti. Dengan menggunakan teknik *confirmability*, peneliti dapat memastikan bahwa hasil penelitian yang diperoleh benar-benar mencerminkan data yang diperoleh dari informan dan bukan hasil manipulasi atau interpretasi peneliti.

### **3.6. Metode Analisis Data**

Dalam penelitian kualitatif, peneliti menerapkan metode analisis yang difokuskan pada menjawab rumusan masalah penelitian. Kegiatan analisis data menjadi suatu proses penting yang melibatkan pengolahan dan penyusunan data untuk memberikan pemahaman mendalam terhadap informasi yang diperoleh dari informan. Peneliti melakukan kegiatan analisis ini dengan tujuan agar dapat memahami data secara lebih baik dan menyajikannya dengan lebih informatif kepada pembaca. Adapun proses analisis data kualitatif mencakup langkah-langkah seperti mengategorikan data, menjelaskannya secara rinci, serta menyusun pola yang membentuk satu kesatuan. Selain itu, peneliti memilih elemen-elemen penting dan relevan yang akan menjadi fokus kajian, sehingga dapat membuat kesimpulan yang dapat dipahami oleh pembaca dan pihak-pihak lain yang tertarik. Dengan demikian, analisis data bukan hanya merupakan langkah teknis, tetapi juga merupakan cara untuk mengkomunikasikan temuan penelitian secara efektif kepada audiens yang beragam (Creswell & Poth, 2016).

Berdasarkan penjelasan tersebut, bisa disimpulkan bahwa analisis data merupakan sebuah proses untuk mengelola dan menyelidiki hasil sebuah penelitian yang diperoleh dari wawancara, observasi, maupun dokumentasi kemudian disusun secara sistematis atau runtun dengan membuat kategori kemudian disusun ke dalam pola sampai berakhir dengan kesimpulan. Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *coding*. *Coding* berarti

proses pengorganisasian dengan membagi ke dalam beberapa bagian serta memberikan label nama di tiap kategori yang sudah dibagikan sesuai dengan kebutuhan data dalam penelitian. Terdapat tiga prosedur untuk mengembangkan *coding*, yaitu kategori informasi (*open coding*), menghubungkan kategori-kategori (*axial coding*), membangun "cerita" yang menghubungkan kategori-kategori (*selective coding*), berikut penjelasan terkait ketiga prosedur dalam melakukan analisis data (Creswell & Poth, 2016):

1. *Open Coding*

Teknik ini dilakukan dengan memecah, memeriksa, membandingkan, mengonsepan dan mengategorikan data yang sudah diperoleh untuk dikategorikan kembali ke dalam beberapa kategori lain. *Open coding* digunakan untuk mengidentifikasi kategori-kategori utama dari informasi yang ditemukan. Proses pengkodean ini melibatkan penggabungan data dan pembentukan makna yang dijelaskan sebagai analisis dan representasi konsep untuk mewakili data dari kategori open coding yang kemudian difokuskan. Setelah itu, peneliti kembali ke data dan membuat kategori di sekitar fenomena inti ini, menetapkan jenis-jenis kategori yang diidentifikasi mengelilingi fenomena inti. Pada tahap ini, *open coding* yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan cara memilih data atau informasi dari hasil wawancara dengan informan yang sesuai dengan fenomena yang diteliti serta mengelompokkannya ke dalam kategori yang telah diberi penamaan.

2. *Axial Coding*

Teknik ini dilakukan setelah *open coding*. Teknik ini dilakukan dengan menempatkan data kembali melalui cara-cara yang baru dengan menghubungkan dan mengaitkan tiap kategori yang menghasilkan fenomena utama. Kategori-kategori ini mencakup kondisi penyebab (faktor yang menyebabkan fenomena inti), strategi (tindakan yang diambil sebagai respons terhadap fenomena inti), kondisi kontekstual dan intervensi (faktor situasional yang memengaruhi strategi secara luas dan spesifik), serta konsekuensi (hasil dari penggunaan strategi). Kategori-kategori ini dihubungkan dan mengelilingi fenomena inti dalam suatu

model visual yang disebut paradigma *axial coding*. Pada tahap ini, *axial coding* akan dilakukan dengan menghubungkan kode yang telah ditentukan sesuai dengan kategori dan tujuan dari penelitian ini.

### 3. *Selective coding*

Teknik ini dilakukan jika sudah melakukan *axial coding*. Teknik ini dilakukan dengan pemilihan pengkodean yang dilakukan secara sistematis dengan menghubungkan data ke kategori lain sehingga dapat menjelaskan fenomena secara keseluruhan. *Selective coding* juga dilakukan identifikasi data dengan memvalidasi temuan kategori yang saling berhubungan sehingga nantinya bisa membentuk suatu kesimpulan berdasarkan data dan fenomena yang sudah dipilih. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengaitkan dengan strategi komunikasi untuk membantu proses penelitian. Adapun proses *coding* digunakan untuk membantu peneliti memahami terkait tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

### 3.7. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan yaitu Strategi Komunikasi *Good News From Indonesia* (GNFI) Dalam Membangun *Brand image* Indonesia (Studi Deskriptif Pada Media Sosial Instagram @Gnfi) terdapat keterbatasan yang ditemukan yaitu pada objek yang digunakan. Penelitian ini hanya memilih Instagram. Hal ini mengimplikasikan bahwa hasil penelitian mungkin tidak sepenuhnya mencakup seluruh aspek strategi komunikasi GNFI di berbagai platform media sosial lainnya. Penelitian ini juga hanya berfokus pada strategi komunikasi yang diimplementasikan pada kegiatan media sosial. Selain itu, penelitian ini secara spesifik menyoroti peran Instagram GNFI (@gnfi) dalam membangun *brand image* Indonesia.