

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif, yang menurut Moleong (Moleong, 2017) adalah sebuah penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lainnya secara menyeluruh dan deskriptif melalui kata-kata dan bahasa, dalam konteks alamiah tertentu dengan menggunakan berbagai metode alamiah. Menurut pendapat (Hendryadi, 2019), penelitian kualitatif adalah proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman secara mendalam tentang fenomena sosial secara alamiah. Dari pandangan para ahli ini, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif menekankan pada aspek deskriptif dan kualitatif, bukan kuantitatif, serta memperhatikan kualitas data.

Berdasarkan (Rais, 2022) Menggambarkan bahwa paradigma penelitian berfungsi sebagai sudut pandang riset yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis realitas, memahami fenomena, memberikan pedoman dalam pelaksanaan penelitian, dan menjelaskan temuan penelitian. Penelitian ini mengadopsi paradigma konstruksivisme. Berdasarkan (Sundaro, 2022) menyatakan bahwa paradigma konstruksivisme menekankan bahwa pengetahuan dibangun oleh individu melalui pengalaman dan interaksi dengan lingkungan mereka.

Pendekatan ini di dalam penelitian menekankan bahwa pengetahuan tidak ditemukan atau diungkapkan secara objektif, melainkan diciptakan oleh peneliti dan informan melalui proses interaksi dan interpretasi.

Maka dari itu paradigma konstruksivisme sangat ideal dan cocok untuk penelitian ini yang ingin mengukur bagaimana perencanaan strategis *Integrated Marketing Communication* yang dijalankan oleh *brand* Filmore Pharma berdampak pada proses promosi dan penjualan. Karena data yang dihasilkan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini nantinya adalah penjelasan deskripsi kualitatif dari informan melalui proses wawancara. Dalam penelitian kualitatif,

proses analisis data bersifat induktif dan mengutamakan kualitas, dengan tujuan untuk menggali makna daripada mencapai generalisasi. Fokus utama penelitian kualitatif adalah membuat fakta atau fenomena menjadi lebih mudah dipahami. (Fadli, 2021). Selain itu, peneliti juga bisa memperoleh pemahaman yang lebih dalam secara subjektif terhadap fenomena tersebut, yang dapat digunakan untuk merencanakan komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh merek untuk mempromosikan produk melalui pembuatan konten edukasi mengenai kesehatan reproduksi perempuan di platform media sosial milik mereka, seperti Instagram.

### **3.2. Metode Penelitian**

Menurut (Sundari, 2024), Metode penelitian merujuk pada keseluruhan pendekatan atau teknik yang biasa digunakan untuk melakukan penelitian. Dalam konteks ini, metode penelitian mengacu pada langkah-langkah yang diambil oleh peneliti untuk menjalankan operasi penelitian dan mendapatkan data serta fakta yang relevan (Hidayat A. , 2017). Penggunaan metode penelitian membantu dalam pengumpulan informasi dan analisis data secara sistematis.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang seperti yang dijelaskan oleh (Fadli, 2021), memungkinkan peneliti untuk memahami subjek penelitian secara mendalam, merasakan pengalaman subjek dalam konteks kehidupan sehari-hari, dan menangkap nuances dari situasi yang diteliti. Penelitian kualitatif melibatkan peneliti secara langsung, memungkinkan mereka untuk memahami konteks dan setting fenomena yang sedang diteliti. Pendekatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara rinci kondisi alami dari fenomena yang diamati, memahami konteksnya, dan mencermati keunikan setiap fenomena yang terjadi.

Menurut Moleong, pendekatan kualitatif didasarkan pada pemahaman tentang alam secara alami sebagai pelengkap, dengan fokus penelitiannya pada manusia. Dalam menggunakan pendekatan kualitatif, analisis data bersifat induktif, sehingga peneliti dituntun untuk menemukan teori-teori dasar yang bersifat deskriptif dan memberikan penekanan lebih pada proses daripada hasil. Selain itu, penelitian kualitatif dianggap mampu menyempitkan fokus studi, memiliki

sejumlah kriteria untuk memeriksa keabsahan data, menggunakan desain penelitian yang bersifat sementara, dan hasil penelitian juga telah disepakati oleh kedua belah pihak, yaitu peneliti dan subjek penelitian atau informan (Rais, 2022).

Dalam penyajian data dalam penelitian kualitatif ini, menerapkan pendekatan penelitian dengan pola deskripsi penjelasan. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk mengobservasi dan menyelidiki fenomena atau objek alamiah, di mana peneliti memiliki peran utama sebagai instrumen dalam proses pengumpulan data (Sugiyono, 2016).

Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif dan menjelaskan fenomena yang sedang diteliti, serta mendalami pemahaman terhadap individu atau kelompok yang terlibat dalam fenomena tersebut. Pemilihan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dalam penelitian ini didasarkan pada kebutuhan peneliti untuk menguraikan data yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, seperti proses kerja, perencanaan perusahaan, dan faktor-faktor lainnya. Penelitian ini akan fokus pada analisis strategi komunikasi pemasaran terpadu dari merek Filmore Pharma dalam mempromosikan dan menjual produknya melalui wawancara tidak terstruktur atau wawancara mendalam (*indepth interview*).

### **3.3. Informan**

Informan berperan sebagai individu yang memberikan wawasan tentang konteks dan karakteristik latar belakang dari penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian, biasanya teridentifikasi tiga jenis informan, yaitu informan kunci, informan ahli, dan informan insidensial. Informan kunci adalah individu yang memiliki pemahaman yang dalam dan komprehensif tentang topik penelitian yang sedang diselidiki oleh peneliti. Mereka sering kali merupakan pakar di suatu bidang atau narasumber yang mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang masalah yang menjadi fokus penelitian. Pemilihan informan kunci harus disesuaikan dengan kebutuhan dan lingkup penelitian, dengan preferensi utama terhadap individu yang memiliki keahlian yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu, informan kunci juga bisa berasal dari individu yang memiliki pengalaman langsung atau

beraktivitas di lokasi yang menjadi fokus penelitian (Jamal, 2021). Oleh karena itu, berdasarkan penjelela Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa informan merupakan individu atau kelompok yang memberikan informasi sesuai dengan objek atau fokus penelitian yang sedang dijalankan. Dalam konteks penelitian ini, informan akan membantu dalam menjawab pertanyaan yang terkait dengan latar belakang penelitian melalui wawancara mendalam.

Metode sampling yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* atau pengambilan sampel secara sengaja. Menurut (Sugiyono, 2016), *purposive sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan khusus atau pemilihan informan secara sengaja, bukan secara acak, karena dianggap memiliki informasi yang relevan dengan kebutuhan penelitian. Jumlah informan yang akan diikutsertakan dalam penelitian ini akan ditentukan berdasarkan kebutuhan akan data yang diperlukan untuk proses analisis, serta tingkat kompleksitas informasi yang dibutuhkan (Creswell, 2019).

Penelitian ini menggunakan informan kunci yang memiliki pemahaman menyeluruh mengenai objek penelitian, yakni tim *internal* yang merupakan bagian dari Filmore Pharma. Adapun kriteria informan pada penelitian ini yaitu :

Tabel 3.3-1 Tabel Jobdesk Informan

Nama	Jabatan	Jobdesk
Ashima Tabita	<i>Creative Digital Lead</i>	Memiliki pengetahuan terkait strategi <i>marketing communication</i> yang dijalankan pada <i>owned media</i> Instagram <i>brand</i> dalam melakukan pembuatan konten edukasi kesehatan produksi perempuan dengan tujuan promosi untuk penjualan produk
Kharist Hidayat	<i>Sales, Marketing, dan Commerce (E-Trade)</i>	Informan yang bertanggung jawab atas keseluruhan data dan pelaksanaan promosi produk Filmore.
Rantique Talenta	Brand <i>Marketing</i> Manager	Informan dengan level manajerial atau <i>head</i> yang mengetahui dan

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Jaya (2020), teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi tentang "apa" dan "siapa" dalam rangka mengumpulkan data penelitian. Dengan menerapkan teknik pengumpulan data, peneliti dapat memperoleh informasi yang sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan sebelumnya sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

#### 3.4.1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2016) pengumpulan data primer dalam sebuah penelitian merujuk pada data yang diperoleh secara langsung dan merupakan sumber utama jawaban dari pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data primer dilakukan melalui proses wawancara.

Wawancara merupakan suatu teknik untuk menggali data melalui percakapan yang disengaja antara dua pihak atau lebih, dimana pewawancara, yang juga dikenal sebagai interviewer, bertugas untuk menyampaikan pertanyaan, sementara narasumber memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Terdapat tiga jenis teknik wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semi-struktur, dan tidak terstruktur. Dalam konteks penelitian ini, metode wawancara yang akan digunakan adalah wawancara tidak terstruktur atau lebih dikenal dengan istilah wawancara mendalam (*in-depth interview*) (Sundari, 2024).

(Sundari, 2024) juga turut menyampaikan bahwa dalam wawancara mendalam ini, peneliti berusaha mencapai pemahaman yang holistik tentang sudut pandang atau situasi orang yang diwawancarai. Wawancara ini disebut tidak terstruktur karena informan bebas membicarakan apa yang dianggap penting, dengan sedikit arahan dari peneliti. Wawancara mendalam atau informal dianggap

lebih efektif karena pertanyaan yang diajukan dapat disesuaikan dengan konteks dan hasil tanggapan yang diberikan oleh narasumber. Dengan demikian, pertanyaan akan lebih relevan dan menghasilkan informasi yang lebih mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan Ashima Tabita, yang menjabat sebagai Creative Digital Lead di brand Filmore Pharma.

### 3.4.2. Data Sekunder

(Sugiyono, 2016) menjelaskan bahwa data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penelusuran literatur. Pengumpulan data dalam penelitian sastra mengacu pada eksplorasi teori dan sumber lain yang berkaitan dengan fenomena sosial yang sedang diteliti. Studi kepustakaan dapat dilakukan melalui referensi dari penelitian sebelumnya yang terdokumentasi dalam jurnal dan melalui sumber-sumber *online* yang relevan, *up-to-date*, dan dapat dipercaya, serta berkaitan langsung dengan topik penelitian yaitu Perencanaan Strategis *Integrated Marketing Communications* dan *Tools of IMC*.

### 3.5. Metode Pengujian Data

Menurut Jaya (Jaya, 2020), pemeriksaan data memiliki peran penting dalam mengukur tingkat ketelitian data yang dihasilkan dalam penelitian. Pada dasarnya, uji data digunakan untuk mengevaluasi seberapa dapat dipercayanya hasil penelitian tersebut. Terdapat empat kriteria yang digunakan dalam uji data, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), transferabilitas (*transferability*), keandalan (*reliability*), dan konfirmabilitas (*confirmability*). Dalam konteks penelitian tentang keterbacaan, setiap kriteria memiliki metode uji yang berbeda, yaitu:

#### 1. Kepercayaan (*Credibility*)

Tujuan dari kriteria ini adalah untuk mencapai pengukuran yang optimal, sehingga tingkat kepercayaan terhadap temuan data dapat dipenuhi dan diverifikasi oleh peneliti sesuai dengan realitas. Untuk mendapatkan data yang sesuai, proses pengamatan dapat diperpanjang, tingkat ketekunan



ditingkatkan, dilakukan triangulasi data, analisis mendalam dijalankan, dan *member check* digunakan.

2. Keteralihan (*Transferability*)

Kriteria keteralihan dalam penelitian menjadi landasan untuk validitas secara eksternal. Keteralihan merujuk pada sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan atau relevan dalam situasi lain, sehingga peneliti lain dapat mengambil kesimpulan yang tepat jika menghadapi konteks serupa. Dengan adanya transferabilitas, peneliti yang ingin mereplikasi atau melanjutkan penelitian ini dapat menggunakan kesimpulan dari penelitian ini sebagai panduan.

3. Kebergantungan (*Dependability*)

Kriteria ketergantungan menjadi aspek penting dalam penelitian untuk mengevaluasi apakah orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian tersebut. Dependabilitas juga menjadi standar bagi peneliti lain yang ingin menyelidiki fenomena yang berbeda dengan menggunakan metode yang serupa.

4. Kepastian (*Confirmability*)

Kriteria kepastian dalam penelitian kualitatif mirip dengan dependabilitas. Kriteria kepastian ini merupakan penilaian terhadap hasil penelitian yang diperoleh dari tahapan sebelumnya. Suatu penelitian dianggap memenuhi kriteria *confirmability* ketika hasil penelitian yang diperoleh merupakan hasil dari proses dan langkah-langkah yang telah dilakukan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan uji keabsahan data dengan fokus pada kriteria kepastian (*confirmability*), dimana tujuan peneliti adalah untuk memastikan dan mengonfirmasi secara lebih rinci pemahaman yang akan menjadi hasil akhir dari penelitian. Menurut Sugiyono (2017), pengujian *confirmability* merujuk pada tingkat objektivitas suatu penelitian yang dapat diukur dari sejauh mana hasil penelitian tersebut diterima oleh banyak pihak. Pengujian *confirmability* melibatkan evaluasi terhadap hasil penelitian dengan mempertimbangkan proses yang sudah dijalankan. Jika hasil penelitian dapat dijelaskan sebagai hasil dari

proses penelitian yang dilakukan dengan benar, maka penelitian tersebut dapat dianggap memenuhi standar *confirmability*.

Tujuan dari melakukan uji keabsahan data adalah untuk mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahpahaman atau interpretasi yang salah terhadap data, sehingga setiap pembaca dapat memahami makna data dengan benar. Dalam penelitian ini, keabsahan data dalam bentuk kepastian (*confirmability*) dicapai dengan mengirimkan bukti hasil transkrip wawancara kepada informan kunci yang telah diwawancarai oleh peneliti. Informan diminta untuk memeriksa transkrip tersebut dan peneliti akan menanyakan apakah transkrip tersebut mencerminkan dengan akurat penjelasan yang diberikan oleh informan selama proses wawancara.

### 3.6. Metode Analisis Data

Menurut (Jaya, 2020) juga dijelaskan bahwa metode analisa data adalah proses untuk mengolah suatu data guna memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan. Tahapan awal dalam analisis data melibatkan deskripsi data, yang sering kali diekspresikan dalam bentuk frekuensi, tabel, atau grafik, untuk memahami sifat-sifat data. Langkah kedua melibatkan induksi, yaitu menarik kesimpulan mengenai karakteristik populasi atau sampel data. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah *coding*.

*Coding* dalam konteks data kualitatif adalah proses memberikan label pada bagian-bagian data untuk mengidentifikasi, menandai, dan mengelompokkan data yang memiliki kesamaan, dengan tujuan untuk mengidentifikasi tema-tema dan mempermudah pengelolaan data (Susanto, 2022). Dalam proses analisis *coding*, peneliti memakai teknik pengkodean serta proses analisa data kualitatif untuk membantu mereka membuat keputusan berdasarkan data yang dikumpulkan. Proses ini bertujuan untuk memudahkan analisis data dan meningkatkan akurasi dalam penafsiran data.

Creswell menguraikan langkah-langkah dalam analisis data pengkodean menjadi tiga tahap, yaitu pengkodean terbuka (*open coding*), pengkodean aksial (*axial coding*), dan pengkodean selektif (*selective coding*) (Creswell, 2019)



1. *Open Coding*

*Open coding* adalah tahap awal dalam proses analisis data. Di tahap ini, peneliti memeriksa, memecah, mengategorikan, dan membandingkan data yang telah dikumpulkan dari teks wawancara atau hasil observasi sebelumnya. Selain itu, open coding juga melibatkan penamaan fenomena, penemuan kategori, dan pengorganisasian kategori tersebut. Peneliti akan memilih informasi berdasarkan kategori-kategori yang telah dibuat.

2. *Axial Coding*

*Axial Coding* merupakan proses yang difokuskan pada analisis hubungan antara berbagai kategori yang diperoleh dari *open coding*. Pada tahap axial coding, peneliti akan menyusun dan menghubungkan data setelah melalui proses open coding.

3. *Selective Coding*

*Selective Coding* merupakan tahap di mana peneliti melakukan seleksi kategori utama yang akan terhubung secara terstruktur dengan kategori lainnya. Pada tahap *selective coding*, peneliti mengonfirmasi konsistensi kategori-kategori yang telah diteliti sebelumnya. Selain itu, tahap ini juga mendorong peneliti untuk mengidentifikasi alur cerita dan menyusun cerita tersebut dengan mengaitkan kategori-kategori dari *axial coding*.

Metode pengkodean yang telah diuraikan di atas akan menjadi unit analisis yang digunakan oleh peneliti untuk memproses data yang diperoleh dari wawancara. Penggunaan coding umumnya merupakan langkah dalam analisis data kualitatif yang membantu peneliti dalam mengelola dan menemukan makna dari hasil wawancara yang dilakukan bersama informan.

### 3.7. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah cakupan objek analisis, yakni strategi *Integrated Marketing Communication* hanya melihat pada perencanaan strategis *Integrated Marketing Communication* Filmore Pharma yang sudah dilakukan sejak *launching* yaitu tahun 2022 hingga Mei 2024.