

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian, penulis menjelaskan terkait langkah-langkah metodologis yang diambil selama pelaksanaan penelitian ini. Bab ini mencakup tujuh subbab yang membahas terkait desain penelitian, lokasi dan informan penelitian, pengumpulan data, etis penelitian, analisis data, keabsahan data, serta lini masa penelitian.

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh sebuah *brand lingerie*. Maka pendekatan yang dipilih untuk mendukung penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Creswell (2013) menyatakan bahwa pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian untuk menggali serta memahami makna yang terkait dengan masalah sosial atau aspek manusia (hlm. 247). Dalam pendekatan kualitatif, penelitian masalah sosial cenderung memiliki fokus yang lebih terbatas dan mendalam, dengan variasi yang lebih sedikit.

Dalam tahap desain penelitian ini, penulis mengacu pada ciri-ciri yang diidentifikasi oleh Bogdan dan Biklen (1982) dalam Sugiyono (2013, hlm. 13), yang mencakup: a) dilakukan dalam keadaan alami, kontak langsung dengan sumber data, dan peran peneliti sebagai instrumen utama; b) sifatnya deskriptif. Data yang dikumpulkan berupa teks atau gambar; c) lebih menitikberatkan pada proses daripada hasil atau hasil akhir; d) analisis data dilakukan secara induktif; e) lebih berorientasi pada makna (menggali arti di balik data yang diamati).

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, pendekatan kualitatif menjadi pilihan yang sesuai untuk penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *brand Nipplets*. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penulis dapat mendalami atau menyelidiki secara lebih mendalam berdasarkan pengalaman terkait upaya-upaya yang telah dilakukan. Senada dengan Bungin (2001), maka

penelitian ini tidak dapat mencapai temuan melalui penggunaan prosedur statistik atau metode kualifikasi lainnya (Bungin, 2001).

Untuk mewujudkan tujuan penelitian ini, penulis menggunakan metode studi kasus. Metode studi kasus berfokus untuk mengungkap bagaimana proses suatu kasus terjadi. Creswell (1998) menyampaikan konsep serupa dengan menyatakan bahwa studi kasus adalah bentuk penelitian di mana peneliti menginvestigasi suatu fenomena khusus dalam konteks waktu dan situasi tertentu, serta mengumpulkan data secara menyeluruh dan mendalam. Sehingga metode studi kasus menunjang penelitian dalam menganalisis kerumitan suatu kasus (Stake, 1995, hlm. 4). Pandangan serupa dikemukakan oleh Simons (2009, hlm. 21) yang menjelaskan bahwa metode studi kasus merujuk pada upaya eksplorasi secara mendalam dalam berbagai sudut pandang terhadap kompleksitas dan keunikan suatu kasus yang kemudian dapat mencapai pemahaman yang mendalam mengenai subjek dari kasus tersebut.

Oleh karena itu, metode studi kasus dapat berperan sebagai penghubung guna menjawab pertanyaan penelitian ini karena sejalan dengan atribut dan maksud dari metode tersebut. Dalam mengeksplorasi strategi komunikasi pemasaran melalui konten pendidikan seks yang dilakukan oleh *brand* Nipplets, dibutuhkan metode yang dapat dilakukan secara mendalam dan terarah. Dengan menganalisis secara rinci kasus komunikasi pemasaran yang diterapkan, peneliti memiliki kesempatan untuk memperluas wawasan terhadap strategi, pelaksanaan, hambatan, serta langkah evaluasi yang diterapkan oleh *brand* tersebut. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif dan rinci, penulis akan membahas secara terperinci langkah-langkah metodologis yang telah dirancang dalam penelitian ini pada bagian-bagian berikutnya.

3.2 Lokasi dan Informan Penelitian

Dalam sebuah penelitian, diperlukan informan guna mencapai penelitian yang terarah dan mendalam. Informan atau subjek penelitian ini berperan penting dalam sebuah penelitian sebagai pemberi informasi mengenai data yang diperlukan. Informan pada penelitian kualitatif berkaitan dengan bagaimana langkah yang

ditempuh peneliti agar data dan informasi dapat diperoleh (Bungin, 2007, hlm. 107). Maka pemilihan informan penelitian ini dilakukan pada *brand* Nipplets yang berlokasi di Jakarta Barat.

Untuk memperoleh informan penelitian yang memiliki relevansi dengan tujuan dan permasalahan yang ada dalam penelitian ini, penulis sebagai peneliti perlu mengikuti serangkaian langkah-langkah dalam proses pemilihan informan penelitian. Terkait dengan hal tersebut, peneliti memilih informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013) *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel menggunakan pertimbangan tertentu dan lebih cocok digunakan untuk penelitian kualitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi.

Kemudian dalam usaha untuk lebih rinci dalam menentukan informan dalam penelitian ini, peneliti juga menerapkan metode *criterion sampling*. Seperti yang dijelaskan oleh Patton (2002, hal. 67), seleksi informan dapat dilakukan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang spesifik dan relevan dengan topik penelitian, dengan tujuan untuk membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan penelitian. Berdasarkan pendekatan ini, beberapa kriteria yang penulis tetapkan untuk memilih informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Informan merupakan CEO dari *brand* @nipplets_official;
2. Informan merupakan ketua/anggota divisi *social media* dari *brand* @nipplets_official;
3. Informan merupakan bagian Head Creative Director dari *brand* @nipplets_official.

Berdasarkan pencarian tahap awal, penulis memperoleh sejumlah informan yang telah memenuhi kriteria di atas. Sejumlah informan yang dapat dilibatkan dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Daftar Informan Penelitian

No.	Informan	Divisi	Status
1.	Ida Swasti	-	CEO
2.	Ilyavery Ezrisa Maheswari Simanjuntak	<i>Marketing</i>	Creative Director
3.	Dina Oktavia	Creative Marketing	Social Media Officer

Sumber: Arsip Peneliti, 2023

Adapun proses prekrutan informan pada penelitian ini dibagi menjadi beberapa tahap. **Pada tahap pertama**, penulis melakukan pencarian akun pribadi media sosial CEO dari *brand @nipplets_official*. Penulis melakukan pencarian pada media sosial Instagram dikarenakan CEO dari *brand @nipplets_official* tersebut memiliki akun resmi di Instagram.

Setelah penulis memperoleh akun resmi media sosial dari CEO *brand @nipplets_official*, penulis menghubungi secara resmi dan formal melalui email yang tercantum pada profil media sosial Instagram CEO *brand @nipplets_official*. Pada kesempatan tersebut, penulis memperkenalkan diri, menjelaskan maksud dan tujuan penelitian, dan melampirkan surat izin penelitian sebagai permohonan partisipasi pemilik *brand @nipplets_official* sebagai informan dalam penelitian ini.

Setelah permohonan tersebut mendapatkan persetujuan, Asisten Pribadi CEO *brand @nipplets_official* memberikan kontak yang berupa nomor ponsel yang tertaut pada aplikasi WhatsApp, sehingga dalam membangun hubungan, komunikasi dan koordinasi penulis menghubungi calon pihak informan secara personal melalui aplikasi tersebut. Selanjutnya, penulis mengulang kembali proses perkenalan diri seperti yang sebelumnya dilakukan, termasuk penjelasan mengenai maksud dan tujuan penelitian. Tidak lupa, penulis juga akan menyertakan kembali surat izin penelitian dan proposal penelitian sebagai konfirmasi bahwa legalitas penelitian ini sudah diakui oleh mereka.

Setelah informan menyetujui ketersediannya untuk menjadi informan dalam penelitian ini, **tahap terakhir** adalah penulis dan informan akan berkoordinasi untuk merencanakan jadwal lebih lanjut yang mencakup rincian lokasi dan waktu pelaksanaan wawancara. Rincian teknis dari hasil penjadwalan tersebut dapat diamati pada subbab “3.3.1 Wawancara”.

Azkiya Chumaira, 2024

KOMODIFIKASI KONTEN PENDIDIKAN SEKS SEBAGAI MEDIUM KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM BIDANG BUSANA (STUDI KASUS PADA BRAND @nipplets_official)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Untuk menyelesaikan tahap seleksi ini, peneliti mengirimkan lembar persetujuan dalam format berkas Word (.doc) melalui jalur komunikasi yang sama, yakni ruang pribadi dalam aplikasi WhatsApp. Sebagai tindakan yang secara tegas menunjukkan persetujuan, para informan akan menandatangani dokumen tersebut, yang dapat ditemukan dalam "Lampiran: 3". Rincian yang lebih komprehensif mengenai isi lembar persetujuan dan langkah-langkah etis yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat dijelaskan lebih lanjut dalam subbab "3.6 Isu Etik Penelitian". Pada bagian berikutnya, penulis akan mengulas informasi seputar lokasi dalam kerangka penelitian ini.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Wawancara

Dalam melakukan pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik wawancara. Wawancara merupakan proses interaksi dengan tujuan mengumpulkan informasi melalui tanya jawab antara peneliti dan subjek penelitian. Jenis wawancara yang akan digunakan peneliti adalah wawancara mendalam (*in-depth*). Menurut Cresswell (2013), wawancara mendalam merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang paling umum digunakan pada penelitian kualitatif.

Lebih lanjut, jenis wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara semi terstruktur (*semi-structure interview*) dan terbuka sehingga peneliti menyiapkan instrumen penelitian yang dijadikan sebagai pedoman, namun tetap memungkinkan adanya pertanyaan yang akan lebih mendalam seiring dengan berjalannya wawancara. Rachmawati (2007) mengungkapkan bahwa dalam pelaksanaan wawancara semi terstruktur, pertanyaan disampaikan secara lebih fleksibel atau mengikuti alur dari respons informan.

Wawancara jenis ini digunakan guna menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana subjek penelitian dimintai pendapat, dan ide-idenya (Sugiyono, 2013, hlm. 233). Pendapat lain disampaikan oleh Bungin (2007) wawancara semi terstruktur adalah suatu metode untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian melalui interaksi tanya jawab secara langsung

antara pewawancara dan informan. Proses ini dilakukan dengan tatap muka, dan bisa dilakukan dengan atau tanpa panduan wawancara.

Namun dalam pelaksanaannya, peneliti tidak melakukan wawancara secara langsung/tatap muka, akan tetapi peneliti melakukan wawancara secara daring/virtual. Hal tersebut dilakukan atas permintaan pihak *brand* yang tidak dapat melakukan wawancara secara langsung. Menurut Hanna (dalam Salmons, 2014) dalam menggunakan metode wawancara daring/virtual, peneliti dapat memberi informan kendali atas proses penelitian dengan memberikan mereka pilihan antara *online*, telepon, atau tatap muka atau dapat berupa melalui video konferensi atau wawancara tertulis. Setelah peneliti memberikan beberapa pilihan *platform* yang dapat digunakan, informan memilih untuk melakukan wawancara tertulis secara daring dengan memanfaatkan aplikasi berbasis chat, yakni WhatsApp.

Dalam hal ini penulis berpacu pada teknis pedoman wawancara secara daring/virtual yang dikemukakan oleh Salmons (2014). Dalam bukunya yang berjudul “Qualitative Online Interviews” ia mengungkapkan bahwa peneliti dapat menggunakan pilihan wawancara secara daring/virtual di tempat yang tidak mengizinkan kehadiran fisik, seperti rumah sakit atau tempat kerja tertutup, atau di tempat yang kehadiran orang luar mungkin mengganggu. Dengan metode ini juga dinilai fleksibel, tidak menimbulkan stres, dan lebih nyaman karena mereka dapat diwawancarai di tempat yang familiar.

Setelah memilih *platform* yang akan digunakan untuk wawancara, langkah berikutnya adalah melakukan wawancara yang menjadi sumber utama pengumpulan data dalam penelitian ini. Dikarenakan wawancara dilakukan secara tertulis secara daring, maka wawancara dimulai dengan mengirimkan daftar pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti. Jumlah pelaksanaan wawancara ini sesuai dengan jumlah informan dalam penelitian ini. Wawancara diadakan secara personal dengan tujuan untuk menciptakan lingkungan yang nyaman dan mendukung, sehingga para informan merasa lebih terbuka dalam memberikan dan berbagi informasi sebagai jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

Peneliti juga tidak mengukur waktu informan dalam menjawab pertanyaan wawancara yang telah peneliti ajukan karena wawancara yang dilakukan bersifat tertulis. Kemudian, terkait dengan banyaknya pertanyaan yang diberikan dalam sesi wawancara, pada awalnya penulis menyampaikan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun dalam panduan wawancara. Namun, peneliti juga dapat mengembangkan pertanyaan-pertanyaan tersebut untuk memperdalam pengumpulan data penelitian.

Setelah seluruh proses wawancara selesai, tahap berikutnya yang biasa dilakukan oleh peneliti pada umumnya adalah dengan mentranskrip secara lisan. Namun proses ini juga tidak bisa dilakukan karena jawaban yang diberikan informan sudah dalam bentuk tulisan, sehingga tahapan berikutnya yang peneliti lakukan adalah melakukan reduksi/memberikan kode pada data yang telah didapat. Detil mengenai langkah tersebut bisa ditemukan dalam subbagian "3.5. Analisis Data" yang membahas proses reduksi data.

3.4 Etis Penelitian

Peneliti sangat menjunjung tinggi etika di dalam sebuah penelitian. Maka, peneliti akan menjelaskan etis penelitian yang diterapkan selama proses penelitian berlangsung. Pertama, peneliti terlebih dahulu mengajukan persetujuan ketersediaan informan penelitian. Persetujuan tersebut peneliti lakukan secara informal yaitu dengan menghubungi informan secara pribadi melalui *direct message* Instagram dengan turut menjelaskan secara rinci mengenai maksud dan tujuan dari penelitian ini.

Kemudian, peneliti akan menyediakan formulir persetujuan yang dapat ditandatangani oleh informan. Hal ini bertujuan agar informan dan peneliti dapat mencapai kesepakatan bersama sebelum proses pengumpulan data dilakukan. Dengan menggunakan formulir tersebut, penulis memberikan informasi kepada informan mengenai hak-hak yang mereka miliki sebagai subjek penelitian. Rincian formulir dapat dilihat di "Lampiran: 3". Penulis juga menjelaskan kepada informan mengenai jaminan yang diberikan, meliputi anonimitas identitas baik secara personal maupun perusahaan, keamanan, dan privasi informasi yang mereka

bagikan. Selanjutnya, penulis akan menyusun surat rekoemndasi penelitian dari fakultas untuk memastikan bahwa penelitian ini dilakukan dengan izin resmi dari pihak kampus.

3.5 Analisis Data

Sebuah penelitian tentunya tidak akan terlepas dari analisis data. Analisis data juga merupakan kegiatan yang sangat penting dalam suatu penelitian. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dianggap sebagai hal yang kritis (Sugiyono, 2013, hlm. 244). Muhadjir (1998) menjelaskan bahwa analisis data merupakan upaya dalam mencari dan menyusun catatan hasil observasi, wawancara, dan sebagainya secara sistematis guna meningkatkan pemahaman peneliti mengenai kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain (dalam Rijali, 2019, hlm. 84). Dalam melakukan analisis data, data diorganisasikan, disusun ke dalam pola, dipilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan dibuat kesimpulan yang mudah dipahami baik oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2013, hlm. 244). Singkatnya, analisis data merupakan proses pencarian dan penyusunan data yang diperoleh secara sistematis.

Untuk itu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan analisis data dari data yang telah diperoleh melalui wawancara yang nantinya akan dijadikan hasil temuan guna dicari bentuk model sesuai hasil akhir atau tujuan yang diharapkan peneliti pada penelitian ini. Guna menunjang proses analisis data, peneliti menggunakan analisis data Model Miles & Huberman (1992). Terdapat tiga tahapan pada Model Miles & Huberman (1992) yang akan dilakukan peneliti dalam melakukan analisis data yakni sebagai berikut.

3.5.1 Reduksi Data

Di tahap awal, peneliti tentunya akan mendapatkan beragam data dari hasil observasi di akun Instagram @nipplets_official dan wawancara dengan tim @nipplets_official yang diperoleh oleh peneliti dalam proses pengumpulan data. Data yang diperoleh akan bersifat mentah dan beragam, maka dari itu peneliti perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data artinya merangkum data yang telah diperoleh, memilah hal-hal yang bersifat pokok dan berfokus kepada hal-hal penting, serta dicari tema dan polanya (Sugiyono, 2013, hlm. 247).

Hal ini dilakukan guna memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam mereduksi data, peneliti dapat dibantu dengan memberikan kode kepada aspek-aspek tertentu.

Pengkodean atau yang disebut *coding* merupakan aktivitas dalam memberikan kode terhadap segmen-segmen data. Pada tahap ini, peneliti akan membuat tabel kolom, dimana terdapat tiga bagian, yakni satu kolom untuk data yang masih mentah dan dibuat kode sederhana (*open coding*), satu kolom di tengah untuk memberikan kode awal dan dihubungkan ke kode lain (*axial coding*), serta satu kolom terakhir untuk memberikan kode akhir (*selective coing*) setelah semua pemaknaannya sama. Langkah-langkah dalam membuat kode (*coding*) dapat dilihat sebagai berikut:

1. *Open coding*, proses memberi kode dimana akan mengidentifikasi kategori-kategori data berdasarkan indikator dan dimensi yang muncul. Data yang telah dikategorikan kemudian difokuskan kembali guna menentukan label kode untuk setiap temanya. Kemudian, data akan dikelompoknya berdasarkan atribut-atributnya seperti, frekuensi, ruang lingkup bahasan, intensitas kajian, dan sebagainya. Lalu, dari tiap dimensi yang ada akan diukur berdasarkan intensitasnya seperti sering-tidaknya, luas-sempitnya, dangkal-dalamnya kajian, lama atau sebatasnya pelaksanaan, dan sebagainya.
2. *Axial coding*, kategori-kategori yang berhasil diungkap dan difokuskan kemudian akan dihubungkan satu sama lain. Peneliti mulai melakukan perorganisasian serangkaian kode awal atau konsep terdahulu yaitu, mempertanyakan sebab-akibat, kondisi dan interaksi, strategi dan proses, dan mencari kategori atau konsep yang dapat dikelompokkan.
3. *Selective coding*, proses dimana peneliti melakukan seleksi kategori-kategori yang telah dihimpun pada tahap sebelumnya untuk menemukan kategori inti atau sentral, secara sistematis dapat dipakai secara konseptual untuk merangkai dan mengintegrasikan kategori-kategori lain dalam suatu jaringan sehingga mendapatkan pemaknaan akhir atau inti makna.

3.5.2 Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, data yang disajikan dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sebagainya (Sugiyono, 2013, hlm. 249). Penyajian data ini dilakukan dengan tujuan memudahkan peneliti dalam memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya. Dalam hal ini, peneliti juga akan menyajikan hasil reduksi ke dalam teks naratif guna menjelaskan secara rinci data yang diperoleh.

Setelah dilakukan reduksi data, peneliti akan melakukan penyajian data. Penyajian data perlu disajikan ke dalam bentuk yang sistematis guna mempermudah peneliti dalam melakukan analisis. Penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks bersifat naratif (Miles & Huberman dalam Sugiyono, 2017, hlm. 249). Melalui transkrip yang dibuat menjadi *coding* yang dilakukan oleh peneliti akan dinarasikan kecocokan teori yang ada, dengan apa yang dipaparkan oleh informan penelitian.

3.5.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir yang dilakukan peneliti dalam melakukan analisis data yakni penarikan kesimpulan dan verifikasi terhadap data-data yang diperoleh sebelumnya. Penarikan kesimpulan ini dilakukan untuk memudahkan informasi yang dihasilkan serta memverifikasi hasilnya kepada dosen pembimbing atau pihak lainnya. Artinya, setelah dibuat kesimpulan, peneliti akan melakukan verifikasi kembali ke lapangan guna memastikan bahwa data yang diperoleh peneliti merupakan data yang valid dan konsisten.

3.6 Keabsahan Data

Guna mencapai penelitian yang baik, data yang diperoleh haruslah valid dan reliabel. Dalam proses pemeriksaan, terdapat empat unsur yang perlu diperhatikan ketika menguji keabsahan data yakni, kredibilitas, keteralihan, kebergantungan, dan kepastian (Bachri, 2010). Untuk itu, peneliti akan menguji keabsahan data terlebih dahulu dalam pengumpulan data. Peneliti harus melakukan pemeriksaan guna memastikan keabsahan data yang telah diperoleh. Oleh karena itu, peneliti menggunakan multimetode/triangulasi. Triangulasi merupakan pendekatan yang

menggunakan beberapa metode dan secara umum dilakukan oleh peneliti saat mengumpulkan dan menganalisis data. Dalam studi kasus, memandang kasus dari berbagai perspektif dapat menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam dan mencapai tingkat kebenaran yang lebih tinggi (Moleong, 2006, hlm. 10). Selain itu, Patton (2002, hlm. 102) juga merekomendasikan penggunaan triangulasi sebagai cara untuk memperkuat penelitian melalui gabungan metode.

Dalam konteks penelitian ini, proses keabsahan data diperiksa melalui dua tahap. Pertama, saat penulis mengolah data, dan kedua, ketika penulis memverifikasi temuan lapangan dengan ahli. Dalam kedua tahap ini, penulis menerapkan dua teknik triangulasi yang berbeda. Pertama adalah teknik triangulasi *member checking* saat pengolahan data, dan kedua adalah teknik triangulasi ahli saat memverifikasi temuan penelitian. Penjelasan lebih lanjut mengenai kedua teknik triangulasi ini akan diuraikan dalam dua subbab berikutnya.

3.6.1 Memberchecking

Memberchecking merupakan proses mengulang sebuah data yang dilakukan peneliti dari sumber data (Cresswell, 2009, hlm. 191). Dalam arti lain, *memberchecking* adalah metode keabsahan data di mana penulis mengonfirmasi kembali temuan penelitian kepada informan yang telah berpartisipasi sebagai subjek penelitian. Dalam hal ini, peneliti melakukan *memberchecking* sebelum menganalisis temuan penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara.

Proses verifikasi terhadap informan dalam penelitian ini dilakukan melalui kontak langsung dengan para informan terkait. Peneliti akan menghubungi informan secara pribadi dan mengajukan ulang pertanyaan yang berkaitan dengan hasil penelitian yang dianggap perlu untuk mendapatkan konfirmasi lebih lanjut. Setiap masukan yang diberikan oleh informan akan menambah nilai pada data yang mungkin terlewatkan. Berkaitan dengan ini, rekapitulasi temuan penelitian yang telah dikonfirmasi kembali pada para informan dapat diamati pada “Lampiran: 7”.

3.6.2 Triangulasi Ahli

Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa teknik pengumpulan data yang sifatnya triangulasi adalah untuk memahami secara luas dan mendalam terkait

situasi sosial yang diteliti. Lebih lanjut, triangulasi data merupakan suatu teknik pengumpulan data yang bersifat gabungan atau simultan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber yang telah diperoleh. Analisis data ini bersifat induktif. Triangulasi digunakan guna membangun pembenaran tema-tema terkait (Zamili, 2015, hlm. 294). Sejalan dengan (Mekarisce, 2020) triangulasi data dilakukan dengan tujuan meningkatkan kekuatatan teoritis, metodologis, maupun interpretatif dari pendekatan kualitatif. Singkatnya, triangulasi merupakan kegiatan dalam menguji keabsahan data dengan melakukan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, dan waktu.

Setelah peneliti memeriksa validitas data penelitian yang telah terkumpul, langkah berikutnya adalah menguji reliabilitas data menggunakan teknik triangulasi pengamat. Dalam teknik ini, pihak eksternal yang bukan bagian dari penelitian berperan sebagai pengamat yang akan mengevaluasi temuan peneliti (Denzin & Lincoln, 2017). Pendekatan ini juga dikenal sebagai "expert judgment," di mana seorang ahli memberikan masukan dan tanggapan terhadap data yang dikumpulkan. Tujuannya adalah untuk memastikan relevansi dari temuan penelitian, mengukur apakah pernyataan dari informan memiliki kecocokan dengan perspektif ahli. Data dianggap reliabel jika terdapat kesesuaian antara sudut pandang dan hasil pernyataan antara informan dan ahli.

Mengenai seleksi informan ahli, peneliti mendatangkan satu ahli yang sesuai dengan jumlah permasalahan penelitian yang dirumuskan. Langkah ini didasarkan pada alasan bahwa setiap permasalahan penelitian perlu dikonfirmasi oleh ahli yang memiliki kepakaran di bidangnya. Informan ahli yang terlibat dalam penelitian ini serta bidang keahlian masing-masing adalah sebagai berikut:

1. Informan Ahli yang merupakan seorang akademisi di bidang ilmu pemasaran.

3.7 Lini Masa Penelitian

Tabel 3.2 Lini Masa Penyusunan & Sidang Seminar Proposal

No.	Uraian Kegiatan	2022		
		Februari	Maret	April
1.	Penyusunan Seminar Proposal			
2.	Sidang Seminar Skripsi			

Tabel 3.3 Lini Masa Penyusunan Pendahuluan

No.	Uraian Kegiatan	2023			
		April	Mei	Juni	Juli
1.	Penyusunan BAB 1 Pendahuluan Skripsi				

Tabel 3.4 Lini Masa Penyusunan Kajian Pustaka hingga Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

No.	Uraian Kegiatan	2023				
		Ags	Sept	Okt	Nov	Des
1.	Penyusunan BAB 2 Kajian Pustaka Skripsi					
2.	Penyusunan BAB 3 Metodologi Skripsi					
3.	Pengumpulan Data Wawancara Penelitian					
4.	Proses Analisis Data					
5.	Penyusunan BAB 4 Skripsi					
6.	Penyusunan BAB 5 Skripsi					

6.	Pengumpulan Skripsi					
7.	Sidang Skripsi					