

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus adalah penelitian yang mempertimbangkan fenomena kontemporer secara holistik dan menyeluruh dalam situasi kehidupan nyata dengan menggunakan berbagai sumber data.¹ Penelitian eksploratif ini dapat dilakukan dengan menelaah rekaman kasus-kasus khusus masalah hukum, sosial, politik, budaya, komunikasi, pemasaran, kehumasan, dan berbagai layanan publik lainnya yang dimuat di berbagai media. Studi kasus (*case studies*), yaitu studi dengan unsur-unsur perusahaan yang relevan dengan populasi tertentu. Studi kasus yang dipilih tidak bersifat umum dan terbatas pada kasus tertentu yang sedang dipelajari di objek tertentu atau perusahaan terkait. Peneliti harus mencatat bahwa berdasarkan sifatnya kasus atau fenomena saat ini, Anda perlu mengumpulkan data dari berbagai sumber untuk mengetahui apa yang sedang terjadi.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan esensi penelitian deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa teks atau bahasa manusia dan perilaku yang dapat diamati.

Menurut Strauss dan Corbin (1997), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan pengetahuan yang tidak dapat diperoleh dengan metode statistik atau kuantitatif. Penelitian kualitatif ini dapat digunakan untuk mempelajari kehidupan masyarakat, sejarah, perilaku, organisasi fungsional, peristiwa khusus, gerakan sosial, dan kekerabatan keluarga..²

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang tidak hanya mendeskripsikan tetapi juga mengintegrasikan (*sintetis*). Tidak hanya klasifikasi, tetapi juga

¹ Imam Gunawan, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* : Teori dan Praktik, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), Hal. 121

² Rosady Ruslan, *Metodelogi Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2006) Hal. 212

organisasi. Dari penelitian deskriptif, berbagai studi korelasi dan studi eksperimental telah dikembangkan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati *branding department* Isna Glow Skincare melalui teknik pengumpulan data survey, dokumentasi, dan observasi langsung terhadap aktivitas branding department tersebut terkait strategi komunikasi skin care Isna Glow dalam menyampaikan pesan halal *Skincare Isna Glow*.

B. Setting Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini di rumah distributor yang beralamatkan di Desa Kertomulyo RT 02 RW 02 Kecamatan Trangkil kabupaten Pati, tempat penulis melakukan penelitian, sehingga penulis terlibat langsung dalam proses pemasaran. Penulis juga dapat mencermati jalannya penelitian secara langsung dan berbagai permasalahan yang muncul dalam pemasaran produk skincare Isna Glow, sehingga tujuan penelitian strategi komunikasi pemasaran brand skincare Isna glow skincare dapat tercapai dengan baik.

C. Subyek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah divisi *Brand* Skincare Isna Glow sebagai sumber untuk peneliti mendapatkan keterangan dan data, sedangkan yang menjadi objek dari penelitian ini adalah strategi komunikasi dalam menyampaikan pesan halal *brand Skincare Isna Glow* melalui kegiatan *Public Relations*. Dalam hal ini yang akan dimintai keterangan dan pengalaman dalam penelitian adalah pemilik skincare, reseller, Agen dan distributor serta pengguna produk skincare Isna Glow.

D. Sumber Data

Sumber data menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer atau data dari tangan pertama adalah data yang diperoleh secara langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data dengan informasi yang rinci. Adapun sumber data primer yang penulis gunakan antara lain PT yang memproduksi Skincare Isna glow, Pemilik Brand Skincare Isna Glow, dan sosial media yang digunakan untuk menyampaikan pesan halal produk skincare Isna glow.
2. Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh peneliti tidak langsung dari subyek penelitian, tetapi dari pihak lain atau data yang dikutip dari sumber lain. Beberapa sumber data sekunder

antara lain internet, dokumen-dokumen, majalah, tabloid dan sebagainya.³

E. Teknik Pengumpulan Data

Langkah-langkah dalam teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara (interview)

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung tatap muka antara penanya dengan narasumber. Menurut Burhan Bungin wawancara berstruktur adalah dimana pewawancara dapat dengan leluasa memberikan pertanyaan menggunakan pedoman wawancara. Dalam hal ini yang akan diwawancarai dalam penelitian adalah pemilik skincare, reseller, Agen dan distributor serta pengguna produk skincare Isna Glow

2. Observasi dalam penelitian yang berarti pengamatan. Proses pengamatan dilakukan sengaja, secara sistematis, mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung tanpa menggunakan mediator. Dengan cara mengamati, mencatat, memilih dan menganalisis bahan data-data penelitian. Dalam penelitian ini yang akan diobservasi adalah media yang digunakan dalam menyampaikan pesan halal brand skincare Isna Glow dan berapa lama produk skincare Isna Glow dapat memberi efek perubahan di wajah para pemakai.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu instrumen pengumpulan data. Bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Berbentuk tulisan-tulisan catatan buku, gambar, dokumen publik ataupun dokumen pribadi. Metode dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data-data tentang struktur pegawai pemasaran produk, gambar produk skincare Isna Glow, dan hasil perubahan setelah menggunakan skincare Isna Glow.

³ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Bandung, tp, 1982), Hal. 163.