

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Metode dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam memaparkan dan menganalisis data yang telah didapatkan dalam bentuk yang deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengungkapkan suatu keadaan maupun suatu objek dalam konteksnya, di mana menemukan pemahaman yang mendalam mengenai masalah yang dihadapi, yang tampak dalam data berupa gambar, kata maupun kejadian dalam “*natural setting*” (Ibrahim et al., 2018). Dengan demikian penelitian ini menganalisis data baik secara visual maupun verbal yang didapatkan dari Outside secara mendalam untuk memahami bagaimana strategi *brand communication* yang digunakan hingga Outside berhasil meningkatkan *brand awareness* dari *target audience*.

#### 3.2. Metode Pengumpulan Data

##### 3.2.1. Data Primer

a. Observasi

Observasi terhadap penggunaan strategi *brand communication* yang dipublikasikan Outside di media digital (Instagram, TikTok, dan website *official* Outside) serta respon dari *target audience* Outside untuk mengetahui pengaruh terhadap *brand awareness* seperti jumlah *likes* dan *views* dari konten.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada narasumber yang termasuk bagian dari *target audience* untuk melengkapi data yang dibutuhkan. Wawancara akan mengerucut pada dominan Gen Z berusia 15-35 tahun yang mengetahui perkembangan tren, aktif menggunakan media sosial dan *e-commerce*, mengerti bahasa Inggris serta menyukai susu ataupun kopi.

##### 3.2.2. Data Sekunder

a. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk mengumpulkan data objek penelitian yang tersedia serta teori-teori pendukung penelitian baik melalui jurnal, artikel ataupun buku secara *online* maupun *offline* tentang *brand communication*, *brand awareness* serta *target audience*

### **3.3. Instrumen Penelitian**

- a. Laptop dan internet, sebagai alat untuk mengumpulkan serta mengolah data dan referensi yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian.
- b. *Handphone*, sebagai alat untuk mendokumentasi hasil wawancara maupun data yang diperoleh melalui observasi

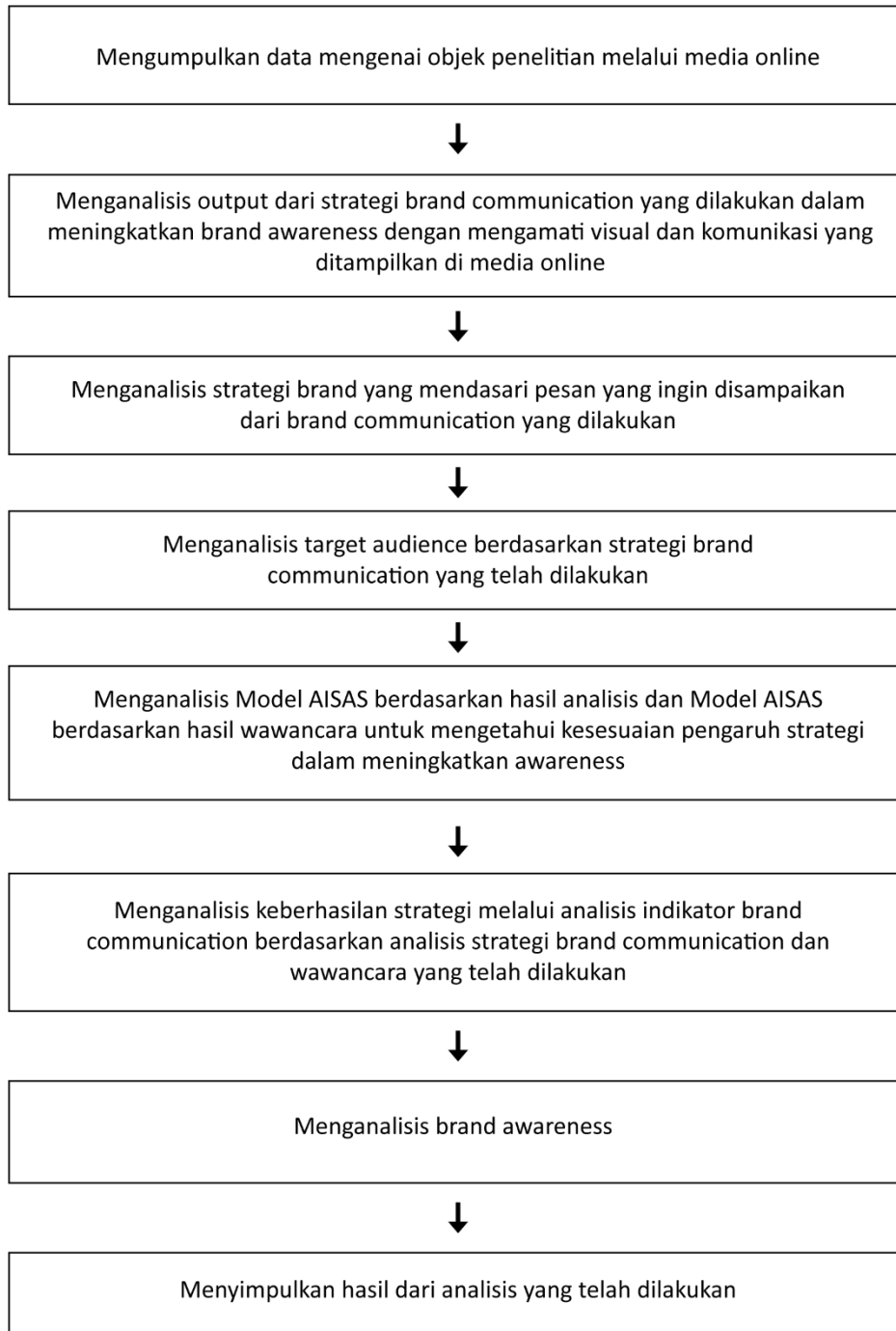
### **3.4. Metode Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus untuk menganalisis data yang didapatkan. Menurut Baxter dan Jack (2008), studi kasus merupakan kerangka penelitian kualitatif yang menyediakan sarana bagi peneliti untuk mempelajari fenomena yang kompleks dengan memanfaatkan berbagai macam data (dalam Muratovski, 2016). Setelah mengumpulkan data, analisis dapat dilakukan melalui 5 tahap, yaitu mengorganisir detil-detil mengenai kasus, kemudian mengategorikan data yang berhubungan, mengintegrasikan semua hal yang mengarah pada satu pernyataan, mengidentifikasi pola yang terdapat di dalamnya hingga menyimpulkan hasil akhirnya.

### **3.5. Definisi Operasional**

Menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh Oatside untuk mencapai kelompok yang dituju melalui strategi komunikasi, identitas dan *personality brand* yang ditampilkan pada media digital, serta pengaruhnya pada tingkat kesadaran terhadap produk dari kelompok yang dituju.

### 3.6. Prosedur Penelitian



Gambar 3.1. Prosedur Penelitian

Sumber : Dokumentasi pribadi