

3. METODE PENELITIAN

Iklan Bank BTN HUT RI ke – 76 merupakan salah satu iklan dari Bank BTN yang menggunakan *storytelling* dalam iklannya untuk menunjukkan *corporate image* BTN sebagai bank keluarga. Pada iklan tersebut, tema yang diangkat adalah bagaimana sebuah keluarga dapat menjadi pahlawan bagi satu sama lain dalam menghadapi kebosanan karena pandemi covid-19. Cerita merupakan gambaran umum dari keluarga-keluarga di Indonesia yang merayakan peringatan kemerdekaan hanya di rumah saja, tidak seperti tahun-tahun yang lalu. Tentu saja penggunaan karakter keluarga bertujuan untuk menunjukkan *corporate image* BTN. Iklan ini dibawakan khas dengan gaya iklan bertema keluarga. Dari hal-hal tersebut, metode pengumpulan data yang dapat digunakan dalam menganalisis *storytelling* dalam pembentukan *corporate image* Bank BTN adalah kualitatif.

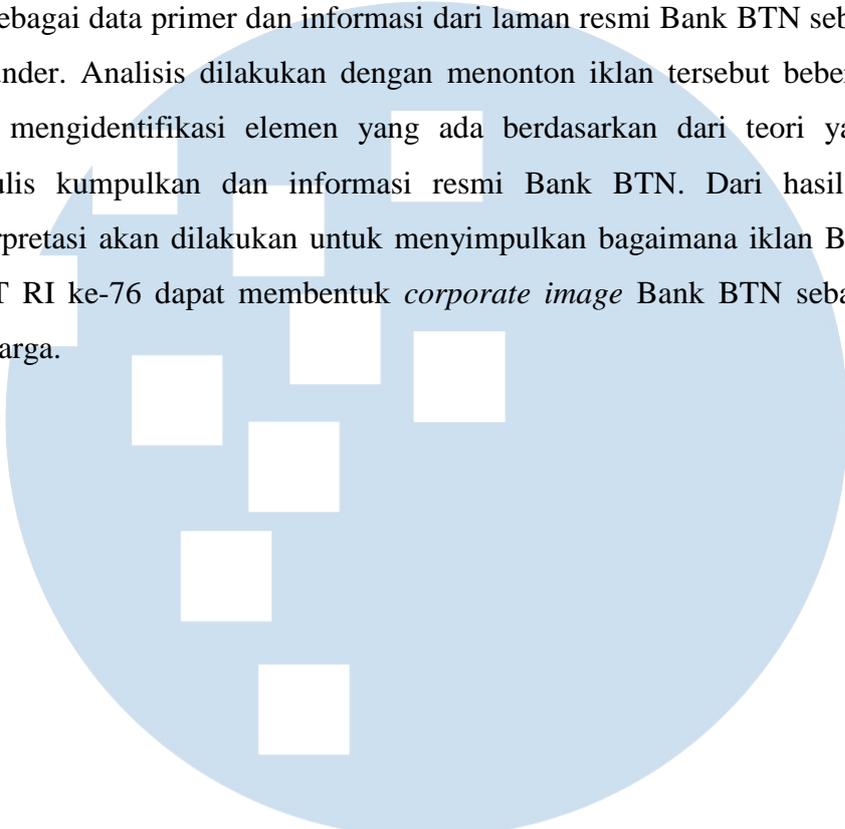
3.1. Penelitian Kualitatif

Metode kualitatif adalah penelitian yang memahami makna individu atau kelompok yang menjadi akar dari masalah sosial dan kemanusiaan (Creswell & Creswell, 2018). Kualitatif merupakan metode penelitian dimana peneliti mengumpulkan dan menafsirkan data yang telah didapatkan, sehingga peneliti terlibat menjadi bagian penelitian bersamaan dengan partisipan dan data yang didapatkan (Strauss & Corbin, 2015). Pengumpulan data dapat dikumpulkan dengan melibatkan partisipan, analisis dokumen yang memiliki tema terkait dengan masalah dan menginterpretasikan data yang sudah ada (Creswell & Creswell, 2018). Data yang telah diinterpretasi akan membantu peneliti dalam menemukan jawaban dari masalah penelitiannya.

3.2. Analisis Dokumen dan Interpretasi Data

Dalam studi kasus ini, metode kualitatif yang penulis gunakan adalah analisis dokumen dan interpretasi data. Setiap dokumen memiliki keunikannya masing-masing, sehingga perlu pertanyaan, metode dan konsep untuk membantu analisis agar penafsiran dan pemahaman dapat dicapai (Asdal, 2021). Dalam

studi kasus ini, dokumen yang digunakan adalah iklan Bank BTN HUT RI ke-76 sebagai data primer dan informasi dari laman resmi Bank BTN sebagai data sekunder. Analisis dilakukan dengan menonton iklan tersebut beberapa kali, lalu mengidentifikasi elemen yang ada berdasarkan dari teori yang telah penulis kumpulkan dan informasi resmi Bank BTN. Dari hasil analisis, interpretasi akan dilakukan untuk menyimpulkan bagaimana iklan Bank BTN HUT RI ke-76 dapat membentuk *corporate image* Bank BTN sebagai bank keluarga.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA