

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif akan didukung dengan paradigma Interpretatif, untuk menginterpretasikan realitas objektif melalui observasi mendalam dan analisis sistematis terhadap kampanye periklanan “*Financial Fears*” dari Danamon. Paradigma ini mengakui realitas sosial yang bersifat kompleks, tetapi tetap berusaha memahami fenomena secara objektif melalui metode ilmiah. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus yang bersifat deskriptif dan eksplanatori, penelitian ini dapat mengungkap hubungan antara strategi pemasaran berbasis budaya global dengan respons audiens secara lebih teratur.

Dalam penelitian kualitatif, paradigma interpretif berperan penting karena membawa serta asumsi-asumsi filosofis seperti pandangan tentang realitas (ontologi), cara memperoleh pengetahuan (epistemologi), nilai yang mempengaruhi penelitian (aksiologi), serta metode yang digunakan (metodologi). Dalam praktiknya, penggunaan paradigma interpretif bisa berbeda-beda tergantung pendekatan dan tujuan peneliti. Namun, ada ciri umum yang dapat dikenali, yaitu fokus pada pemahaman isu sosial tertentu, serta pendekatan yang sensitif terhadap peserta dan konteks. Dengan memahami dan memilih kerangka interpretif yang tepat, peneliti dapat membangun penelitian kualitatif yang lebih bermakna, etis, dan relevan dengan kondisi nyata di masyarakat (**Creswell & Poth, 2018**).

Dalam konteks ini, paradigma interpretatif memungkinkan peneliti memahami bagaimana makna budaya seperti *Halloween* dikonstruksi oleh *brand* dan dipersepsi oleh audiens. Kerangka ini mendukung eksplorasi terhadap bagaimana audiens menafsirkan pesan, bagaimana identitas dan nilai budaya terbentuk melalui simbol dan narasi, serta bagaimana respons mereka mencerminkan pengalaman sosial yang kompleks. Melalui paradigma ini, yang diyakini bahwa realitas sosial dibentuk melalui pengalaman dan interpretasi

subjektif individu. Oleh karena itu, pemaknaan terhadap realitas dalam penelitian ini bersumber dari perspektif para informan, bukan dari peneliti secara objektif. Penggunaan paradigma interpretatif dalam penelitian ini akan membantu menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam, reflektif, dan kontekstual terhadap strategi komunikasi dan konstruksi makna budaya dalam pemasaran. Dengan demikian, penjelasan tersebut dapat membedakan istilah atau pendekatan yang mengarah pada post-positivis agar tidak menimbulkan bias dalam pemahaman paradigma yang digunakan.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini, metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dipilih untuk mendukung analisis terhadap kasus yang diteliti. Metode ini dipandang paling sesuai karena fokus utamanya adalah memahami makna, pengalaman subjektif, serta interpretasi mendalam dari para informan terhadap fenomena sosial yang mereka alami. Penelitian kualitatif bersifat naturalistik, yaitu meneliti fenomena sebagaimana adanya dalam konteks aslinya, tanpa manipulasi variabel atau pengujian hipotesis seperti dalam penelitian kuantitatif.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali secara komprehensif setiap narasi, emosi, serta dinamika sosial yang mungkin sulit diukur dengan angka atau statistik. Dibandingkan dengan pendekatan kuantitatif yang lebih menekankan pada generalisasi dan pengukuran data numerik, pendekatan kualitatif lebih relevan dalam konteks penelitian ini karena mampu mengangkat kompleksitas dan kedalaman makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu permasalahan sosial yang bersifat kontekstual dan subjektif. Hasil dari penelitian kualitatif yang berupa laporan tertulis dapat mencerminkan suara partisipan, refleksi peneliti, serta deskripsi dan interpretasi mendalam mengenai objek penelitian (Creswell & Poth, 2018).

Pemilihan metode kualitatif dalam penelitian ini didasarkan pada keyakinan peneliti bahwa pendekatan ini dapat mengungkap proses kreatif di balik pemilihan budaya yang tidak umum bagi masyarakat Indonesia seperti, perayaan Halloween yang dipilih sebagai tema utama dalam kampanye periklanan

“*Financial Fears*” dari Danamon. Metode ini juga dianggap tepat untuk menganalisis respons audiens terhadap pesan yang disampaikan dalam kampanye tersebut. Maka dari itu, Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ini ditujukan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang sesuai dengan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Menurut Creswell & Poth, penelitian kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan makna yang diberikan partisipan terhadap suatu isu sosial atau kemanusiaan. Dengan karakteristik tersebut, pendekatan ini dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai perspektif dan pengalaman subjek penelitian terkait fenomena yang dikaji. Oleh karena itu, penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk menyajikan deskripsi mendalam terhadap masalah yang kompleks dalam bentuk laporan tertulis (Creswell & Poth, 2018).

3.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan sebagai pendekatan adalah, Studi Kasus. Menurut (Yin, 2018), studi kasus merupakan penelitian empiris yang mengeksplorasi fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami suatu “kasus” secara mendalam, terutama ketika batas antara fenomena yang diteliti dan konteksnya kurang jelas. Studi kasus memungkinkan analisis mendalam terhadap faktor “mengapa” dan “bagaimana” suatu fenomena terjadi dengan menggabungkan berbagai bukti serta teori, sehingga menghasilkan informasi yang dapat digeneralisasikan secara konseptual.

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus dalam pemahaman terhadap jenis studi kasus deskriptif dan eksplanatori. Dipahami bahwa, studi kasus deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran rinci tentang suatu fenomena dalam konteksnya. Sementara itu, studi kasus eksplanatori berfokus pada analisis hubungan sebab-akibat dalam fenomena yang kompleks. Metode studi kasus juga memungkinkan penggunaan berbagai sumber bukti, seperti wawancara, analisis

materi kampanye, dan observasi, guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan holistik (Yin, 2018).

Dalam penelitian ini, pendekatan studi kasus deskriptif dan eksplanatori dapat memperkuat analisis mengenai bagaimana kampanye periklanan “*Financial Fears*” dari Danamon mengkomunikasikan pesan tentang ketakutan finansial yang dihadapi masyarakat Indonesia. Dengan demikian, metode studi kasus dalam penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran rinci tentang kampanye Financial Fears, tetapi juga menjelaskan bagaimana strategi komunikasi periklanan tersebut mempengaruhi persepsi audiens.

3.4 Pemilihan Informan

Menurut John W. Creswell, informan adalah individu yang memiliki pengalaman atau pengetahuan relevan terhadap fenomena yang diteliti. Mereka berperan sebagai sumber utama dalam pengumpulan data melalui wawancara, observasi, atau dokumen yang mereka sediakan. Informan juga membantu peneliti dalam memperoleh pemahaman mendalam dengan memberikan perspektif yang kontekstual dan menggambarkan realitas sosial yang diteliti. Selain itu, para informan juga berkontribusi dalam menafsirkan temuan penelitian, terutama dalam pendekatan seperti studi kasus atau fenomenologi.

Berdasarkan pemahaman tersebut, peneliti memilih total 4 informan yang terdiri dari; 2 *key* informan (Irfan Zayanto & Noveline Caesaria) dan 2 informan pendukung (Dedy Rukmana & Dicky Maharditya) yang akan membantu peneliti untuk mengkaji penelitian ini. Empat individu terpilih ditentukan berdasarkan keterkaitannya dengan topik penelitian ini. Para informan merupakan individu-individu yang terlibat langsung dalam proses pengerjaan kampanye “*Financial Fears*” dari Danamon. Selain itu, setiap informan juga telah memahami seluruh proses di balik pengembangan kampanye “*Financial Fears*” dari Danamon. Melalui kriteria yang telah ditentukan tersebut, maka peneliti telah menentukan lima orang yang dapat berpartisipasi dalam wawancara untuk penelitian ini. Dan, berikut adalah data dari setiap partisipan yang telah dikurasi:

3.1 Tabel Daftar Informan

Nama	Usia	Latar belakang
Irfan Zayanto	33	Merupakan <i>Creative Director</i> di biro periklanan LUP Jakarta, yang pada masa pengerjaan kampanye “ <i>Financial Fears</i> ” dari Danamon menjabat sebagai <i>Senior Copywriter</i> . Berkontribusi sebagai salah satu inisiator dibalik pengembangan ide-ide kreatif dalam kampanye periklanan “ <i>Financial Fears</i> ” dari Danamon pada tahun 2022.
Dedy Rukmana	30	Merupakan <i>Junior Art Director</i> di biro periklanan LUP Jakarta, yang pada masa pengerjaan kampanye “ <i>Financial Fears</i> ” dari Danamon menjabat sebagai <i>Graphic Designer</i> . Berkontribusi sebagai eksekutor utama dibalik pengembangan visual kreatif dalam kampanye periklanan “ <i>Financial Fears</i> ” dari Danamon pada tahun 2022.
Noveline Caesaria	32	Merupakan <i>Senior Media & Communication Manager</i> Home Credit Indonesia, yang pada masa pengerjaan kampanye “ <i>Financial Fears</i> ” dari Danamon menjabat sebagai <i>Social Media Manager</i> dan salah satu leader dalam pengembangan kampanye “ <i>Financial Fears</i> ” dari Danamon.
Dicky Maharditya	32	Merupakan <i>Brand Manager</i> PT Bank Danamon Indonesia, Tbk., yang pada masa pengerjaan kampanye “ <i>Financial Fears</i> ” dari Danamon menjabat sebagai <i>Social Media Specialist</i> dan salah satu leader dalam pengembangan kampanye “ <i>Financial Fears</i> ” dari Danamon.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif ini, teknik pengumpulan data merujuk pada metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Menurut **(Creswell & Poth, 2018)**, teknik pengumpulan data dalam sebuah penelitian kualitatif harus bersikap *rigor* atau ketat, dengan memastikan kredibilitas data dicapai melalui triangulasi sumber

data, keterlibatan peneliti dalam analisis interpretatif, dan penyajian data yang mencerminkan suara informan secara utuh. Teknik pengumpulan data terdiri dari empat jenis yang diantaranya adalah; *interview*, *observations*, *documents*, dan *audiovisual materials*. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan salah satu teknik pengumpulan data yaitu wawancara (*interviews*). Dan, berikut adalah penjelasan dari teknik pengumpulan data tersebut:

3.5.1 Interviews

Menurut beberapa peneliti dalam buku *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, wawancara (*interviews*) adalah aktivitas tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang akan memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan itu (**Hardini et al., 2020**).

Wawancara merupakan proses pengumpulan data dalam penelitian yang berbentuk percakapan tanya jawab secara tatap muka. Wawancara berbeda dari percakapan sehari-hari dalam beberapa hal. Umumnya, pewawancara dan responden belum saling mengenal, responden selalu memberikan jawaban, dan pewawancara berperan sebagai penanya. Selain itu, pewawancara harus bersikap netral tanpa menggiring jawaban, serta pertanyaan yang diajukan mengikuti panduan yang telah disusun sebelumnya.

Dalam penelitian ini, para informan terdiri dari empat orang yang terbagi dari dua orang perwakilan tim Danamon dan dua orang perwakilan dari LUP Jakarta yang sama-sama terlibat dalam kampanye “*Financial Fears*” dari Danamon. Kemudian jenis wawancara dilakukan dengan metode *in depth interview* yang terdiri dari 4 jenis topik yaitu; pengenalan, pembahasan (*Integrated Marketing Communication*), eksekusi dan latar belakang strategi kreatif (*Cultural Hybridity Theory*), dan strategi komunikasi berdasarkan konsep (*Perfect Pitch Message Strategy*). Observasi dilakukan dalam setiap respon informan terhadap pertanyaan serta dalam proses pengerjaan transkrip yang jelas dari respon-respon para informan.

3.5.2 Documents

Menurut (Creswell & Poth, 2018) analisis dokumen merupakan metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang melibatkan pencarian, pemilihan, dan analisis berbagai materi tertulis atau visual yang sudah ada sebelumnya. Dalam metode ini, dokumen-dokumen yang dapat dianalisis antara lain berupa arsip, jurnal, catatan, gambar, atau bahkan interaksi digital seperti media sosial. Analisis dokumen memberikan kontribusi penting dalam memperkaya data kualitatif, terutama dalam konteks naratif, studi kasus, dan penelitian yang bersifat eksploratif. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus dalam menganalisis dua dokumen yang berupa gambar (*key visual*) dan interaksi sosial media (respon audiens), yang juga didukung dengan sumber data lain dalam wawancara (*interview*) demi membentuk pemahaman yang lebih holistik terhadap fenomena yang diteliti.

3.6 Keabsahan Data

Menurut Robert K. Yin, keabsahan data merupakan sebuah tahap untuk menguji kredibilitas dari data yang terkaji. Dalam tahap ini, terdapat empat jenis metode pengujian yang sering digunakan dalam penelitian sosial empiris, termasuk dalam metode studi kasus. Berikut ini adalah penjelasan dari keempat jenis metode keabsahan data:

1. Construct Validity

Dalam studi kasus, *construct validity* sering menjadi tantangan karena sering kali peneliti menggunakan penilaian subjektif dalam mengumpulkan data. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah seperti mendefinisikan konsep penelitian dengan jelas, mengidentifikasi metode pengukuran yang sesuai, serta menggunakan berbagai sumber data untuk memastikan keakuratan hasil (Yin, 2018).

2. Internal Validity

Internal validity menjadi perhatian utama dalam studi kasus yang bersifat penjelasan. Peneliti harus memastikan bahwa hubungan

sebab-akibat dalam penelitian memang benar, bukan sekedar kebetulan atau karena faktor lain yang tidak diperhitungkan. Untuk mengatasi ini, dapat digunakan teknik seperti pencocokan pola, membangun penjelasan, menguji alternatif lain, dan menggunakan model logika (Yin, 2018).

3. External Validity

External validity berkaitan dengan seberapa jauh temuan studi kasus dapat diterapkan dalam situasi lain. Salah satu cara untuk meningkatkan validitas eksternal adalah dengan merancang pertanyaan penelitian yang fokus pada “mengapa” dan “bagaimana”, sehingga hasil penelitian dapat lebih mudah digeneralisasi (Yin, 2018).

4. Reliability

Dalam studi kasus, reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa jika penelitian yang sama dilakukan kembali dengan metode yang sama, maka hasilnya akan tetap konsisten. Cara untuk meningkatkan reliabilitas meliputi dokumentasi prosedur penelitian secara rinci, penggunaan protokol studi kasus, serta pembuatan *database* penelitian (Yin, 2018).

Dalam penelitian ini, peneliti mendefinisikan konsep-konsep utama seperti hibridisasi budaya dan *Integrated Marketing Communications* (IMC) secara jelas dalam kerangka teori. Selain itu, peneliti menggunakan *Cultural Hybridity Theory* untuk menganalisis proses penyusunan strategi kreatif yang berlandaskan hibridisasi budaya, berdasarkan bukti empiris yang diperoleh dari lapangan melalui informasi dari para informan. Validitas konstruk juga didukung melalui pemanfaatan berbagai sumber data termasuk wawancara mendalam, observasi media sosial, dan dokumen resmi kampanye untuk memastikan bahwa fenomena yang dikaji benar-benar mencerminkan realitas sosial yang terjadi.

Selanjutnya, untuk memastikan kredibilitas data, peneliti menerapkan teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan baik dari sisi sumber maupun teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan

narasi dari berbagai informan yang memiliki peran berbeda dalam kampanye, seperti tim kreatif dari LUP Jakarta dan pihak *marketing* dari Danamon. Sementara ini, triangulasi teknik dilakukan melalui kombinasi tiga metode pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam, analisis dokumentasi visual kampanye, serta observasi konten media sosial. Pendekatan ini memungkinkan validasi silang yang memperkuat temuan dan menghindari ketergantungan pada satu jenis data atau sumber saja.

Kemudian, peneliti juga melakukan *member checking* sebagai bagian dari proses validasi data. Setelah wawancara dilakukan dan data ditranskrip serta dianalisis, hasil interpretasi awal diberikan kembali kepada para informan untuk ditinjau. Langkah ini penting agar peneliti dapat memastikan bahwa makna yang ditangkap dan diinterpretasikan dari wawancara benar-benar sesuai dengan apa yang dimaksud oleh para informan. Koreksi atau konfirmasi dari informan kemudian digunakan untuk memperbaiki atau memperkuat pemahaman peneliti terhadap data yang telah diperoleh.

Untuk memperkuat reliabilitas, peneliti juga menyusun *audit trail* atau jejak audit berupa dokumentasi sistematis dari seluruh proses penelitian. Jejak audit ini mencakup tahap pemilihan informan, penyusunan panduan wawancara, proses pengumpulan data, pencatatan hasil wawancara, proses reduksi data, hingga analisis tematik dan penarikan kesimpulan. Dokumentasi ini memberikan transparansi dan memungkinkan peninjauan ulang terhadap keputusan-keputusan metodologis yang diambil selama penelitian berlangsung.

Aspek *internal validity* dijaga melalui pencocokan pola (*pattern matching*) antara temuan lapangan dan teori yang digunakan. Peneliti juga mempertimbangkan kemungkinan interpretasi alternatif dari data yang diperoleh, yang diuji melalui verifikasi silang antar informan. Sementara itu *external validity* atau daya generalisasi temuan dijaga dengan merancang penelitian untuk menjawab pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa” fenomena tersebut terjadi, serta dengan memilih studi kasus

yang relevan dan memiliki potensi untuk diterapkan dalam konteks yang serupa, seperti kampanye pemasaran lain yang memanfaatkan budaya global dalam konteks lokal.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mengolah data untuk menemukan pola, hubungan, dan informasi penting, yang berguna untuk pengambilan keputusan dan pemecahan masalah dalam sebuah penelitian. Fungsinya mencakup evaluasi, pemahaman, dan pemanfaatan data untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas di berbagai bidang (Yin, 2018). Selain itu, berdasarkan interpretasi dari model analisis data yang dikembangkan oleh Miles & Huberman dalam bukunya yang berjudul *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* pada jurnal (Asipi et al., 2022), model analisis data terbagi menjadi tiga tahap yang dilakukan secara berkesinambungan sejak awal pengumpulan data hingga seluruh proses selesai. Dan berikut adalah tiga tahapan tersebut:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses awal dalam analisis data kualitatif, yang melibatkan pemilihan dan penyederhanaan data mentah yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Tujuan utamanya adalah menyaring data yang relevan dari berbagai informasi yang terkumpul, dengan cara merangkum, mengklasifikasikan, dan memfokuskan pada aspek-aspek penting yang sesuai dengan tujuan penelitian. Proses ini membantu peneliti melihat pola, hubungan, atau tema yang muncul dari data, sehingga informasi yang tidak relevan dapat dieliminasi sejak awal.

2. Penyajian Data

Setelah data dirangkum, langkah selanjutnya adalah menyajikannya dalam bentuk yang sistematis dan mudah dipahami. Penyajian data ini dapat berbentuk narasi tabel, grafik matriks, atau bagan alur yang menggambarkan hubungan antar data. Dalam pendekatan kualitatif, penyajian data seringkali berbentuk uraian deskriptif atau visualisasi

sederhana yang memudahkan peneliti untuk menginterpretasikan data lebih lanjut. Dengan penyajian yang baik, proses penarikan kesimpulan menjadi lebih terarah dan logis.

3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi Data

Pada tahap ini, peneliti mulai menafsirkan makna dari data yang telah dianalisis dan disajikan. Kesimpulan yang tidak diambil bisa bersifat sementara (sementara waktu penelitian berlangsung) atau final (setelah semua data terkumpul dan diverifikasi). Penarikan kesimpulan tidak hanya mencakup “apa yang ditemukan,” tetapi juga mengapa dan bagaimana hal tersebut terjadi. Untuk memastikan validitasnya, kesimpulan ini harus diuji keabsahannya melalui triangulasi data, diskusi dengan rekan sejawat, atau konfirmasi dari informan.

Kemudian, berdasarkan buku *Case Study Research and Applications* yang ditulis oleh Robert K. Yin, teknik analisis data terbagi menjadi lima jenis, dengan penjelasan masing-masing jenis sebagai berikut:

1. Pattern Matching

Pattern matching dalam studi kasus berfungsi untuk membandingkan pola empiris dengan pola yang diprediksi sebelumnya untuk menguji validitas temuan. Teknik ini digunakan dalam studi eksplanatif dan deskriptif untuk memahami suatu fenomena. Dengan membandingkan hasil dari sistem terdesentralisasi dan tersentralisasi, serta menyaring penjelasan alternatif, analisis menjadi lebih kuat. Meskipun tidak selalu berbasis statistik, ketepatan dapat ditingkatkan dengan tolok ukur yang jelas, menjadikannya alat yang efektif dalam studi kasus (Yin, 2018).

2. Explanation Building

Explanation building adalah teknik analisis studi kasus yang mirip dengan *pattern matching* tetapi lebih kompleks. Teknik ini digunakan dalam studi kasus eksplanatif untuk menyusun penjelasan tentang

fenomena tertentu, dengan proses yang bersifat iteratif. Peneliti memulai dengan pernyataan atau proposisi awal, membandingkannya dengan data studi kasus, lalu merevisinya berdasarkan temuan baru. Proses ini akan berulang hingga ditemukan penjelasan yang lebih kuat. Teknik ini menggabungkan pendekatan deduktif dan induktif serta mempertimbangkan kemungkinan penjelasan alternatif untuk meningkatkan validitas hasil penelitian (Yin, 2018).

3. Time-Series Analysis

Time-series analysis melacak perubahan suatu fenomena dalam periode tertentu untuk menguji hubungan kausal. Urutan kronologis dalam studi kasus juga membantu menelusuri sebab-akibat, tetapi harus didukung teori yang jelas. Agar analisa tidak hanya bersifat deskriptif, penting menentukan ukuran, interval waktu, dan hubungan temporal sebelum pengumpulan data (Yin, 2018).

4. Logic Models

Logic model digunakan dalam studi kasus untuk memetakan urutan sebab-akibat dalam program atau intervensi, membantu memahami bagaimana suatu hasil dicapai melalui tahapan tertentu. Dikembangkan oleh Joseph Wholey (1979), model ini lebih rinci dibandingkan eksperimen tradisional yang hanya mengukur hubungan awal dan akhir tanpa menjelaskan proses di antaranya. Dengan mencocokkan kejadian yang diamati dan diprediksi, *logic model* bisa diterapkan pada individu, organisasi, atau program, termasuk dalam penelitian perubahan organisasi dan pembangunan ekonomi. Analisisnya bisa dilakukan kualitatif maupun kuantitatif, seperti menggunakan *structural equation modeling* (Yin, 2018).

5. Cross-Case Synthesis

Cross-case synthesis digunakan dalam (*multi case*) *case study* untuk membandingkan dan mengidentifikasi pola antar kasus tanpa mengabaikan keunikan tiap kasus. Pendekatan ini mempertahankan sifat holistik kasus dengan mencari pola dalam setiap kasus sebelum membandingkannya. Studi dapat dilakukan secara deduktif (mengkonfirmasi teori) atau induktif (menemukan konsep baru). *Synthesis* ini dapat menghasilkan konsep yang lebih tinggi, seperti “*shared empowerment*,” dan membantu membangun teori baru. Penting untuk mempertimbangkan perbedaan antara kasus dan memastikan bahwa kesimpulan yang diambil tetap relevan meskipun ada variasi dalam konteks (Yin, 2018).

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengikuti kaidah-kaidah tahapan analisis data berdasarkan model interaktif yang dikembangkan oleh Miles & Huberman dan menggunakan teknik *Pattern Matching* yang diinterpretasikan oleh Robert K. Yin, untuk mencocokkan temuan dari hasil wawancara partisipan terkait pemilihan budaya global seperti perayaan *Halloween* berdasarkan *Cultural Hybridity Theory* dan berdasarkan eksekusi konsep *Integrated Marketing Communications* (IMC) dari Terence A. Shimps dalam proses pengerjaan kampanye “*Financial Fears*” dari Danamon.