

3. METODE PENELITIAN

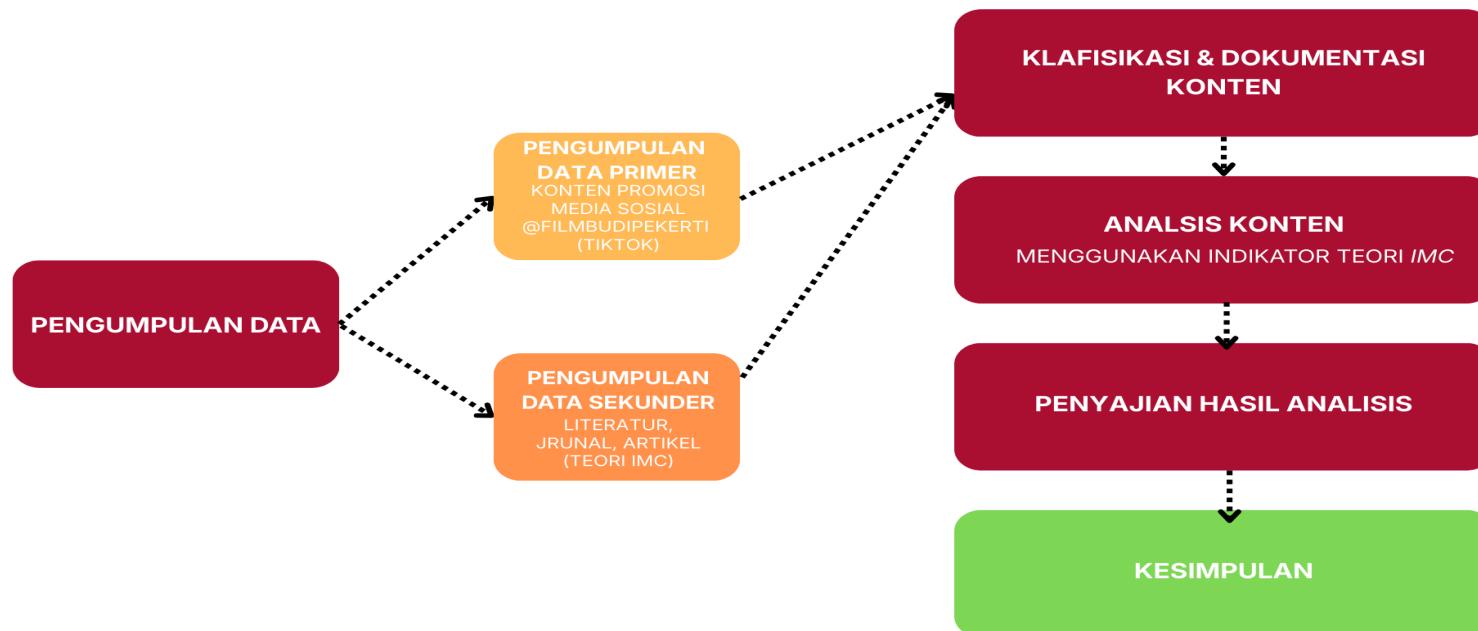
3.1. METODE DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Pada penelitian analisis strategi promosi film *Budi Pekerti* melalui konten sosial media, jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Sumber data primer yang akan dianalisis adalah konten promosi film *Budi Pekerti* yang diunggah pada *platform* media sosial *Tiktok* dan *Instagram* akun resminya. Selain itu, informasi data seperti kolom komentar, grafik *share* dan *repost* juga merupakan data yang dibutuhkan dalam analisis. Metode tersebut dipilih untuk menggambarkan dan menginterpretasikan strategi promosi yang digunakan dengan implementasi indikator dari teori *Integrated Marketing Communication*. Dengan teori yang digunakan, data sumber sekunder berasal dari penelitian terdahulu yang juga menganalisis menggunakan teori *IMC*.

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi dokumentasi, dengan mengumpulkan konten dari media sosial dan disimpan sebagai bahan analisis. Pengumpulan daftar pustaka dan referensi juga digunakan untuk mengaitkan dengan implementasi dari teori *IMC* yang terdahulu. Kemudian analisis akan disajikan dalam bentuk deskriptif paragraf yang dikategorikan menurut indikator dari teori *IMC*. Kesimpulan dapat dilihat dari efektivitasnya penerapan *IMC* melalui konten promosi di media sosial, dan dihubungkan dari teori temuan.

3.2. OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian yang digunakan adalah konten promosi media sosial yang diunggah oleh rumah produksi Rekata Studio, melalui akun khusus promosi @filmbudipekerti (sekarang berubah menjadi @filmparaperasuk). *Platform* unggahan konten promosi di media sosial berupa *Tiktok* yang sudah terunggah saat sebelum tayang dan saat tayang di bioskop. Konten yang akan dianalisis akan meliputi foto, video *reel*, poster, teaser, trailer, selain itu kolom komentar sebagai bentuk interaksi.



Gambar 3.1. Flow chart penelitian. Sumber: Penulis.