

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu cara atau prosedur ilmiah yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam menjawab permasalahan penelitian. Metodologi penelitian menjadi pedoman dalam pelaksanaan penelitian agar proses pengumpulan dan analisis data dilakukan secara sistematis, terarah, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Menurut Sugiyono (2023), metodologi penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Melalui metodologi penelitian, peneliti dapat menentukan langkah-langkah yang tepat dalam mengkaji suatu fenomena sehingga hasil penelitian yang diperoleh memiliki validitas dan reliabilitas yang baik.

Dalam penelitian ini, metodologi penelitian digunakan sebagai landasan untuk mengkaji promosi komunikasi kesehatan dalam meningkatkan kepercayaan customer pada media sosial Instagram dan TikTok Sense Spine Sehat. Pemilihan metodologi penelitian disesuaikan dengan karakteristik permasalahan penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam mengenai strategi promosi komunikasi kesehatan yang dilakukan melalui media sosial.

Metodologi penelitian yang digunakan mencakup paradigma penelitian, metode penelitian, pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta teknik pengujian keabsahan data. Seluruh tahapan tersebut disusun untuk memperoleh data yang relevan dan mendalam sesuai dengan tujuan penelitian.

Dengan menggunakan metodologi penelitian yang tepat, diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai penerapan unsur-unsur Marketing Mix (4P) dalam promosi komunikasi kesehatan melalui media sosial Instagram dan TikTok serta kontribusinya dalam meningkatkan kepercayaan customer.

3.1.1 Paradigma, Metode, Pendekatan Penelitian

3.1.1.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan landasan filosofis yang digunakan peneliti dalam memahami suatu fenomena sosial, menentukan cara memperoleh data, serta menafsirkan hasil penelitian. Paradigma menjadi pedoman dalam menentukan hubungan antara peneliti dengan objek penelitian, termasuk bagaimana realitas dipandang dan bagaimana pengetahuan diperoleh melalui proses penelitian. Creswell dan Creswell (2023) menjelaskan bahwa paradigma penelitian berfungsi sebagai seperangkat keyakinan dasar yang memengaruhi pemilihan pendekatan, metode, teknik pengumpulan data, hingga proses analisis dalam penelitian.

Dalam penelitian ilmu sosial terdapat beberapa paradigma yang umum digunakan, di antaranya paradigma positivisme, post-positivisme, konstruktivisme, dan paradigma kritis. Masing-masing paradigma memiliki asumsi yang berbeda mengenai hakikat realitas dan cara memperoleh pengetahuan ilmiah. Sarkar dan Kalita (2026) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang dibangun melalui pengalaman, interaksi, serta interpretasi individu terhadap lingkungan sosialnya, sehingga realitas tidak bersifat tunggal maupun absolut.

Paradigma konstruktivisme menempatkan individu sebagai pihak yang secara aktif membentuk makna terhadap pengalaman dan fenomena yang dialaminya. Oleh karena itu, penelitian yang menggunakan paradigma konstruktivisme berupaya memahami bagaimana individu memaknai suatu realitas berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan konteks sosial yang dimilikinya. Pandey, Mishra, Pandey, dan Singh (2026) menyatakan bahwa paradigma konstruktivisme menekankan pentingnya memahami perspektif subjektif partisipan sebagai dasar dalam membangun pemahaman terhadap fenomena sosial yang diteliti.

Dalam paradigma konstruktivisme, peneliti tidak diposisikan sebagai pihak yang sepenuhnya terpisah dari objek penelitian, melainkan terlibat secara langsung dalam proses interaksi dengan informan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman dan pandangan mereka. Stalmeijer dan Varpio

(2026) menjelaskan bahwa penelitian konstruktivis berfokus pada bagaimana makna dibangun melalui interaksi sosial, sehingga proses dialog dan interpretasi menjadi bagian penting dalam menghasilkan pemahaman terhadap suatu fenomena.

Paradigma konstruktivisme dipilih dalam penelitian ini karena penelitian bertujuan untuk memahami bagaimana promosi komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh Sense Spine Sehat melalui media sosial Instagram dan TikTok dipersepsikan dan dimaknai oleh para informan, baik dari pihak pengelola maupun konsumen. Penelitian ini tidak bertujuan mengukur pengaruh atau hubungan antarvariabel secara statistik, melainkan menggali pengalaman, persepsi, dan interpretasi informan terhadap strategi promosi komunikasi kesehatan yang diterapkan oleh Sense Spine Sehat.

Selain itu, penggunaan paradigma konstruktivisme dinilai sesuai dengan fokus penelitian yang menggunakan dimensi Product, Price, Place, dan Promotion dalam teori *Marketing Mix* sebagai kerangka analisis penelitian. Setiap informan memiliki pengalaman dan pemaknaan yang berbeda terhadap layanan, informasi harga, penggunaan media sosial, serta aktivitas promosi yang dilakukan oleh Sense Spine Sehat. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana makna tersebut dibentuk melalui interaksi antara penyedia layanan kesehatan dan konsumen melalui media digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena paradigma ini memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena promosi komunikasi kesehatan secara lebih mendalam berdasarkan perspektif dan pengalaman informan. Melalui paradigma konstruktivisme, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana pemanfaatan Instagram dan TikTok sebagai media promosi komunikasi kesehatan dapat berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan Sense Spine Sehat.

3.1.1.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan prosedur ilmiah yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dan informasi guna menjawab permasalahan penelitian secara sistematis, terarah, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Pemilihan metode penelitian sangat dipengaruhi oleh tujuan penelitian, karakteristik objek penelitian, serta jenis data yang ingin diperoleh oleh peneliti. Menurut Creswell dan Creswell (2023), metode penelitian merupakan suatu proses yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data sehingga dapat menghasilkan pemahaman yang sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

Secara umum, metode penelitian dalam ilmu sosial dibedakan menjadi metode kuantitatif, metode kualitatif, dan metode campuran (*mixed methods*). Masing-masing metode memiliki karakteristik dan tujuan yang berbeda. Creswell dan Creswell (2023) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif berfokus pada pengukuran hubungan antarvariabel melalui analisis statistik, sedangkan penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman terhadap makna, pengalaman, dan interpretasi individu terhadap suatu fenomena sosial yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2021), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan pengalaman secara holistik melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak berorientasi pada pengujian hipotesis maupun generalisasi statistik, melainkan pada pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Sugiyono (2023) menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti bertindak sebagai instrumen kunci dalam proses pengumpulan data. Data yang diperoleh umumnya berasal dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, maupun catatan lapangan yang kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menemukan makna dari fenomena yang diteliti. Lebih lanjut, Muchabaiwa dan Mawere (2026) menyatakan bahwa penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memahami fenomena sosial melalui pengalaman, perspektif, serta

interpretasi partisipan dalam konteks yang alami sehingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai realitas sosial yang diteliti.

Pemilihan metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin memahami secara mendalam bagaimana promosi komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh Sense Spine Sehat melalui media sosial Instagram dan TikTok dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Penelitian ini tidak bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh atau hubungan antarvariabel secara statistik, melainkan untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pandangan para informan mengenai strategi promosi komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh Sense Spine Sehat melalui media sosial.

Selain itu, metode penelitian kualitatif dinilai sesuai dengan penggunaan teori *Marketing Mix* yang terdiri atas dimensi Product, Price, Place, dan Promotion sebagai kerangka analisis penelitian. Melalui metode kualitatif, peneliti dapat memahami bagaimana setiap dimensi tersebut diterapkan oleh Sense Spine Sehat serta bagaimana konsumen memaknai strategi promosi komunikasi kesehatan yang dilakukan melalui Instagram dan TikTok. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada aktivitas promosi yang dilakukan oleh perusahaan, tetapi juga pada bagaimana aktivitas tersebut dipersepsikan dan dimaknai oleh konsumen sebagai penerima pesan komunikasi kesehatan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena metode ini dinilai mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena promosi komunikasi kesehatan pada media sosial Instagram dan TikTok dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan Sense Spine Sehat. Melalui metode kualitatif, peneliti dapat menggali berbagai pengalaman, persepsi, dan interpretasi informan sehingga diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai strategi promosi komunikasi kesehatan yang diterapkan oleh Sense Spine Sehat.

3.1.1.3 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan cara atau strategi yang digunakan oleh peneliti dalam memahami, mengkaji, dan menjelaskan suatu fenomena sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Pemilihan pendekatan penelitian

memiliki peran penting karena akan menentukan fokus penelitian, batasan penelitian, serta teknik yang digunakan dalam memperoleh data di lapangan. Creswell dan Creswell (2023) menjelaskan bahwa pendekatan penelitian merupakan kerangka kerja yang digunakan peneliti untuk memahami fenomena berdasarkan karakteristik masalah dan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

Dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa pendekatan yang umum digunakan, di antaranya fenomenologi, etnografi, grounded theory, naratif, dan studi kasus (*case study*). Masing-masing pendekatan memiliki karakteristik dan fokus penelitian yang berbeda. Pendekatan fenomenologi berfokus pada pengalaman hidup individu, etnografi berfokus pada budaya suatu kelompok, grounded theory bertujuan membangun teori baru, sedangkan studi kasus digunakan untuk memahami suatu kasus atau fenomena tertentu secara mendalam dan komprehensif dalam konteks kehidupan nyata (Creswell & Creswell, 2023).

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus (*case study*). Menurut Yin (2018), studi kasus merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki dan memahami suatu fenomena kontemporer secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteksnya tidak terlihat secara jelas. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai suatu peristiwa, organisasi, individu, maupun kelompok tertentu.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Creswell dan Poth (2018) menjelaskan bahwa studi kasus merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi suatu kasus secara mendalam melalui pengumpulan data yang detail dan melibatkan berbagai sumber informasi, seperti wawancara, observasi, dokumentasi, maupun arsip yang relevan. Dengan demikian, pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai fenomena yang sedang diteliti.

Pendekatan studi kasus dipilih dalam penelitian ini karena penelitian berfokus pada satu objek penelitian, yaitu Sense Spine Sehat, sebagai penyedia layanan kesehatan yang memanfaatkan media sosial Instagram dan TikTok sebagai sarana promosi komunikasi kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami

secara mendalam bagaimana strategi promosi komunikasi kesehatan dilakukan oleh Sense Spine Sehat melalui kedua platform tersebut dalam upaya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan yang diberikan.

Selain itu, penggunaan pendekatan studi kasus dinilai sesuai dengan fokus penelitian yang menggunakan dimensi Product, Price, Place, dan Promotion dalam teori *Marketing Mix* sebagai kerangka analisis penelitian. Melalui pendekatan studi kasus, peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana setiap dimensi tersebut diterapkan dalam praktik promosi komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh Sense Spine Sehat serta bagaimana strategi tersebut dipersepsikan oleh konsumen sebagai penerima pesan komunikasi kesehatan melalui media sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus karena pendekatan ini mampu memberikan pemahaman yang mendalam, rinci, dan kontekstual mengenai fenomena promosi komunikasi kesehatan pada media sosial Instagram dan TikTok dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan Sense Spine Sehat. Melalui pendekatan studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan gambaran yang komprehensif mengenai strategi promosi komunikasi kesehatan yang diterapkan oleh Sense Spine Sehat dalam konteks penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan konsumen.

3.1.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu atau pihak yang menjadi sumber informasi dalam suatu penelitian. Subjek penelitian dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, serta keterlibatan secara langsung terhadap fenomena yang diteliti sehingga dapat memberikan data yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Menurut Moleong (2021), subjek penelitian dalam penelitian kualitatif merupakan individu yang dijadikan sumber informasi untuk memperoleh data secara mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti. Oleh karena itu, pemilihan subjek penelitian harus disesuaikan dengan tujuan penelitian dan dilakukan secara selektif agar data yang diperoleh dapat menjawab fokus penelitian.

Dalam penelitian ini, pemilihan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2023), *purposive sampling* merupakan

teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena tidak semua individu memiliki informasi yang dibutuhkan oleh peneliti terkait promosi komunikasi kesehatan yang dilakukan melalui media sosial Instagram dan TikTok Sense Spine Sehat.

Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini terdiri atas informan kunci dan informan pendukung. Informan kunci merupakan pihak yang memiliki peran langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan promosi komunikasi kesehatan melalui media sosial Sense Spine Sehat. Sementara itu, informan pendukung merupakan pihak yang menerima informasi kesehatan serta berinteraksi dengan konten yang dipublikasikan melalui media sosial Instagram dan TikTok Sense Spine Sehat.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, subjek penelitian yang dipilih adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Subjek Penelitian

No.	Informan	Jabatan	Kriteria
1.	Dede Rohman	Pemilik Sense Spine Sehat	Pendiri sekaligus pemilik Sense Spine Sehat yang memahami secara menyeluruh strategi promosi komunikasi kesehatan, pengambilan keputusan pemasaran, serta pengelolaan media sosial Instagram dan TikTok
2.	Mulyanto	Konten Kreator	Bertanggung jawab dalam perencanaan, produksi, dan publikasi konten promosi komunikasi kesehatan pada media sosial Instagram dan TikTok Sense Spine Sehat.
3.	Riska Juliani, M.I.Kom	Ahli Bidang Komunikasi	Akademisi yang memiliki kompetensi dan pengalaman di

		Kesehatan	bidang komunikasi kesehatan, dipilih sebagai informan ahli untuk memberikan validasi, masukan, serta pandangan ilmiah terhadap strategi promosi komunikasi kesehatan yang diterapkan dalam penelitian.
3.	Achmad Alwi	Konsumen	Pernah menggunakan layanan Sense Spine Sehat, mengikuti media sosial Instagram atau TikTok Sense Spine Sehat, serta memperoleh informasi layanan kesehatan melalui konten yang dipublikasikan.
4.	Siti Karwati	Konsumen	Pernah menggunakan layanan Sense Spine Sehat dan memperoleh informasi mengenai layanan kesehatan melalui media sosial sehingga dapat memberikan pengalaman sebagai penerima pesan komunikasi kesehatan.

Sumber : Olahan Peneliti, 2026

3.1.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian karena bertujuan untuk memperoleh data yang sesuai dengan fokus penelitian. Menurut Sugiyono (2023), teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam menjawab permasalahan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan

secara alamiah dan berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi, dan dokumentasi. Ketiga teknik tersebut digunakan untuk memperoleh data yang komprehensif mengenai promosi komunikasi kesehatan dalam meningkatkan kepercayaan customer pada media sosial Instagram dan TikTok Sense Spine Sehat.

1. Wawancara

Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung antara peneliti dan informan untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai suatu fenomena. Menurut Moleong (2021), wawancara merupakan percakapan dengan tujuan tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.

Dalam penelitian ini, wawancara mendalam dilakukan kepada owner Sense Spine Sehat, pengelola media sosial Instagram dan TikTok, serta customer yang mengikuti akun media sosial atau pernah menggunakan layanan Sense Spine Sehat. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai penerapan unsur Product, Price, Place, dan Promotion dalam promosi komunikasi kesehatan yang dilakukan melalui media sosial.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Menurut Sugiyono (2023), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki ciri spesifik dibandingkan teknik lainnya karena dilakukan melalui pengamatan terhadap aktivitas yang sedang berlangsung.

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan terhadap aktivitas promosi komunikasi kesehatan pada akun Instagram dan TikTok Sense Spine Sehat. Peneliti mengamati bentuk konten yang dipublikasikan, cara penyampaian informasi kesehatan, interaksi antara pengelola akun dengan audiens, serta aktivitas promosi yang dilakukan melalui kedua platform media sosial tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2023), dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu yang dapat berbentuk tulisan, gambar, maupun karya-karya monumental dari seseorang.

Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data hasil wawancara dan observasi. Dokumentasi yang dikumpulkan meliputi tangkapan layar (*screenshot*) unggahan Instagram dan TikTok, foto kegiatan promosi, video konten edukasi kesehatan, profil media sosial Sense Spine Sehat, serta dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

Tabel 3.2 Teknik Pengumpulan Data

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data	Tujuan
1.	Wawancara	Owner, admin media sosial, customer	Memperoleh informasi mengenai strategi promosi komunikasi kesehatan
2.	Observasi	Akun Instagram dan TikTok Sense Spine Sehat	Mengamati aktivitas promosi dan interaksi di media sosial
3.	Dokumentasi	Unggahan media sosial, foto, video, arsip perusahaan	Melengkapi dan memperkuat data penelitian

Sumber : Olahan Peneliti, 2026

3.1.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mengolah, mengorganisasikan, dan menafsirkan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian sehingga dapat menghasilkan informasi yang bermakna dan menjawab fokus penelitian. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan secara berkelanjutan sejak proses pengumpulan data berlangsung hingga penelitian selesai dilaksanakan.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014). Menurut Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), analisis data kualitatif terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*). Ketiga tahapan tersebut dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus selama proses penelitian.

1. Kondensasi Data (*Condensation Data*)

Kondensasi data merupakan proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan, serta mengorganisasikan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pada tahap ini, peneliti melakukan pemilahan data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu promosi komunikasi kesehatan dalam meningkatkan kepercayaan customer berdasarkan dimensi Marketing Mix (4P), yang meliputi *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Penyajian data merupakan proses menyusun dan menyajikan data yang telah dikondensasi agar lebih mudah dipahami dan dianalisis. Dalam penelitian ini, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif, tabel, serta matriks yang menggambarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penyajian data dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam melihat pola, hubungan, dan temuan yang berkaitan dengan strategi promosi komunikasi kesehatan melalui media sosial Instagram dan TikTok Sense Spine Sehat.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Tahap terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap ini, peneliti menginterpretasikan data yang telah disajikan untuk memperoleh pemahaman mengenai fenomena yang diteliti. Kesimpulan yang diperoleh kemudian diverifikasi secara terus-menerus dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi guna memastikan bahwa temuan penelitian memiliki tingkat keakuratan dan konsistensi yang baik.

Melalui tahapan analisis data tersebut, peneliti dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai penerapan unsur-unsur Marketing Mix (4P) dalam promosi komunikasi kesehatan melalui media sosial Instagram dan TikTok Sense Spine Sehat serta kontribusinya dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan kesehatan yang ditawarkan.

3.1.5 Keabsahan Data dan Hasil Penelitian

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai upaya untuk menguji keabsahan data.

Menurut Sugiyono (2023), triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan berbagai sumber, teknik, maupun waktu sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh. Tujuannya untuk memastikan data yang diperoleh akurat dan dapat dipercaya (Moleong, 2021).

Triangulasi dimaknai sebagai upaya untuk mengecek kredibilitas data dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, teknik, dan waktu. Dengan demikian, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Adapun triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Triangulasi sumber

dilakukan untuk menguji keabsahan data dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari beberapa sumber yang berbeda (Sugiyono, 2017). Triangulasi sumber dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan cara observasi secara langsung dan di video, wawancara secara langsung dan direkam seluruh percakapan dengan narasumber, mendiskusikan dan mendokusikan kembali percakapan dengan narasumber atau adanya pengecekan kembali. Narasumber triangulasi sumber dalam penelitian ini meliputi:

Tabel 3.3 Informan Penelitian

No	Informan	Jabatan	Pengalaman	Alasan
1.	Mulyanto	Konten	Berpengalaman	Dipilih

		Kreator Sense Spine Sehat	dalam merancang, membuat, dan mengelola konten promosi serta edukasi kesehatan pada media sosial Instagram dan TikTok Sense Spine Sehat. Terlibat langsung dalam proses penyusunan pesan komunikasi kesehatan yang dipublikasikan kepada masyarakat.	sebagai informan kunci karena terlibat secara langsung dalam perencanaan, pembuatan, dan pengelolaan konten promosi komunikasi kesehatan pada media sosial Sense Spine Sehat sehingga memahami strategi promosi yang diterapkan.
2.	Dede Rohman	Owner Sense Spine Sehat	Memiliki pengalaman dalam mengelola dan mengembangkan Sense Spine Sehat sejak	Dipilih sebagai informan kunci karena memiliki kewenangan dalam

			berdiri pada tahun 2023, termasuk dalam menentukan kebijakan promosi, pengembangan layanan, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi kesehatan.	pengambilan keputusan terkait strategi promosi, pengelolaan layanan, serta tujuan penggunaan media sosial dalam membangun kepercayaan customer.
3.	Riska 	Ahli Bidang Komunikasi Kesehatan	Memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang komunikasi kesehatan, khususnya terkait penyampaian informasi kesehatan kepada masyarakat melalui media digital dan media sosial.	Dipilih sebagai informan ahli untuk memberikan pandangan akademis dan profesional mengenai efektivitas promosi komunikasi kesehatan melalui media sosial dalam

				membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan kesehatan.
4.	Achmad Alwi 	Konsumen Sense Spine Sehat	Pernah mengakses dan mengikuti informasi kesehatan yang dipublikasikan melalui Instagram dan TikTok Sense Spine Sehat.	Dipilih sebagai informan pendukung karena merupakan penerima langsung pesan promosi komunikasi kesehatan yang disampaikan oleh Sense Spine Sehat melalui media sosial.
5.	Siti Karwati	Pengikut Media Sosial Sense Spine Sehat	Aktif mengikuti konten edukasi kesehatan yang dipublikasikan melalui media sosial Sense	Dipilih sebagai informan pendukung untuk memperoleh

			Spine Sehat.	perspektif customer mengenai kepercayaan terhadap layanan kesehatan yang dipromosikan melalui media sosial.
--	---	--	--------------	---

Sumber : Olahan Peneliti, 2026

Berdasarkan tabel informan penelitian di atas, pemilihan informan dilakukan secara *purposive* dengan mempertimbangkan kemampuan masing-masing informan dalam memberikan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Owner Sense Spine Sehat dipilih sebagai informan kunci karena memiliki pemahaman menyeluruh mengenai tujuan, kebijakan, serta strategi promosi komunikasi kesehatan yang diterapkan oleh Konten kreator dipilih karena terlibat langsung dalam proses perencanaan, pembuatan, dan pengelolaan konten promosi pada media sosial Instagram dan TikTok.

Selain itu, penelitian ini juga melibatkan ahli komunikasi kesehatan sebagai informan ahli yang berperan memberikan perspektif akademis dan profesional terhadap praktik komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh Sense Spine Sehat. Untuk memperoleh sudut pandang dari penerima pesan, penelitian ini melibatkan seorang konsumen Sense Spine Sehat yang pernah menggunakan layanan Sense serta seorang pengikut (*follower*) media sosial Sense Spine Sehat yang aktif mengakses konten yang dipublikasikan. Keterlibatan berbagai informan tersebut bertujuan untuk memperoleh data yang lebih komprehensif serta mendukung penerapan triangulasi sumber dalam menguji keabsahan data penelitian.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan cara membandingkan informasi yang diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data yang berbeda. Penggunaan triangulasi teknik memungkinkan peneliti memeriksa kesesuaian data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh menjadi lebih akurat dan dapat dipercaya (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, triangulasi teknik dilakukan melalui beberapa teknik berikut:

a. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung dari informan mengenai strategi promosi komunikasi kesehatan yang dilakukan Sense Spine Sehat melalui media sosial Instagram dan TikTok. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali pengalaman, pandangan, serta pemahaman informan secara lebih mendalam terkait proses penyusunan dan pelaksanaan promosi kesehatan. Melalui wawancara, peneliti dapat memperoleh data yang tidak dapat diamati secara langsung, seperti alasan pemilihan konten, tujuan promosi, dan upaya membangun kepercayaan customer.

b. Observasi Akun Instagram dan Tiktok

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas promosi komunikasi kesehatan yang ditampilkan pada akun Instagram dan TikTok Sense Spine Sehat. Teknik ini digunakan untuk melihat kesesuaian antara informasi yang disampaikan oleh informan saat wawancara dengan praktik promosi yang benar-benar dilakukan di media sosial. Melalui observasi, peneliti dapat mengidentifikasi bentuk konten edukasi kesehatan, pola interaksi dengan audiens, frekuensi unggahan, serta pemanfaatan fitur media sosial dalam mendukung promosi komunikasi kesehatan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Dokumen yang dianalisis

dalam penelitian ini meliputi konten unggahan Instagram dan TikTok, foto, video, tangkapan layar (*screenshot*), arsip promosi, serta dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan aktivitas promosi komunikasi kesehatan Sense Spine Sehat. Teknik dokumentasi dipilih karena dapat memberikan bukti nyata mengenai kegiatan promosi yang dilakukan sehingga membantu peneliti dalam melakukan verifikasi terhadap data yang diperoleh dari sumber lain.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu dilakukan untuk menguji kredibilitas data melalui pengumpulan data pada waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini, wawancara dan observasi tidak hanya dilakukan satu kali, tetapi dilakukan pengecekan kembali pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi informasi yang diberikan oleh informan. Selain itu, observasi terhadap akun Instagram dan TikTok Sense Spine Sehat dilakukan pada periode yang berbeda untuk melihat konsistensi aktivitas promosi komunikasi kesehatan yang dilakukan. Penggunaan triangulasi waktu bertujuan untuk mengurangi kemungkinan bias yang muncul akibat kondisi tertentu pada saat pengumpulan data sehingga data yang diperoleh lebih kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan.

3.2 Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Sense Spine Sehat

Sense Spine Sehat merupakan salah satu penyedia layanan kesehatan alternatif yang berfokus pada penanganan, perawatan, dan edukasi kesehatan yang berkaitan dengan metode *Spot Massage*, *Cupping*, *Akupunktur*, serta penataan tulang. Metode-metode tersebut digunakan untuk membantu meringankan berbagai keluhan yang sering dialami masyarakat, seperti otot kaku, pegal-pegal, leher kaku, *frozen shoulder*, *tendinitis*, skoliosis, saraf kejepit, serta berbagai gangguan muskuloskeletal lainnya.

Dalam menjalankan layanannya, Sense Spine Sehat didukung oleh terapis profesional yang telah memiliki sertifikasi resmi sesuai dengan bidang keahlian masing-masing. Keberadaan tenaga terapis yang kompeten menjadi salah satu

upaya Sense Spine Sehat dalam memberikan pelayanan yang aman, profesional, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain berfokus pada aspek penanganan keluhan kesehatan, Sense Spine Sehat juga berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga kesehatan tulang belakang dan sistem gerak tubuh melalui berbagai kegiatan edukasi kesehatan.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, Sense Spine Sehat memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat. Melalui pemanfaatan media sosial, Sense Spine Sehat berupaya menjangkau audiens yang lebih luas serta menyampaikan informasi kesehatan secara cepat, mudah, dan interaktif. Kehadiran media sosial menjadi salah satu strategi yang digunakan untuk membangun hubungan dengan masyarakat sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan yang diberikan.

Dalam penelitian ini, Sense Spine Sehat dipilih sebagai objek penelitian karena aktif memanfaatkan media sosial sebagai media promosi komunikasi kesehatan. Aktivitas promosi tersebut menjadi menarik untuk diteliti karena tidak hanya bertujuan memperkenalkan layanan kesehatan, tetapi juga memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai kesehatan tulang belakang dan postur tubuh.

2. Sejarah Singkat Sense Spine Sehat

Sense Spine Sehat didirikan pada bulan Juni 2023 di Jakarta sebagai penyedia layanan kesehatan alternatif yang berfokus pada penanganan berbagai keluhan yang berkaitan dengan otot, persendian, dan tulang belakang. Berdirinya Sense Spine Sehat dilatarbelakangi oleh kebutuhan masyarakat akan layanan terapi yang tidak hanya membantu mengurangi keluhan fisik, tetapi juga memberikan edukasi mengenai pentingnya menjaga kesehatan tubuh secara menyeluruh.

Sejak awal berdiri, Sense Spine Sehat berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang profesional dengan didukung oleh tenaga terapis yang telah memiliki sertifikasi resmi. Berbagai metode terapi seperti *Spot Massage*,

Cupping, *Akupunktur*, dan penataan tulang diterapkan sebagai bentuk pelayanan untuk membantu masyarakat dalam mengatasi berbagai gangguan kesehatan muskuloskeletal. Selain pelayanan terapi, Sense Spine Sehat juga aktif memberikan edukasi kesehatan kepada masyarakat sebagai bagian dari upaya promotif dan preventif.

Seiring berkembangnya jumlah konsumen dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan kesehatan alternatif, Sense Spine Sehat terus melakukan pengembangan layanan. Salah satu bentuk pengembangan tersebut ditandai dengan dibukanya cabang baru di Gading Serpong pada tanggal 6 Mei 2026. Pembukaan cabang ini menjadi langkah strategis dalam memperluas jangkauan pelayanan serta memberikan kemudahan akses bagi masyarakat untuk memperoleh layanan kesehatan yang profesional dan terpercaya.

3. Media Sosial Instagram dan Tiktok

Dalam mendukung kegiatan promosi komunikasi kesehatan, Sense Spine Sehat memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat. Media sosial digunakan tidak hanya sebagai media promosi layanan, tetapi juga sebagai sarana edukasi kesehatan yang memungkinkan masyarakat memperoleh informasi secara cepat, mudah, dan interaktif.

Platform media sosial yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah Instagram dan TikTok. Melalui kedua platform tersebut, Sense Spine Sehat secara aktif membagikan berbagai konten yang berkaitan dengan kesehatan tulang belakang, postur tubuh, keluhan muskuloskeletal, manfaat terapi, serta informasi mengenai layanan yang tersedia. Konten yang dipublikasikan dikemas dalam bentuk foto, video, *reels*, maupun video pendek yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform.

Tabel 3.4 Media Sosial Sense Spine Sehat

Platform	Nama Akun	Jumlah Pengikut	Jenis Konten
Instagram	@Sense.spinesehat	34,9k	Edukasi kesehatan, promosi layanan, testimoni

Tiktok	@sensespinesehat	92,5k	Edukasi kesehatan, video informatif, promosi layanan
--------	------------------	-------	--

Sumber : Olahan Peneliti, 2026

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Sense Spine Sehat yang berlokasi di Jl. Sunter Garden Raya Blk. D No.8 RT.9 RW.19, Sunter Agung, Kec. Tj. Priok, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan April 2026 sampai Juni 2026. Tahapan penelitian meliputi sidang usulan penelitian, penyusunan proposal penelitian (Bab I, Bab II, dan Bab III), pelaksanaan penelitian lapangan, penyusunan hasil penelitian (Bab IV dan Bab V), serta penyempurnaan naskah skripsi. Adapun sidang skripsi direncanakan dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2026 setelah seluruh rangkaian penelitian dan revisi selesai dilakukan.

Tabel 3.5 Waktu penelitian

No.	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan			Keterangan
		April	Mei	Juni	
1.	Sidang UP				Minggu ke-1
2.	Penyusunan Bab I, BAB II, BAB III.				Minggu ke-3
3.	Pelaksanaan Penelitian Lapangan				Minggu ke-1
4.	Penyusunan BAB IV dan BAB V				Minggu ke-3
5.	Penyempurnaan				Minggu ke-3

Sumber : Olahan Peneliti, 2026