

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan pada adalah post-positivis. Menurut Guba (1990: 20) dikutip oleh Gunawan (2017, p. 50) mengatakan bahwa paradigma post-positivis merupakan bentuk modifikasi dari paradigma positivis. Sementara menurut Salim (2006: 40) yang dikutip oleh Gunawan (2017, pp. 50-51), mengatakan bahwa paradigma ini merupakan perbaikan dari paradigma positivis yang hanya mengandalkan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Paradigma ini menyatakan bahwa suatu hal tidak mungkin dicapai atau dilihat kebenarannya apabila pengamat tidak ikut terlibat secara langsung dengan objek. Oleh karena itu, diperlukan hubungan yang interaktif antara pengamat dengan objek penelitian, dengan syarat bahwa pengamat harus bersifat netral sehingga hasilnya bersifat objektif.

Asumsi dasar post-positivis menurut Pingge (2013):

- 1) Fakta tidak terbebas dari nilai, melainkan bermuatan teori,
- 2) Interaksi antara subjek dan objek penelitian. Hasil penelitian merupakan hasil interaksi manusia dan semesta yang penuh dengan persoalan dan senantiasa berubah, dan
- 3) Fokus kajiannya adalah berupa berbagai tindakan manusia sebagai ekspresi dari sebuah keputusan

Dengan begitu, pada penelitian ini mencoba untuk melihat kesesuaian dari informasi yang didapat dengan konsep yang ada sehingga menghasilkan realitas nyata yang lebih kuat tentang strategi pemasaran sosial Instagram @Kibumi.id dalam mengedukasi masyarakat tentang pengelolaan sampah.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Bogdan & Taylor (1990) dikutip oleh Gunawan (2017), penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang memberikan hasil berupa data deskriptif dalam bentuk kalimat tertulis atau lisan dan perilaku yang dapat diamati secara utuh.

Sedangkan menurut Denzin & Lincoln (1998) yang dikutip oleh Gunawan (2017) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendasar melalui pengalaman “tangan pertama”, laporan yang sebenar-benarnya, dan catatan percakapan yang aktual. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk dapat memahami bagaimana para partisipan memperoleh makna dari lingkungan sekitar dan bagaimana makna-makna tersebut mempengaruhi perilaku mereka.

Penelitian ini bersifat deskriptif untuk mengungkapkan dan menjelaskan kejadian atau fakta, keadaan, variabel, dan lain lain. Berdasarkan hal di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang strategi pemasaran sosial yang dilakukan oleh Kibumi.id dalam mengedukasi masyarakat tentang pengelolaan sampah.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi kasus sebagai metode penelitian. Menurut Bogdan & Biklen (2007) yang dikutip oleh Gunawan (2017, p. 117), studi kasus merupakan pengujian secara rinci terhadap satu latar, satu objek, satu tempat penyimpanan dokumen, atau satu peristiwa tertentu. Studi kasus memiliki batasan sebagai berikut; subjek penelitiannya dapat berupa peristiwa, latar, manusia, ataupun dokumen, dan subjek tersebut ditelaah secara mendalam untuk memahami berbagai kaitan yang ada di antara variabelnya. Pada buku yang ditulis oleh Gunawan (2017, p. 120), Yin (2009) menyimpulkan bahwa dengan menggunakan banyak informan dan memperhatikan sumber lainnya merupakan sesuatu yang penting dan harus diingat.

Menurut Yin (2014, p. 31), studi kasus dapat dilakukan jika pertanyaan dalam penelitiannya berupa “bagaimana” dan “mengapa”, pengamat memiliki sedikit atau bahkan tidak memiliki kendali terhadap sikap atau perilaku tertentu, dan fokus utama dari penelitiannya fenomena yang kontemporer.

Pada studi kasus terdapat empat desain yang perlu diperhatikan yang dapat membuat studi kasus anda lebih kuat dan, mungkin, lebih mudah dilakukan, yaitu kasus tunggal *holistic*, kasus tunggal *embedded*, multi kasus *holistic*, dan multi kasus *embedded*.

Pada penelitian ini menggunakan menggunakan desain kasus tunggal *holistic*, yang menempatkan sebuah kasus sebagai fokus dari penelitian ini. Menurut Yin (2018, pp. 84-87), terdapat lima alasan untuk menggunakan satu

kasus dalam penelitian dengan metode studi kasus yaitu, kasus yang dipilih dapat menjadi bukti dari teori yang sudah dibangun dengan baik, teori tersebut telah menetapkan seperangkat keadaan yang jelas di mana proposisi-proposisinya diyakini benar sehingga dapat digunakan untuk membuktikan kebenarannya. Kedua, kasus yang dipilih merupakan kasus yang unik atau ekstrim yang berbeda dari norma atau kejadian yang biasanya. Ketiga, kasus yang dipilih merupakan kasus yang umum ditemukan, yang biasa ditemui di kehidupan sehari-hari, karena pelajaran yang di dalamnya dapat memuat tentang proses sosial yang terkait dengan minat teoritis. Keempat, kasus dipilih merupakan kasus yang terjadi ketika peneliti memiliki kesempatan untuk mengamati dan menganalisis fenomena yang sebelumnya tidak dapat diakses oleh penyelidikan ilmu sosial. Terakhir, kasus yang dipilih bersifat longitudinal, mempelajari kasus pada dua atau lebih waktu yang berbeda.

3.4 Partisipan dan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan informan yang akan diwawancarai. *Purposive sampling* menurut Notoatmodjo (2010) yang dikutip oleh Hidayat (2017) adalah pengambilan sampel yang berdasarkan atas pertimbangan tertentu seperti sifat ataupun ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sedangkan menurut Sugiyono (2010) dikutip oleh Hidayat (2017) adalah teknik untuk menentukan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Kriteria untuk partisipan dan informan adalah bekerja di Kibumi.id, memiliki

pengetahuan yang baik terhadap latar belakang, tujuan, dan program yang dimiliki oleh Kibumi.id.

Hadiyan Fariz Azhar sebagai CEO dan *founder* dari Kibumi.id yang dipilih sebagai partisipan untuk penelitian ini karena berperan aktif dalam perancangan ide bisnis, program, dan juga memahami dengan baik isu yang hadir di masyarakat dan lingkungan, sehingga partisipan tersebut dianggap kredibel dan kompeten dalam memberikan jawaban dan juga informasi terkait Kibumi.id

Sedangkan untuk informan pada penelitian ini adalah Andi Manggala Putra sebagai CFO dan *founder* dari Kibumi.id, Uus Rusdiana sebagai CTO dari Kibumi.id, dan Saskia Nursukma yang bertugas sebagai karyawan dari divisi *Business Development*, ketiganya dipilih sebagai informan karena bertanggung jawab atas program yang dilaksanakan oleh Kibumi.id dan juga paham tentang aplikasi Kibumi, sehingga informan tersebut dianggap memahami dan juga dapat memberikan jawaban yang komprehensif tentang program dan aplikasi yang dirancang dan dilaksanakan oleh Kibumi.id.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Yin (Yin R. K., 2018) instrumen pengumpulan data dengan menggunakan metode studi kasus dapat digunakan melalui banyak cara contohnya, dokumentasi, catatan arsip, wawancara, observasi langsung, observasi partisipan, dan bukti fisik. Pada penelitian ini instrumen yang digunakan untuk pengumpulan datanya adalah:

1) Wawancara mendalam

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab yang dilakukan secara langsung antara pewawancara dengan narasumber dengan tujuan mendapatkan informasi tentang sikap, persepsi, dan pola pikir dari narasumber yang relevan dengan topik yang diteliti.

Menurut Ardianto (2004), wawancara mendalam adalah suatu teknik di mana narasumber atau kelompok narasumber mengkomunikasikan informasi dan mendorongnya untuk didiskusikan secara bebas. Teknik ini dapat dilakukan tidak hanya secara tatap muka tetapi juga dapat dilakukan tanpa bertatapapan langsung seperti melalui telepon. Pada penelitian ini, wawancara mendalam dilakukan dengan partisipan dan informan sebagai narasumber guna memperoleh informasi dari pertanyaan yang diajukan.

2) Dokumentasi

Menurut Yin (2018), dokumentasi dapat berupa kertas maupun elektronik yang berisikan informasi yang relevan dengan penelitian. Informasinya dapat berupa data eksplisit yang dimiliki oleh objek penelitian, bisa berupa *e-mail*, memo, agenda, jadwal *meeting*, dan laporan *event* lainnya, dokumen administratif berupa proposal, laporan kerja, artikel yang terpublikasi di media, dan lainnya.

3.6 Keabsahan Data

Uji keabsahan data perlu dilakukan untuk dapat mempertanggungjawabkan data yang sudah diperoleh. Triangulasi digunakan sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data di penelitian ini. Menurut Sugiyono (2007:

372) yang dikutip oleh Gunawan (2017, p. 219), triangulasi dapat diartikan sebagai penyesuaian data dari berbagai sumber melalui berbagai cara dan waktu. Menurut Patton (2015) yang dikutip oleh Yin (2014, p. 172), terdapat empat macam triangulasi, yaitu triangulasi data/sumber, triangulasi peneliti, triangulasi teori, dan triangulasi metode.

Triangulasi data/sumber mengharuskan melakukan perbandingan dari berbagai informasi dari sumber yang beragam yang mampu menguatkan hasil penelitian yang sama. Dapat dikatakan juga bahwa triangulasi data/sumber berarti memastikan informasi yang didapat melalui sumber yang berbeda. Dengan memastikan hasil dari wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan pemasaran sosial yang dilakukan oleh Kibumi.id.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk menemukan pola dari sumber-sumber yang sudah diperoleh. Menurut Yin (2014, p. 202), terdapat lima teknik analisis data yaitu, *pattern matching*, *explanation building*, *time-series analysis*, *logic models*, dan *cross-case synthesis*.

Berdasarkan kelima teknik analisis data tersebut, pada penelitian ini digunakan teknik *pattern matching* (penjodohan pola), membandingkan pola berbasis empiris (berdasarkan temuan dari studi kasus) dengan pola yang diprediksi yang dibuat sebelum mengumpulkan data, sehingga dapat menguatkan validitas terhadap kedua pola tersebut. Pada penelitian ini, penjodohan pola

dilakukan dengan melakukan perbandingan terhadap konsep yang dimiliki dari hasil pemikiran di dalam penelitian.