



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Riset kualitatif adalah riset yang datanya bukan berupa angka dan tidak menggunakan statistik (Neuman, 2014, h. 16). Pendekatan kualitatif berfokus pada proses interaksi dan peneliti terlibat di dalamnya (Neuman, 2014, h. 17). Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data, sehingga tidak mengutamakan besarnya populasi atau *samplingnya* terbatas (Kriyantono, 2006, h. 56). Dalam penelitian kualitatif, yang ditekankan adalah kedalaman (kualitas) dan bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2006, h. 57).

Dalam penelitian kualitatif, digunakan rumus 5W+1H dalam proses analisis data yaitu *what* (data dan fakta yang dihasilkan dari penelitian), *how* (bagaimana proses data itu belangsung), *who* (siapa saja yang bisa menjadi informan kunci dalam penelitian), *where* (di mana sumber penelitian bisa digali atau ditemukan), *when* (kapan informasi bisa ditemukan), dan yang paling penting untuk dicermati adalah *why* (analisis atau interpretasi lebih dalam tentang apa yang ada di balik fakta dan data hasil penelitian, serta mengapa bisa terjadi). Pertanyaan *why* dapat memberikan pemahaman lebih dari hasil penelitian kualitatif (Ardianto, 2010, h. 59).

Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku

yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistic (utuh). Jadi, dalam pendekatan kualitatif tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan (Moleong, 2013, h. 4).

Dari beberapa definisi tersebut, maka dapat dikatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2013, h. 6)

Sifat dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif di mana data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian, penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian penelitian tersebut. Data tersebut dapat berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Dalam proses penulisan penelitian, penulis menganalisis data yang sangat kaya tersebut dan sedapat mungkin dalam bentuk aslinya (Moleong, 2013, h. 11). Penelitian deskriptif menyediakan gambaran yang detail, mendapatkan data yang berbeda dengan data penemuan terakhir, membuat kategori atau klasifikasi. Penelitian deskriptif menyajikan gambaran yang spesifik dan detail dari suatu situasi, latar sosial dan menjelaskan suatu hubungan (Neuman, 2014, h. 38).

Jenis riset deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta dan sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2006, h. 69). Riset sudah mempunyai konsep (biasanya satu konsep) dan kerangka konseptual. Melalui kerangka konseptual (landasan teori), periset melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya. Riset ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antarvariabel.

Penelitian deskriptif-kualitatif tidak bermaksud menguji teori, sehingga perspektifnya tidak tersaring. Ia bebas mengamati objeknya, menjelajah, dan menemukan wawasan-wawasan baru sepanjang penelitian. Penelitiannya terus-menerus mengalami reformulasi dan redireksi ketika informasi-informasi baru ditemukan (Ardianto, 2010, h. 60).

Maka dari itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif-kualitatif karena tujuan penelitian ini adalah untuk Menguraikan proses perencanaan dan implementasi *Social Marketing Campaign* Diet Kantong Plastik oleh The Body Shop Indonesia dengan pengumpulan data yang sedalam-dalamnya, dan pada hasil akan dijelaskan secara sistematis, akurat berdasarkan data, dan menyeluruh.

Paradigma dalam penelitian merupakan dasar atau kerangka berpikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap apa yang dilakukan peneliti terhadap ilmu dan teori. Dalam buku Kriyantono, Wimmer & Domincik mengatakan pendekatan dengan paradigma yaitu seperangkat teori, prosedur, dan asumsi yang diyakini tentang bagaimana peneliti melihat

dunia. Adapun sifat dari pendekatan penelitian adalah membatasi pandangan peneliti dan bersifat selektif.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma **post-positivisme**. Dapat dikatakan post-positivisme merupakan reaksi dari positivisme. Menurut pandangan post-positivisme, kebenaran tidak hanya satu, sehingga tidak dapat diikat oleh satu teori saja. Paradigma ini merupakan pemikiran yang menggugat asumsi dan kebenaran-kebenaran positivisme.

Adapun yang menjadi asumsi dasar post-positivisme antara lain:

1. Fakta tidak bebas melainkan berlandaskan teori
2. Falibilitas teori
3. Fakta tidak bebas melainkan penuh dengan nilai
4. Interaksi antara subjek dan objek peneliti (hasil penelitian bukanlah

reportase objektif melainkan hasil interaksi manusia dengan realitas yang memiliki permasalahan dan berubah terus-menerus)

Post-positivis menganggap pengalaman merupakan hal yang terpenting dalam hidup. Secara ontologism aliran itu bersifat *critical realism* yang memandang bahwa realitas senyatanya sesuai dengan hukum.

Paradigma post-positivistik memiliki fokus pada keberadaan teori dalam suatu penelitian. Pada paradigma ini, ingin membuktikan apakah teori yang digunakan dalam suatu penelitian dapat dikuatkan atau digugurkan bila dikaitkan dengan hasil penelitian yang dihasilkan.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah riset yang mendalam dengan informasi yang luas dari sebuah kasus (Neuman, 2014, h. 42). Kasus dalam penelitian dapat merupakan individu, grup, organisasi, pergerakan, *event*, atau unit geografis. Data yang dihasilkan detail, bervariasi, dan luas (Neuman, 2014, h. 41). Metode studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis (Kriyantono, 2006, h. 65).

Robert K. Yin (2000, h. 18) dalam buku Kriyantono memberikan batasan mengenai metode studi kasus sebagai riset yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan jelas, dan di mana multisumber bukti dimanfaatkan. Selain itu, menurut Mulyana (2001, h. 201), studi kasus periset berupaya secara saksama dan dengan berbagai cara mengkaji sejumlah besar variabel mengenai suatu kasus khusus. Ciri-ciri studi kasus (Kriyantono, 2006, h. 66):

1. Partikularistik. Artinya studi kasus terfokus pada situasi, peristiwa, program, atau fenomena tertentu.
2. Deskriptif. Hasil akhir metode ini adalah deskripsi detail dari topik yang diteliti.

3. Heuristik. Metode studi kasus membantu khalayak memahami apa yang sedang diteliti. Interpretasi baru, perspektif baru, makna baru merupakan tujuan dari studi kasus.
4. Induktif. Studi kasus berangkat dari fakta-fakta di lapangan, kemudian menyimpulkan ke dalam tataran konsep atau teori.

3.3 Key Informan dan Informan

Informan adalah orang yang dipilih untuk dimintai datanya dalam tujuan penelitian. Jumlah informan dalam penelitian kualitatif sifatnya mudah berubah (bertambah atau berkurang) tergantung ketersediaan data di lapangan (Kriyantono, 2010, h. 165)

Dalam penelitian ini, penulis mengambil data dari dua informan The Body Shop dan satu praktisi PR untuk memperdalam teori mengenai kampanye *Social Marketing*. Berikut informan dalam penelitian ini:

- **Key Informan:**

Informan kunci adalah orang yang datanya dijadikan data utama dalam penelitian. Dalam penelitian ini, key informannya adalah Dita Agustia, *Brand Values Executive* The Body Shop. Pemilihan Dita Agustia sebagai key informan dalam penelitian ini karena perencanaan dan program kampanye yang dilakukan The Body Shop, khususnya pada Diet Kantong Plastik ini dieksekusi oleh divisi *Brand Values*. Sehingga untuk mendapatkan data mengenai proses perencanaan dan kegiatan kampanye secara detail, penulis melakukan wawancara dengan Dita dari divisi *Brand Values*.

- **Informan:**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua informan sebagai data pendukung untuk memperdalam penelitian.

Informan I:

Dina Foliana, *Public Relations* The Body Shop. *Public Relations* dalam kampanye ini memiliki tugas dalam melakukan media relations. PR dalam The Body Shop memang fokus pada *media relations*. Selama kampanye Diet Kantong Plastik, divisi PR membantu untuk menghubungi dan mengundang media untuk melakukan peliputan selama kegiatan kampanye. Data yang didapat dari Dina Foliana adalah cara merangkul media dan media apa saja yang digunakan dalam kampanye ini. Divisi PR juga membantu melakukan program kampanye seperti rampok plastik dan *media visit*, sehingga dalam memperdalam pemahaman penulis terkait kegiatan yang dilakukan.

Informan II:

Penulis juga mendapatkan data dari Dahlia Sadjono selaku *founder* IDEA MarComms. Beliau memiliki keahlian di bidang *Strategic Marketing and Creative Communications Campaign (all platform)*, *Public Relations and extensive Media Relations*, *Business and Strategic Alliance*, *Community Engagement*, *Empowerment and Outreach Program Development*, *Event Planning and Managemen*, *Digital and Social Media Management* dan telah memiliki banyak pengalaman di bidang komunikasi sejak tahun 1989 hingga sekarang. Maka dari itu, dalam penelitian ini, untuk memperdalam

pengetahuan seputar kampanye *Social Marketing* dan membantu melihat kegiatan kampanye Diet Kantong Plastik ini, penulis memilih Dahlia Sardjono sebagai informan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data adalah prosedur yang sangat menentukan baik tidaknya riset. Jika kegiatan pengumpulan data tidak dirancang dengan baik atau bila salah dalam pengumpulan data maka data yang diperoleh pun tidak sesuai dengan permasalahan penelitian (Kriyantono, 2006, h. 95).

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut (Kriyantono, 2006, h. 41):

1. Wawancara. Wawancara adalah percakapan antara periset—seseorang yang berharap mendapatkan informasi—dan informan—seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya (Kriyantono, 2006, h. 100). Jenis wawancara yang akan digunakan untuk mendapatkan informasi dalam penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam (Depth Interview). Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau

informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Pada wawancara mendalam ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atas respon informan, artinya informan bebas memberikan jawaban. Karena itu, tugas berat periset adalah agar informan bersedia memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam, bila perlu tidak ada yang disembunyikan. (Kriyantono, 2006: 102).

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data ini juga dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti grafik, tabel, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga menjadi informatif bagi pihak lain. Karena data sekunder ini bersifat melengkapi data primer, kita dituntut hati-hati atau menyeleksi data sekunder jangan sampai data tersebut tidak sesuai dengan tujuan riset kita atau mungkin terlalu banyak (*overload*). Selain melengkapi, biasanya data sekunder ini sangat membantu periset bila data primer terbatas atau sulit diperoleh (Kriyantono, 2006, h. 42)

Data sekunder yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi kepustakaan. studi kepustakaan diperoleh dari sumber

yang bukan manusia, seperti dokumen dan bahan statistik. Dokumen yang dimaksud terdiri atas tulisan pribadi dan dokumen resmi. Dokumen dan bahan statistik tersebut ada yang mudah diperoleh dan terbuka bagi umum, ada pula yang bersifat rahasia. Keuntungan dari studi kepustakaan adalah bahan tersebut sudah ada, sudah tersedia, dan siap pakai (Ardianto, 2010, h.185-186).

3.5 Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah konfirmabilitas (*confirmability*) dan triangulasi data. Pembuktian kebenaran penelitian berkaitan dengan hasil penelitiannya sesuai dengan data yang dikumpulkan dan dicantumkan dalam laporan penelitian. Untuk mencapai konfirmabilitas dapat dilakukan dengan cara mendiskusikan hasil penelitian dengan orang yang tidak ikut dan tidak berkepentingan dalam penelitian dengan tujuan agar hasilnya dapat lebih objektif (Pujileksono, 2015, h. 143-144). Dalam hal ini, setelah peneliti selesai melakukan penelitian, sebelum diuji, temuan penelitian akan didiskusikan dengan dosen pembimbing.

Teknik keabsahan data yang lain yang akan digunakan adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan data yang menggunakan data lain sebagai pembanding terhadap data yang telah didapat. Denzin (1978) membedakan empat macam triangulasi, yaitu triangulasi sumber, metode, penyidik, dan teori (Moleong, 2013, h. 330).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran data/informasi melalui berbagai sumber data yang berbeda. Misalnya, selain dengan wawancara dan observasi, peneliti dapat menggunakan dokumen, arsip, catatan resmi, gambar/foto (Pujileksono, 2015, h. 146). Dalam triangulasi sumber berarti membandingkan dan memeriksa derajat kepercayaan suatu informasi yang dapat dicapai dengan cara (Moleong 2013, h. 330):

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintah.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis adalah proses menyusun data agar dapat ditafsirkan. Menyusun berarti menggolongkannya dalam pola, tema, atau kategori. Tanpa kategorisasi atau klasifikasi data, akan terjadi chaos (ketidakteraturan). Tafsiran atau interpretasi artinya memberikan makna kepada analisis, menjelaskan pola dan kategori, mencari hubungan antara berbagai

konsep. Interpretasi menggambarkan perspektif atau pandangan peneliti, bukan kebenaran. Kebenaran hasil penelitian masih harus dinilai orang lain dan diuji dalam berbagai situasi lain. Hasil interpretasi juga bukan generalisasi dalam arti kuantitatif karena gejala sosial terlalu banyak variabelnya dan terlalu terikat oleh konteks di mana penelitian dilakukan sehingga sukar digeneralisasi. Generalisasi di sini lebih bersifat hipotesis kerja yang senantiasa harus diuji kebenarannya dalam situasi lain. Tugas peneliti adalah mengadakan analisis tentang data yang diperoleh agar diketahui maknanya (Ardianto, 2010, h. 215).

Menurut Nasution (Ardianto, 2010, h. 216), analisis data dalam penelitian kualitatif harus dimulai sejak awal. Data yang diperoleh dalam lapangan harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan dianalisis. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah mengikuti langkah berikut

1. Reduksi data

Penulis membuat uraian rinci dari data yang diperoleh dari lapangan. Uraian tersebut akan terus-menerus bertambah. Penulis harus mereduksi, merangkum, dan memilih hal-hal penting dan mencari polanya. Dalam tahap ini memilih tentang relevan tidaknya antara data dan tujuan penelitian.

2. Display data

Tahap ini dilakukan agar penulis dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian. Penulis berupaya mengklasifikasikan secara spesifik dan menyajikan data sesuai dengan

pokok permasalahan. Penulis membuat matriks atau grafik sehingga dapat menguasai data dan tidak tenggelam dalam tumpukan data yang terlalu banyak dan rinci.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi data

Pada tahap ini, penulis mencari makna dari data yang telah dikumpulkan dengan mencari pola, hubungan, persamaan, atau perbedaan dari data-data tersebut. Setelah itu, penulis baru dapat menarik kesimpulan.

3.7 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah menganalisis kampanye *Social Marketing* Diet Kantong Plastik yang dilakukan The Body Shop dengan menggunakan konsep Tahapan Perencanaan Kampanye *Social Marketing* dari Philip Kotler dan Nancy Lee dan melihat perubahan perilaku masyarakat dengan menggunakan konsep Proses Perubahan Perilaku.

UMN