

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini mengacu pada paradigma penelitian post-positivisme, karena paradigma post-positivisme memandang dan memahami realitas serta hal dibalik realita tersebut. Paradigma merupakan keyakinan yang dapat mengarahkan tindakan dan memengaruhi pendekatan dalam penelitian (Creswell, 2013). Selain itu, paradigma penelitian diartikan sebagai perspektif penelitian tentang bagaimana penelitian melihat realitas, fenomena, serta cara-cara yang digunakan dalam penelitian dan dalam menginterpretasikan temuan (Pujileksono, 2015). Paradigma juga merupakan cara pandang terhadap suatu hal pada dasar tertentu. Neuman dalam buku Manzilati (2017, p. 1), menyatakan bahwa paradigma adalah suatu kerangka pikir yang umum tentang teori dan fenomena yang memiliki asumsi dasar, desain penelitian, dan isu utama serta serangkaian metode yang digunakan untuk menjawab suatu pertanyaan pada penelitian.

Dalam praktiknya, paradigma penelitian post-positivisme melihat inkuiri sebagai serangkaian langkah yang berhubungan secara logis, percaya pada berbagai perspektif dari partisipan (Creswell, 2013). Pada post-positivisme, setiap pengukuran dan pengamatan memiliki potensi kesalahan sehingga dibutuhkan

teknik triangulasi dengan menggunakan berbagai teknik pengukuran dan pengamatan sekaligus guna mendapatkan visualisasi yang lebih jelas terhadap apa yang terjadi dalam realitas (Morissan, 2019). Menurut Cresswell & Poth (2013, pp. 23-24), terdapat karakteristik paradigma post-positivisme, yaitu sebagai berikut:

1. Sebab dan akibat adalah sebuah probabilitas yang mungkin terjadi atau tidak terjadi.
2. Beberapa unsur dalam paradigma ini adalah reduksionis, logis, empiris, berorientasi pada sebab dan akibat, dan ditentukan berdasarkan teori.
3. Memandang penelitian sebagai rangkaian langkah yang logis, percaya dengan berbagai perspektif dari para partisipan untuk mengumpulkan data dan melakukan analisis daripada realitas tunggal.

Post-positivisme juga percaya bahwa semua observasi yang dilakukan didasarkan atas teori atau pandangan yang sudah terbentuk sebelumnya, sehingga pandangan penelitian menjadi dipengaruhi oleh pengalaman budaya dan cara pandangnya terhadap dunia (Morissan, 2019).

Paradigma post-positivisme menjadi paradigma yang sesuai untuk penelitian ini, karena penelitian melakukan wawancara mendalam dan objektif pada objek penelitian. Paradigma post-positivisme yang akan menuntun subjek dan objek menjadi kesatuan dalam penelitian yang dilakukan. Maka dari itu, dalam paradigma penelitian ini akan mengungkap strategi kampanye sosial Gerakan #20DetikCuciCorona yang dijalankan oleh SAC Indonesia.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Mulyana (2007, p. 5) menyatakan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat interpretif, banyak metode yang dilibatkan dalam menelaah masalah suatu penelitian. Penelitian kualitatif lebih cocok digunakan untuk penelitian yang di dalamnya mempertimbangkan kehidupan manusia yang selalu berubah. Prinsip penelitian kualitatif, yaitu bahwa penggunaan angka-angka yang cocok untuk mengukur fenomena tunggal, statis, seragam, dan dapat diramalkan, layaknya fenomena alam, dianggap sia-sia karena perilaku manusia, setidaknya secara parsial, bertentangan dengan perilaku alam, sebab perilaku manusia tidak pasti.

Secara umum, penelitian kualitatif dapat digunakan untuk penelitian tentang sejarah, interpretasi, tingkah laku, aktivitas sosial, kehidupan masyarakat, dan lain-lain. Pada praktiknya, penelitian ini dilakukan dengan catatan lapangan, wawancara, percakapan, foto, rekaman, dan memo. Riset kualitatif berupaya menggali konstruksi sebuah penelitian sedalam-dalamnya, maka dari itu riset kualitatif sangat didominasi oleh berbagai macam kata, kalimat, dan narasi yang cenderung membangun suatu cerita (Kriyantono, 2020).

Menurut Creswell (2013, pp. 43-47), terdapat beberapa karakteristik penelitian kualitatif, yaitu:

1. Penelitian kualitatif dilakukan dalam keadaan atau tata cara yang bersifat alamiah, dalam artian terdapat interaksi tatap muka dalam jangka waktu

tertentu dengan partisipan yang terlibat sehingga dapat sekaligus mengamati perilaku dan tindakan partisipan dalam konteks yang dibutuhkan.

2. Peneliti adalah instrumen kunci dalam penelitian karena dalam pengumpulan data peneliti sendiri yang memeriksa dokumen, mengamati perilaku, atau mewawancarai partisipan.
3. Menggunakan berbagai sumber data yang berasal dari hasil wawancara, observasi, dokumen, maupun informasi berupa audiovisual. Sumber data tersebut juga tidak dibatasi dengan skala atau instrumen tertentu, tetapi bersifat bebas karena partisipan dapat mengemukakan ide dan gagasan secara lepas.
4. Analisis data penelitian kualitatif bersifat induktif karena penelitian berupaya membangun pola, kategori, dan tema yang berasal dari organisasi untuk membentuk informasi selanjutnya yang bersifat lebih abstrak.
5. Proses penelitian kualitatif berfokus pada pembelajaran makna isu berdasarkan pandangan partisipan, bukan makna yang dibawa peneliti.
6. Memiliki rancangan yang terus berkembang seiring berjalannya penelitian, sehingga rencana awal tidak dapat ditentukan secara ketat karena proses penelitian dapat berubah saat penelitian lapangan dilakukan.
7. Penelitian merefleksikan peran, latar belakang personal, budaya, dan pengalaman yang memiliki potensi dalam membentuk interpretasi data.
8. Berupaya membangun gambaran secara menyeluruh dengan menggunakan berbagai perspektif dan mengidentifikasi berbagai faktor yang terlibat dalam situasi.

Sedangkan menurut Yin (2011, pp. 7-8), adapun lima ciri penelitian kualitatif:

1. Mempelajari makna kehidupan masyarakat dalam kondisi dunia nyata;
2. Dalam sebuah penelitian, mewakili pandangan dan perspektif masyarakat;
3. Meliputi kondisi kontekstual di mana orang hidup;
4. Berkontribusi wawasan ke dalam konsep yang ada atau muncul yang dapat membantu untuk menjelaskan perilaku sosial manusia; dan
5. Berusaha menggunakan banyak sumber bukti dibanding mengandalkan satu sumber sendirian.

Dalam penelitian ini, sifat penelitian bersifat deskriptif. Karena hasil dari topik penelitian ini akan dideskripsikan secara faktual dan sistematis berdasarkan perspektif partisipan dan informan yang secara langsung terlibat dalam strategi kampanye sosial Gerakan #20DetikCuciCorona. Bentuk penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia merupakan pengertian dari penelitian deskriptif (Sukmadinata, 2011). Menurut Sugiyono (2013, p. 3), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan dengan variabel lainnya. Pada penelitian deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka, hal-hal tersebut dikumpulkan menjadi kunci terhadap yang diteliti (Moleong, 2016).

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Yin (2014, p. 1), salah satu metode penelitian ilmu sosial adalah studi kasus. Secara umum, studi kasus juga merupakan strategi yang cocok apabila suatu penelitian memiliki pokok pertanyaan terkait *how* atau *why*, hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa yang diselidiki, dan bila fokus penelitiannya terletak pada fenomena masa kini serta di dalam konteks kehidupan nyata. Studi kasus merupakan suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, apabila batas-batas antara fenomena dan konteks tidak tampak tegas serta multi sumber bukti dimanfaatkan (Yin, 2014).

Penelitian dengan metode studi kasus digunakan dalam penelitian ini, karena sebagai upaya untuk mengetahui atau menemukan jawaban bagaimana strategi yang direncanakan dan dilakukan dalam kampanye sosial Gerakan #20DetikCuciCorona dengan *social marketing* yang dilakukan oleh SAC Indonesia. Didukung oleh kemampuan dan kekuatan unik studi kasus dalam sepenuhnya berhubungan dengan berbagai jenis bukti, peralatan, wawancara, dokumen, dan observasi (Yin, 2014).

3.4 Partisipan dan Informan

Partisipan adalah orang yang dapat memberikan informasi yang diperlukan (Moleong, 2014). Dibutuhkannya partisipan dan informan dalam penelitian ini sebagai sumber informasi terkait topik penelitian. Partisipan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2013, p. 122)

menyatakan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik tersebut digunakan dengan alasan karena penelitian ini menasar partisipan dan informan melalui berbagai pertimbangan dengan kriteria tertentu yang harus dipenuhi. Selain itu, sampel partisipan dan informan yang dipilih juga individu yang paling mengetahui dan memahami keseluruhan strategi perencanaan kampanye *social marketing* Gerakan #20DetikCuciCorona.

Beberapa kriteria partisipan dan informan yang harus sesuai, yakni para individu yang terlibat dan berkontribusi langsung dalam seluruh perencanaan hingga rangkaian kampanye *social marketing* Gerakan #20DetikCuciCorona tersebut, seperti para penggagas maupun inisiator gerakan. Individu-individu tersebut juga sebagai yang bekerja di perusahaan *digital creative advertising agency* SAC Indonesia. Maka dari itu, partisipan dan informan yang dipilih dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.4 Partisipan dan Informan

No.	Nama	Jabatan	Alasan
1.	Dhani Hargo	<i>Creative Activator</i>	Berperan dalam menilai dan menyesuaikan isu sosial yang terjadi, penemuan ide, target audiens, membangun relasi dengan berbagai daerah yang dijangkau dalam kampanye sosial yang diadakan, dan membuat terealisasinya rencana atas ide kreatif yang didapatkan, serta turut serta dalam implementasi yang dilakukan.
2.	Arya Gumilar	<i>General Content Engagement Manager and</i>	Berperan dalam perencanaan strategis terhadap <i>campaign</i> yang diadakan, <i>positioning, marketing mix</i> , memberikan relasi yang dapat mendukung berjalannya

			kampanye, dan turut serta dalam implementasi yang dilaksanakan.
3.	Larasati Ayuningrum	<i>Public Relations</i> dan <i>Media Relations</i>	Berperan sebagai yang melakukan <i>monitoring</i> terhadap kampanye dan media pemberitaan, berurusan dengan <i>PR score value</i> , berelasi dengan media beserta segala pihak terkait yang perlu dihubungi untuk dijangkau ikut serta dalam kampanye, memantau pemberitaan yang diinginkan dengan bertanggung jawab atas <i>press release</i> dan <i>press conference</i> , melakukan evaluasi, dan turut serta terjun dalam implementasi kampanye yang dilakukan.

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2015, p. 187), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, sumber data primer yang terkait adalah para inisiator Gerakan #20DetikCuciCorona yang berpartisipasi dan berkontribusi langsung terhadap kampanye sosial yang dilakukan. Bukti atau data yang dapat dipergunakan untuk keperluan studi kasus bisa melalui enam sumber, yakni: dokumen, rekaman arsip, wawancara, pengamatan langsung, observasi non partisipan, dan perangkat-perangkat fisik (Yin, 2014). Selain itu, menurut Bungin (2011, p. 143), adanya beberapa teknik kualitatif dalam pengumpulan data penelitian kualitatif, yaitu observasi partisipasi, wawancara mendalam, *life history*, analisis dokumen, catatan harian peneliti, dan analisis isi media.

Pada penelitian ini, data primer didapatkan dari hasil wawancara. Wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur yang merupakan jenis wawancara dalam kategori *in-depth interview*. Dalam pelaksanaannya wawancara jenis ini cenderung lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Kriyantono (2020, p. 291), menyatakan pewawancara pada jenis ini memiliki daftar pertanyaan terkait permasalahan yang ingin ditanyakan dan dapat ditanyakan secara bebas terpimpin, dalam artian wawancara dapat dilakukan secara bebas namun tetap berada pada jalur pokok permasalahan. Tujuannya adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak diminta pendapat, dan ide-idenya (Sugiyono, 2013). Menurut Bungin (2011, p. 111), wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

3.5.2 Data Sekunder

Pengertian data sekunder menurut Sugiyono (2015, p. 187), adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti lewat orang lain atau lewat studi dokumen. Dalam penelitian ini menggunakan sumber data sekunder melalui studi dokumen. Studi dokumen merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen guna mendapatkan data atau

informasi terkait masalah yang diteliti. Dokumentasi berisi seputar catatan peristiwa pada waktu lalu yang berbentuk tulisan, karya, gambar, maupun monumental dari seseorang (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, studi dokumen diperoleh dari kumpulan buku, artikel, jurnal, dan situs-situs resmi lainnya. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar lebih memahami secara jelas dan mendalam mengenai *social marketing* dalam bentuk kampanye sosial.

3.6 Keabsahan Data

Yin (2014, p. 25), mengatakan bahwa di dalam penelitian studi kasus terdapat empat aspek utama yang dimaksimalkan dan digunakan untuk menguji keabsahan data. Aspek-aspek tersebut, yakni:

1. Validitas Konstruk

Untuk menguji keabsahan data dengan validitas konstruk, dapat dilakukan dengan dua tahap. Pertama, memilih dan menetapkan perubahan konsep yang spesifik serta menghubungkannya dengan tujuan penelitian. Kedua, mengidentifikasi langkah-langkah operasional mengenai konsep dengan mengutip studi yang memiliki pola yang sama.

2. Validitas Internal

Aspek ini berhubungan dengan sebab akibat, saat sebuah kondisi dipercaya menimbulkan kondisi lainnya sehingga penelitian ini berupaya menjelaskan hubungan diantara keduanya.

3. Validitas Eksternal

Adanya upaya dari penelitian ini untuk menunjukkan generalisasi hasil penelitian dengan menyusun pertanyaan yang merujuk pada temuan secara umum.

4. Reliabilitas

Tujuan uji reliabilitas, yaitu memastikan bahwa penelitian dapat dilakukan kembali oleh penelitian selanjutnya atau diinterpretasikan dengan hasil yang sama untuk meminimalisir kesalahan atau bias dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan pengujian keabsahan data dengan validitas konstruk. Hal tersebut karena penelitian ini mengumpulkan data dari berbagai sumber bukti. Kemudian juga menggabungkan berbagai data yang diperoleh seperti melalui wawancara dan dokumentasi, hingga membangun bukti dan membuat susunan laporan studi kasus.

3.7 Teknik Analisis Data

Terdapat tiga teknik analisis data, yakni (Yin, 2014):

1. Penjodohan Pola

Proses perbandingan antara pola yang berdasarkan empiris dengan pola yang diprediksikan ataupun dengan beberapa prediksi alternatif. Hasilnya akan dapat menguatkan validitas internal dari studi kasus yang bersangkutan apabila kedua pola ini memiliki persamaan. Lalu, apabila kasus bersifat deskriptif, maka dengan variabel-variabel spesifik yang

diprediksi dan ditentukan sebelum pengumpulan data membuat penjadohan pola akan terlihat lebih relevan.

2. Pembuatan Eksplanasi

Dilanjutkan dengan menganalisis data studi kasus dengan cara pembuatan penjelasan tentang kasus yang berkaitan. Bentuk ini pada dasarnya relevan untuk studi kasus eksplanatoris karena tujuannya bukan untuk menyimpulkan suatu penelitian melainkan mengembangkan gagasan-gagasan yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Penjadohan pola dilakukan pada penelitian ini agar data yang diperoleh lebih spesifik dan dapat disimpulkan.

3. Analisis Deret Waktu

Teknik analisis deret waktu digunakan untuk pemberian informasi urutan waktu yang akurat dengan mengurutkan kejadian atau peristiwa yang terjadi.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data penjadohan pola. Hal ini dikarenakan penelitian akan membandingkan hasil penelitian berupa antar data wawancara yang diperoleh. Lalu, hasil tersebut akan dikaitkan dengan teori atau konsep yang digunakan, yakni *Social Marketing Planning Steps* dari Lee dan Kotler.