

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Kuhn (2014) dalam Neuman mendefinisikan paradigma sebagai pandangan dunia dan kerangka konseptual yang digunakan oleh para peneliti dalam menentukan pendekatan mereka dalam penelitian. Paradigma dapat dianggap sebagai kombinasi dari serangkaian asumsi, model penelitian, serta teknik pengumpulan dan analisis data. Secara keseluruhan, paradigma membentuk landasan yang mengatur ide-ide utama, kerangka teoritis, dan metode penelitian yang digunakan dalam sebuah penelitian.

Sedangkan Creswell (2014) mendefinisikan Paradigma sebagai cara dasar yang dipakai untuk melihat cara pandang, menyusun argumen, berpikir, menilai, serta melakukan suatu hal dengan secara khusus menjelaskan metode. Di luar daripada itu, paradigma juga didefinisikan sebagai kerangka dalam berpikir tentang suatu teori ataupun fenomena yang memiliki isi asumsi dasar, isu, desain penelitian, dan metode jawab. Paradigma juga terbagi atas empat macam yaitu: 1). Post-positivist, 2). Konstrutivis, 3). Partisipatoris, 4). Pragmatis.

Penelitian ini akan menggunakan paradigm post-positivist di mana peneliti akan ikut berperan di dalamnya dan menggunakan konsep dalam penelitian kualitatif. Paradigma post-positivist oleh Kadji (2016) juga adalah representasi dari kualitatif yang berisikan pola dan cara pikir dalam mempersepsikan sebuah gejala ataupun realitas. Post-positivist juga mempercayai adanya fakta untuk diketahui, tetapi peneliti juga tak lepas dari bias yang akan menyulitkan dalam mengetahui kebenaran apabila tidak terlibat langsung (berjarak) dengan realitas (Hennick et al., 2020). Pada penelitian ini, paradigm post-positivist dipakai untuk melihat bagaimana kampanye produk Eco Design oleh Decathlon melalui pendekatan kampanye *green marketing* dijalankan oleh Decathlon sebagai bentuk komunikasi pemasaran pilihan.

### 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Pada penelitian ini, pendekatan penelitian kualitatif dipilih untuk dilakukan dalam eksplorasi dan pemahaman lebih dalam akan makna dari individu atau kelompok yang datang dari suatu permasalahan sosial oleh (Creswell J. , 2014, p. 292). Dari pandangan lain, penelitian ini menjadi penelitian yang akan mencoba untuk memahami fenomena yang dilalui subjek penelitian. (Moleong, 2018, p. 6) menjelaskan bahwa Hal tersebut mencakup perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan yang diambil.

Penelitian ini tidak akan menggunakan analisis dengan data statistik dan oleh karena itu tidak akan menghasilkan data dalam bentuk statistik pula. Penelitian bertujuan untuk memahami bagaimana komunikasi produk Eco Design oleh Decathlon melalui pendekatan *green public relations*. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif.

Penelitian juga bersifat deskriptif karena bertujuan untuk menghasilkan *output* deskripsi, gambaran sistematis, faktual dalam fakta dan sifat, serta hubungan antarfenomena yang diteliti (Nazir, 2009, p. 43). Penelitian deskriptif juga menjelaskan dan mendeskripsikan keadaan ataupun peristiwa dari lapangan yang dianggap ada kaitannya dengan objek penelitian yang sesuai fakta, dalam (Setyosari, 2013, p. 50).

### 3.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang akan digunakan adalah studi kasus. Kasus merupakan fenomena yang terjadi dalam kehidupan ril, kontemporer, terutama yang tidak memiliki batasan yang jelas antar fenomena dan konteks (Yin, 2018, p. 33). Ditambahkan juga oleh Yin bahwasan metode studi kasus dapat dipakai guna menambahkan kejelasan yang komprehensif dalam kaitannya dengan individu dan kelompok, organisasi, atau situasi.

Dalam menggunakan metode penelitian studi kasus, karakteristik dari fenomena dapat dipertahankan, begitu juga metode ini akan erat hubungannya dengan dokumen, peralatan, proses wawancara, dan juga observasi. (Creswell J. ,

2014, p. 296) menambahkan sebagai metode, studi kasus dipandang sebagai strategi yang berisikan penyelidikan cermat akan program, peristiwa, proses, aktivitas, atau kelompok maupun individu yang walau terbatas oleh waktu harus mengumpulkan informasi terkait sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. (Yin, 2018, p. 136) menyatakan metode studi kasus memiliki 5 komponen penting dalam konstruk penelitiannya, yaitu pertanyaan penelitian, proporsi penelitian, unit analysis, logika untuk mengaitkan antara data dengan proposisi, dan terakhir kriteria interpretasi hasil temuan.

Dalam penelitian ini, studi kasus dipakai karena tujuan peneliti adalah untuk memahami komunikasi produk Eco Design oleh Decathlon melalui pendekatan *green public relations*. Dalam penelitian yang dikategorikan studi kasus ini juga akan memberikan fokus yang lebih baik akan pemahaman strategi *green public relations* yang dilakukan oleh Decathlon dan prosesnya. Hal tersebut dikarenakan dapat dilakukan pembatasan pada salah satu media komunikasi yang digunakan oleh Decathlon dalam melakukan komunikasi produk Eco Design dan juga pembatasan dalam penggunaan strategi komunikasi dalam kurun waktu yang sudah ditentukan saja.

### **3.4 Partisipan**

Penentuan partisipan dan informan dalam penelitian ini akan menggunakan teknik *purposive sampling* di mana menurut (Arikunto, 2016, p. 173), sample diambil atas dasar pertimbangan yang fokusnya adalah tujuan dan bukan acak. Partisipan yang terpilih akan diharapkan untuk menjadi sumber informasi yang tidak terbatas akan keterangan tetapi juga saran, sumber pendukung lainnya. Informan pada penelitian menjadi kunci penelitian yang menggunakan metode studi kasus (Yin, 2018, p. 88). Atas pengertian akan hal tersebut, penelitian kali ini memilih dua partisipan sebagai sumber data:

- Renata Suyono - Corporate Communication Lead DECATHLON – Partisipan 1

Partisipan 1 yang berperan sebagai Corporate Communication Lead di DECATHLON sejak 2020 dan telah menjadi praktisi *corporate communications* sejak 2017, adalah salah satu orang yang berperan penting dalam mengomunikasikan rencana kampanye yang akan dijalankan dalam kurun waktu tertentu baik ke Internal maupun Eksternal (Pemerintahan, stake holder lainnya) dan mengambil keputusan terkait komunikasi brand DECATHLON.

- Fiona Sebayang Sustainable Development Lead DECATHLON – Partisipan 2

Partisipan 2 yang merupakan Sustainability Division Lead di DECATHLON berperan memimpin, memantau, dan menggagas keputusan DECATHLON yang terkait dengan Sustainability berdasarkan data yang telah berhasil dikumpulkan sejak 2018.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk penelitian kualitatif, Yin (2018, p. 179) mengelompokkan beberapa teknik pengumpulan data yang paling umum dan banyak digunakan atau dilakukan ke dalam enam sumber data, antara lain: dokumentasi, catatan arsip, wawancara, observasi langsung, observasi partisipan, dan artefak fisik. Dalam proses memperoleh data tersebut (Creswell J. , 2014, p. 295) menyatakan penelitian kualitatif memiliki enam cara pengumpulan data yaitu: arsip, dokumen, wawancara mendalam, observasi langsung, observasi pemeran serta, dan perangkat fisik. Dalam penelitian ini, teknik yang akan digunakan adalah *In-Depth Interview* atau teknik wawancara mendalam.

*In-Depth Interview* atau Wawancara mendalam akan dilakukan langsung atau secara daring (*online*). Wawancara akan menggunakan struktur *semi structured interview* yang pada pelaksanaannya sifatnya terbuka dan lebih bebas jika dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Struktur *semi* dipilih untuk

menyiasati apabila timbul pandangan ataupun opini yang tak terduga dari partisipan yang diwawancarai.

### **3.6 Keabsahan Data**

Untuk menjamin keakuratan data, dalam penelitian ini dilakukan uji keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi, sesuai dengan saran Yin (2018, p. 50)

Pada validasi internal, data yang dikumpulkan dicocokkan melalui pola. Validasi data dilakukan dengan mengecek kecocokan hasil wawancara dengan kedua partisipan dengan hasil observasi mandiri dengan menggunakan berbagai sumber bukti data (triangulasi) untuk mengidentifikasi langkah-langkah yang sesuai dengan konsep penelitian.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Dalam (Yin, 2018, p. 126), Analisis data dalam studi kasus terbagi atas 3 teknik, yaitu:

1. *Pattern Matching* atau Penjodohan Pola

Pada teknik penjodohan pola, perbandingan pola didasari oleh dasar empiris yang polanya telah dipredikasikan dengan beberapa prediksi alternatif juga. Apabila ditemukan kesamaan pola, maka hasilnya dianggap menguatkan validitas internal.

2. *Explanation Building* atau Pembuatan Penjelasan

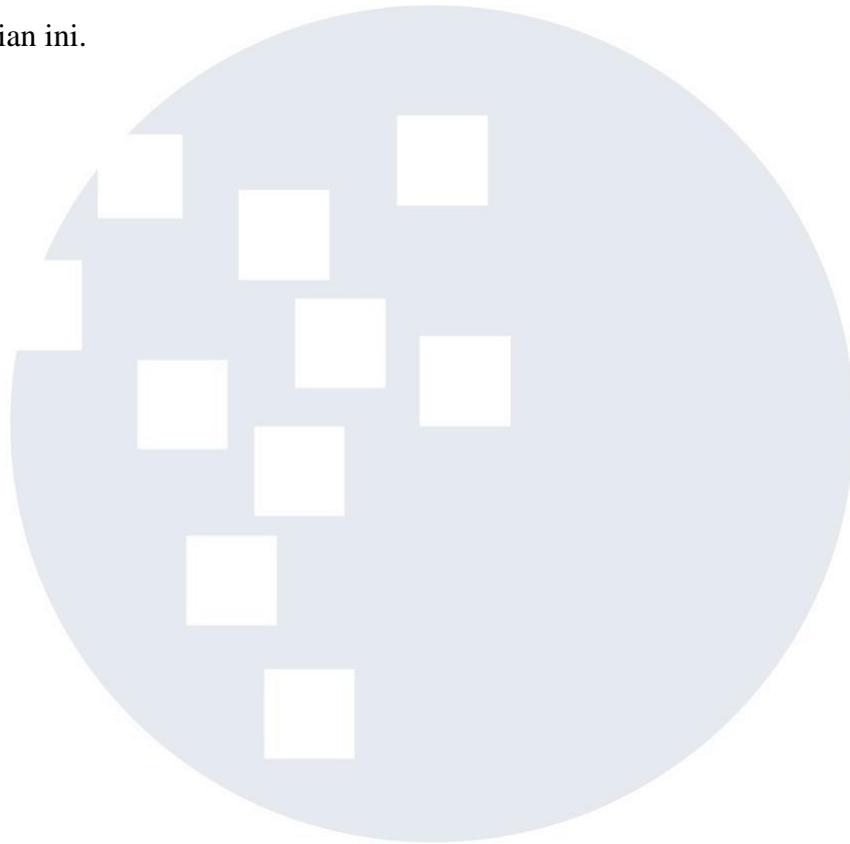
Analisis studi kasus dengan teknik ini akan menjabarkan penjelasan dengan mengaitkan dengan kasus yang masih bersangkutan.

3. *Time-Series Analysis* atau Analisis Deret Waktu

Melalui teknik ini, dilakukan pendekatan kronologis (waktu) yang meneliti dan memeriksa perkembangan kejadian yang diteliti

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang akan digunakan adalah teknik *pattern matching*, di mana strategi yang awalnya dibentuk akan

dibandingkan dengan yang dijalankan oleh Decathlon sesuai dengan konsep penelitian ini.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA