

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memahami suatu fenomena berdasarkan pengalaman yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara keseluruhan dalam bentuk deskripsi kata-kata dan bahasa di berbagai metode ilmiah (Moleong L. , 2017). Penelitian ini lebih menekankan pemahaman yang mendalam tentang masalah daripada melihat permasalahan untuk kepentingan generalisasi (Abdussamad, 2021).

Pendekatan penelitian kualitatif melakukan penelitian secara intensif, dimana peneliti akan berpartisipasi di lapangan dalam waktu yang lama, mencatat dengan cermat apa yang terjadi, kemudian melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan, dan menghasilkan laporan terperinci berdasarkan fakta (Sugiyono, 2018). Menurut Strauss dan Corbin dalam (Nugrahani, 2014) penelitian ini digunakan untuk meneliti kehidupan, masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, gerakan sosial. Pada proses pengambilan data untuk menghasilkan laporan biasanya penelitian kualitatif ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan pemanfaatan dokumen.

Oleh karena itu, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman setelah melakukan analisis terkait strategi komunikasi pemasaran sosial pada program Plasticpay. Kemudian dari analisis tersebut akan menyajikan hasil data dalam bentuk deskriptif, data yang diperoleh berasal dari proses wawancara mendalam kepada informan penelitian maupun sumber data yang mendukung baik sekunder maupun primer.

Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan paradigma konstruktivisme. Menurut Harmon dalam (Moleong L. , 2017) mengartikan bahwa paradigma sebagai cara dasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai dan melakukan sesuatu yang berkaitan dengan visi realitas. Sementara menurut Bogdan dan Biklen dalam (Moleong L. , 2017) paradigma adalah kumpulan asumsi, konsep atau

proposisi bersama yang memandu cara berpikir peneliti. Jika disimpulkan maka paradigma merupakan cara pandang peneliti terhadap sesuatu yang dapat mempengaruhi proses berpikir. Menurut (Wajdi, 2015) Paradigma dalam penelitian kualitatif terbagi menjadi tiga yaitu konstruktivisme, post positivisme, dan teori kritis.

Paradigma konstruktivisme adalah cara memandang realitas kehidupan sosial bukan sebagai realitas natural melainkan hasil dari proses konstruksi. Perspektif konstruktivisme ini dinilai dari suatu pemahaman terhadap realitas yang bersifat relatif dan dinamis. Menurut Liser dalam (Nugrahani, 2014) pemahaman yang bersifat relatif dan dinamis itu diproduksi sesuai pengalaman sebagai *out of worlds*. Menurut Guba dalam (Wajdi, 2015) Paradigma ini memandang bahwa penelitian terhadap suatu realitas itu tidak bebas nilai bahkan dalam paradig ini menyatakan bahwa kegiatan manusia adalah kegiatan yang mengkonstruksi realitas dan hasilnya bukan suatu kebenaran yang tetap tetapi terus berkembang.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin mendapatkan pemahaman dari hasil konstruksi yang sudah ada mengenai bagaimana strategi komunikasi pemasaran sosial pada program Plasticpay.

### **3.2. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan penelitian. Cara ilmiah dapat diartikan kegiatan penelitian yang didasarkan pada karakteristik keilmuannya yaitu rasional, empiris dan sistematis (Darmadi, 2013). Bogdan dan Taylor memaparkan bahwa metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif baik berupa kata-kata baik tertulis atau lisan dari perilaku yang diamati, karakteristik dari penelitian ini yakni kealamian, data bersifat deskriptif bukan angka-angka, induktif, dan menekankan pada makna.

Selain itu, beberapa hal yang dipertimbangkan dalam penggunaan metode ini yaitu pertama, adaptasi metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, kedua mempertemukan peneliti dan responden secara langsung, ketiga metode ini lebih peka terhadap pola-pola yang dihadapi (Moleong, 2013). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan

menggunakan teknik wawancara mendalam. Menurut Nasir dalam (Rukajat, 2018) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan fenomena yang terjadi secara nyata, realistis, aktual karena penelitian ini menghasilkan hasil berupa deskripsi dan memberikan fakta yang nyata dan akurat. Dalam penelitian metode deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui nilai variabel *independen* tanpa adanya perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono, 2018).

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif karena peneliti ingin mendeskripsikan keadaan yang akan diamati di lapangan secara lebih spesifik, transparan dan mendalam tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran sosial program Plasticpay dalam mewujudkan *circular economy*.

### **3.3. Informan Penelitian**

Informan merupakan seseorang yang dapat memberikan informasi tentang kebutuhan yang sesuai dengan penelitian. Selain memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan, informan juga memiliki selera dalam menyajikan informasi miliknya. Menurut Sutopo dalam (Nugrahani, 2014) untuk menghadapi informan memerlukan perilaku lentur, terbuka, dan kritis dari peneliti dalam memahami berbagai informasi penting dan berdampak langsung pada kualitas penelitian. Mengingat penelitian kualitatif tidak bertujuan untuk melakukan generalisasi, maka penarikan sampel bersifat purposive. Teknik purposive ini diyakini lebih mampu menangkap kelengkapan dan kedalaman data ketika berhadapan dengan realitas yang tidak tunggal, (Nugrahani, 2014). Penentuan informan ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, artinya mengambil sampel yang sesuai berdasarkan kriteria-kriteria yang sudah ditentukan sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dalam penelitian ini memilih tiga informan yang dijadikan sampel penelitian untuk mengumpulkan data, sesuai dengan kriteria yang ditentukan yaitu pihak dari Plasticpay yang memiliki perbedaan posisi jabatan atau divisi, ketentuan tersebut dipilih karena berkaitan dengan deskripsi pekerjaan. Adapun informan, sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tabel Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Jumlah
1.	Arif Rahman Abidin	Sales Marketing Manager	1 orang
2.	Andin	Sales Marketing Staff	1 orang
3.	Maryanti	<i>Business Development</i>	1 orang

Sumber: Olahan Peneliti, Tahun 2023

Peneliti memilih ketiga informan tersebut dengan alasan. Pertama, peneliti memilih Arif Rahman Abidin sebagai informan dalam penelitian ini karena posisi informan adalah *sales marketing manager* sejak berdirinya Plasticpay yaitu 2019 bahkan menjadi pihak yang sering kali melakukan komunikasi secara langsung dengan perusahaan-perusahaan untuk memberikan pemahaman terkait program Plasticpay hingga menawarkan produk. Sejak berdirinya Plasticpay, Sehingga peneliti menganggap bahwa informan lebih mengetahui tentang Plasticpay dan kredibel dalam memberikan jawaban terkait pertanyaan strategi komunikasi pemasaran sosial program “*impactful corporate social responsibility*” dalam mewujudkan *circular economy*.

Kedua, peneliti memilih Andin sebagai informan dalam penelitian ini yang berposisi sebagai sales marketing staff dengan tugas dan tanggung jawab dalam melakukan riset pasar hingga terlibat dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat bagi Plasticpay. Sehingga peneliti menganggap bahwa informan lebih mengetahui tentang Plasticpay dan kredibel dalam memberikan jawaban terkait pertanyaan strategi komunikasi pemasaran sosial program “*impactful corporate social responsibility*” dalam mewujudkan *circular economy*.

Ketiga, peneliti memilih Maryanti sebagai informan dalam penelitian ini yang mempunyai jabatan sebagai *business development*, beliau bertanggung jawab dalam menghubungkan para pemangku kepentingan kepada perusahaan secara strategis. Beliau pun ikut terlibat dalam perencanaan penerapan strategi komunikasi pemasaran sosial yang tepat bagi Plasticpay dalam program ini, sehingga peneliti menganggap bahwa informan lebih tahu mengenai strategi komunikasi pemasaran

sosial program “*impactful corporate social responsibility*” Plasticpay dalam mewujudkan *circular economy*.

Setelah mendapatkan data mentah dari informan peneliti, maka tahapan selanjutnya yang perlu peneliti lakukan sebagai berikut:

1. Peneliti akan menguji objektivitas data dan keabsahan data yang ditemukan di lapangan. Temuan data akan diperiksa terlebih dahulu kredibilitas informasinya agar dapat dipertanggungjawabkan.
2. Peneliti akan melakukan reduksi data yaitu seluruh data yang didapatkan dari wawancara mendalam, kemudian akan menggolongkan maupun merangkum hal-hal yang pokok agar memberikan gambaran yang jelas mengenai hasil penelitian selama di lapangan.
3. Peneliti menganalisis data dari berbagai sumber data yang telah didapatkan baik data primer yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan
  - pihak-pihak Plasticpay Untuk kemudian dilakukan analisis selanjutnya yang menghasilkan transkrip.
4. Peneliti akan mendeskripsikan data secara deskriptif dalam penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah.

#### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dilakukan dalam berbagai *setting*, sumber, dan cara. Pada penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih bersifat observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi (Sugiyono, 2018). Menurut Maryadi dalam buku (Sudayarna, 2018) mengatakan bahwa teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian kualitatif merupakan teknik yang memungkinkan diperolehnya data detail dalam waktu yang cukup lama.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara. Teknik wawancara dilakukan dengan dua pihak atau lebih yang berperan menjawab pertanyaan sehingga dengan dilakukannya wawancara dapat memperoleh informasi yang tidak dapat didapatkan dengan alat lain, oleh karena itu peneliti akan memperoleh data yang lebih banyak, akurat dan mendalam. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu memberikan pertanyaan-pertanyaan bagi

informan. Instrumen tersebut digunakan sebagai pedoman wawancara (Sugiyono, 2018). Posisi responden sangat penting, bukan hanya sekedar memberi respon saja tetapi juga pemilik informasi.

Dalam penelitian ini juga menggunakan jenis pengumpulan data lainnya, yakni data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2018) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pihak peneliti. Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh secara langsung oleh pihak-pihak terkait perusahaan melalui wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan proses memperoleh informasi sesuai dengan masalah dan fokus penelitian serta diarahkan pada pusat penelitian (Moleong L. , 2017). Pada prosesnya yaitu memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada informan secara tatap muka agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam baik dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) (Bungin, 2015). Pertanyaan dalam *in depth interviewing*, umumnya disampaikan secara spontanitas sehingga tidak terlalu formal, wawancara dapat dilakukan secara berulang kali kepada informan yang sama dengan pertanyaan bersifat *open-ended* yakni pertanyaan mengenai fakta dari peristiwa atau aktivitas dan opini. Dengan dilakukannya wawancara mendalam bertujuan menyajikan konstruksi saat ini dalam suatu konteks mengenai peristiwa, aktivitas, tanggapan dan lainnya. Maka pendapat informan akan menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya. (Nugrahani, 2014).

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan sebagai metode dalam mengumpulkan data melalui beberapa informan yang sudah ditentukan yaitu dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada ketiga informan. Wawancara mendalam secara langsung akan dilakukan kepada informan yaitu Sales & Marketing Manager Plasticpay, Sales & Marketing Staff Plasticpay, Serta *Business Development*.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan oleh seseorang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah tersedia. Metode pengumpulan data sekunder ini dengan menggunakan studi pustaka seperti jurnal, dan buku, artikel yang mendukung data penelitian.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran sosial pada program Plasticpay dalam mewujudkan *circular economy*. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data agar memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan peneliti.

### 3.5. Metode Pengujian Data

Pada penelitian kualitatif, metode keabsahan data dilakukan agar data dapat dikatakan valid sesuai dengan realitas fenomena yang sebenarnya dan dapat yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian kualitatif untuk menguji keabsahan data dapat menggunakan *credibility transferability*, *dependability* dan *confirmability* (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode pengujian data yakni *confirmability*. Uji *confirmability* biasa disebut objektivitas penelitian, suatu penelitian dapat dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh banyak orang. Menguji *confirmability* sama seperti menguji hasil penelitian dengan proses yang sudah dilakukan, Jika hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian, maka penelitian tersebut memenuhi standar *confirmability* (Sugiyono, 2019).

Berdasarkan penjelasan di atas, sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran sosial pada program Plasticpay dalam mewujudkan *circular economy* maka keabsahan data yang digunakan peneliti adalah *confirmability*. Metode yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menanyakan kembali kepada para informan mengenai kebenaran informasi yang didapat dari informan. Kemudian setelah menyelesaikan proses transkrip wawancara, peneliti akan melakukan konfirmasi kembali dengan tujuan hasil transkrip tersebut sesuai dengan pernyataan mereka. Langkah tersebut dilakukan agar data yang didapatkan bersifat objektif dan kredibel. Setelah dilakukannya proses-proses tersebut maka peneliti akan melakukan tahapan selanjutnya.

### 3.6. Metode Analisis Data

Analisis data adalah tahapan setelah proses pengumpulan data telah dilakukan. Ini adalah metode terpenting yang dapat memecahkan masalah penelitian. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Nugrahani, 2014) analisis data sebagai suatu proses merumuskan hipotesis kerja, proses analisis ini dimulai dengan mendalami seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber. Data yang diperoleh akan direduksi, kemudian diinterpretasikan untuk memperoleh temuan sementara (Nugrahani, 2014). Analisis data dalam penelitian kualitatif dapat terus dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data, hingga pertanyaan-pertanyaan dapat seluruhnya terjawab. Menurut Singarimbun dan Effendi dalam (Nugrahani, 2014) analisis data kualitatif dilakukan melalui interpretasi data untuk menemukan makna dan implikasi secara lebih luas sebagai hasil penelitian.

- Untuk menyajikan data, maka ada tahapan-tahapan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sesuai model dari Miles dan Huberman dalam (Nugrahani, 2014) yang mengelompokkan tahapannya yakni, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahapan tersebut perlu ada dalam analisis data kualitatif karena hubungan dan keterkaitan antara ketiganya perlu selalu dikomparasikan agar menemukan isi simpulan sebagai hasil akhir dalam penelitian. Tahapan ketiganya dalam analisis data dijelaskan sebagai berikut:



1. Reduksi Data

Tahapan pertama adalah reduksi data. Data yang sudah diperoleh kemudian akan dilakukan proses olah data dengan seleksi, penyederhanaan dan pengabstraksian dari seluruh data yang mendukung selama di lapangan agar mendapatkan gambaran yang jelas. Proses ini akan terus dilakukan selama penelitian masih berlangsung, maka peneliti dapat melakukan *coding*, menentukan batasan masalah.

2. Penyajian Data

Sekumpulan informasi yang bersifat naratif dalam menyajikan data yang dilengkapi matriks, gambar, grafik, bagan, tabel, dan lainnya. Penyajian data mempermudah peneliti untuk melihat dan memahami gambaran secara keseluruhan terkait penelitian.

3. Penarikan Kesimpulan

- Penarikan kesimpulan adalah interpretasi terhadap hasil analisis dan interpretasi data. Kesimpulan harus bersifat kredibel yang perlu diverifikasi selama penelitian agar dapat dipertanggungjawabkan, proses verifikasi yang akan dilalui sebagai peneliti adalah mengamati kembali terkait catatan dan transkrip wawancara setelah itu melakukan konfirmasi penelitian. Sehingga kesimpulan ini dapat menemukan temuan baru yang belum pernah ada.

Setelah melewati tahapan menganalisis data diatas, penelitian ini akan menganalisis data menggunakan *coding*. Menurut Miles dan Huberman dalam (Neuman, 2014) coding adalah label yang diberikan pada suatu makna atau informasi dalam suatu penelitian yang menyimpulkan dan mengklasifikasikan makna tersebut. Neuman membagikan tahapan coding terbagi menjadi tiga yaitu *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Ketiga tahapan tersebut kemudian dijelaskan sebagai berikut:

1. *Open coding*

*Open coding* merupakan bentuk analisis yang melakukan proses dengan identifikasi, penamaan, mengkategorisasikan dan menggambarkan fenomena yang ada dalam teks. Dalam tahapan open coding ini mempermudah peneliti untuk mengetahui dimensi dan kategori-kategori dari hasil yang didapatkan, nantinya hasil tersebut akan dilakukan proses selanjutnya yaitu pengkodean aksial. Pada tahapan ini peneliti akan membuat hasil wawancara para informan.

2. *Axial Coding*

*Axial coding* merupakan tahapan menyambungkan dan mengembangkan kategori untuk menyusun data. Pada tahapan ini peneliti akan menggolongkan jawaban para informan ke dalam kategori tertentu yang sesuai.

3. *Selective Coding*

*Selective Coding* merupakan tahapan terakhir dengan memilih satu kategori yang akan menjadi kategori inti, dan menghubungkan seluruh kategori lainnya dengan kategori tersebut. Dengan harapan akan menjawab masalah dalam penelitian. Pada tahapan ini. Peneliti akan memilih jawaban informan yang sesuai dengan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan analisis data menggunakan tiga teknik diatas sehingga hasilnya diharapkan mendapatkan data yang akurat dan ingin mengetahui apakah peneliti menemukan temuan data yang sesuai dengan rumusan penelitian yakni bagaimana strategi komunikasi pemasaran sosial program “*impactful corporate social responsibility*” plasticpay.

### **3.7. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun peneliti masih memiliki keterbatasan penelitian yakni penelitian ini merupakan strategi komunikasi pemasaran sosial yang dilakukan oleh Plasticpay sejak tahun 2021.