

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **3.1.1. Tempat Penelitian**

Dalam penelitian ini berlokasi di PT Monica Hijau Lestari Sentosa Building 2 Lt. 1 Bintaro Jaya Central, Business District, Bintaro, Jl. Prof. DR. Satrio No.5, Pd. Jaya, Kota Tangerang Selatan, Banten. Perusahaan yang bergerak dibidang kecantikan berupa produk perawatan tubuh, muka, rambut, kebutuhan untuk mandi, dan parfum. Peneliti juga melaksanakan melalui virtual zoom dikarenakan padatnya jadwal informan pada saat itu.

##### **3.1.2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu bulan November 2022 sampai dengan bulan Juli 2023.

#### **3.2. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian yang telah ada, metode penelitian ini dipakai guna dapat mengatasi permasalahan yang diteliti. Metode penelitian deskriptif adalah catatan penelitian yang berisi data yang dapat memberikan gambaran penyampaian penelitian. Data yang didapat dari hasil wawancara, catatan, foto, video, dan dokumen resmi lainnya. Penelitian dengan cara menganalisis, kesimpulan pandangan pada sebuah kejadian dan hasil wawancara yang bertujuan guna mendapatkan manfaat sebuah kejadian. Tujuan dari metode penelitian deskriptif ini merupakan guna mengetahui bagaimana seseorang dalam pengalaman kegiatannya, dapat membagikan manfaat, dan juga memberikan orang-orang mengenai pandangan pada pengalaman (Moleong, 2017: 11).

Pendekatan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan atau fenomena sebagaimana keadaan. Pendekatan deskriptif merupakan tentang masalah berupa fakta terkini mengenai suatu masyarakat yang mencakup aktivitas mengevaluasi sikap atau pendapat tentang individu, populasi yang mencakup

kegiatan mengevaluasi perilaku atau opini tentang perseorangan, kelompok, situasi, atau bahkan kebijakan. Dalam penelitian ini peneliti tidak memanipulasi data dan semua aktivitas atau keadaan terjadi sebagaimana adanya (Sudaryono, 2019: 88).

Dalam penelitian ini menggambarkan mengenai bagaimana kesadaran generasi muda pada kampanye public relations digital dalam menangani perubahan iklim.

### **3.3. Metode Penelitian**

Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menciptakan instruksi dalam analisis dan tidak memakai instruksi dalam analisis data berupa angka. Pengertian ini membantah dalam penelitian kualitatif dengan hal penelitian yang bernada kuantitatif yang dengan menekankan bahwa kuantifikasi tidak digunakan dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dilandaskan pada usaha untuk mengkonstruksi pengamatan subjek sebagai gambaran yang detail, dibangun melalui perkataan, komprehensif, dan kompleks. Pengertian ini menggunakan pandangan posisi pada penelitian adalah upaya untuk menciptakan pengamatan yang detail, verbalisasi, pandangan secara menyeluruh, dan kompleks dari topik penelitian. Jadi penelitian kualitatif adalah yang memiliki keinginan untuk memahami kejadian mengenai hal yang dirasakan oleh subjek dalam penelitian contohnya perbuatan, tanggapan, tekad, dan perbuatan secara keseluruhan dengan mendeskripsikan berupa kata-kata serta bahasa pada pembicaraan khusus yang proposional (Moleong, 2017: 6).

### **3.4. Oprasionalisasi Konsep**

Sesuai dengan kerangka konsep yang telah ada, dibuatlah oprasionalisasi konsep guna bertujuan dapat memudahkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian ini berpusat pada “Kampanye *Digital Public Relations* “Be Seen Be Heard” dalam Membangun Kesadaran Generasi Muda tentang Perubahan Iklim (Studi Deskriptif Kualitatif di Values Development The Body Shop Indonesia)”.

Penelitian ini berfokus pada kampanye digital public relations “Be Seen Be Heard” dalam membangun kesadaran generasi muda dalam menangani perubahan iklim.

Tabel 2. Oprasionalisasi Konsep

<b>Konsep</b>	<b>Deskripsi Konsep</b>	<b>Aspek yang digali</b>
Kampanye Digital Public Relations	A. Media digital	Menggunakan media digital dengan jenis media massa dan media internal.
	B. Pesan	Menyebarkan pesan kepada generasi muda dalam menangani perubahan iklim.
	C. Aksi tertentu	Menjalankan aksi dengan menyuarakan dalam menangani perubahan iklim melalui digital yaitu seperti media sosial.
Kampanye “Be Seen Be Heard”	Kampanye perubahan iklim	Kampanye “Be Seen Be Heard” untuk mewadahi generasi muda untuk berani bersuara dalam menangani perubahan iklim.
Kesadaran Publik	A. Sikap	Sikap generasi muda akan kesadaran pada perubahan iklim yang semakin memburuk.
	B. Perasaan	Generasi muda dalam menumbuhkan kesadaran dalam menangani perubahan iklim.
	C. Pemahaman	Membangun kesadaran generasi muda dengan diberikannya wadah mereka untuk berani bersuara dalam kampanye “Be Seen Be Heard”.

### 3.5. Teknik Penentuan Informan

Kedudukan informan sebagai sumber informasi penelitian amatlah berarti dalam perannya sebagai seseorang yang memegang informasi. Informan tidak hanya memberikan jawaban atas masalah yang dipertanyakan, akan tetapi juga memilah petunjuk dan gaya untuk menampilkan informasi yang mereka miliki (Nugrahani, 2014: 111).

Teknik dalam penentuan informan yang ditentukan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Berdasarkan pendapat Sugiono (2010), *purposive sampling* adalah metode yang menjamin penyajian penelitian dengan pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang terkumpul nantinya lebih tepat (Lenaini, 2021: 34).

Informan yang dipilih berdasarkan yang mengetahui masalah akan diteliti di penelitian ini. Dalam kualifikasi informasi yang akan diteliti yang dibutuhkan bisa didapatkan oleh peneliti dari informan yang mengetahui permasalahan yang berhubungan dengan penelitian.

Pada penelitian ini yang akan menjadi informan adalah seseorang yang dipilih peneliti untuk kebutuhan informasi yang dibutuhkan peneliti yang tentunya mumpuni dipenelitian ini, yaitu sebagai berikut.

Tabel 3. Daftar Informan

No.	Nama	Jabatan	Pendidikan	Usia	Keterangan
1.	Dita Agustia	Values Development Manager	Universitas Gadjah Mada (S1)	38 Tahun	Key Informan
2.	Ridha Ichsani	Public Relations and Community Manager	Universitas Padjajaran (S1) dan University of Twente (S2)	33 Tahun	Informan
3.	Gesit Pambudi	Brand Activation Manager	Universitas Gunadarma	41 Tahun	Informan

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan pengaturan yang berbeda, dari sumber yang berbeda, dan dengan cara yang berbeda. Melihat pengaturannya, informasi dapat disatukan secara biasa, pada di seminar, percakapan dan lainnya. Melihat sumber data terbagi menjadi dua, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer merupakan sumber data yang memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data dan sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti melalui dokumen. Selain itu, ditinjau dari teknik pengumpulan data, teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi (Sugiono, 2022: 104).

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

#### 1. Observasi

Peneliti dapat bergerak atas dasar data ialah fakta yang didapatnya melalui observasi. Dalam observasi ini peneliti memerhatikan yang dilakukan oleh orang dan mendengarkan yang telah dikatakan. Melalui observasi, peneliti dapat belajar tentang perilaku dan maknanya.

#### 2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan antara dua orang di mana informasi dan ide dipertukarkan melalui tanya jawab untuk memberi makna pada suatu topik. Peneliti berkeinginan untuk mengetahui kampanye ini dari narasumber lebih dalam. Hasil dari wawancara harus secepatnya dicatat setelah selesai wawancara supaya tidak lupa.

#### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa masa lalu. Dokumentasi dapat berupa teks dan gambar, serta bukti yang kuat dari pengumpulan data yang telah didapat oleh peneliti. Dokumentasi yang berbentuk tulisan berupa catatan harian juga biografi. Dokumentasi bisa melengkapi metode observai serta wawancara pada penelitian kualitatif.

#### 4. Triangulasi

Triangulasi didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data yang menggabungkan dari teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada, dengan triangulasi peneliti menggabungkan data serta dapat memverifikasi kredibilitas data (Sugiono, 2022:106-125).

#### **3.7. Teknik Analisis Data**

Analisis data kualitatif merupakan pekerjaan yang melibatkan bertugas dengan data, mengorganisir data, memilahnya menjadi unit-unit yang dapat dijalankan, menggabungkannya, menggali dan mendapatkan bentuk, mencari apa yang penting dan yang dapat dipelajari, dan menentukan yang dapat dibagikan kepada orang lainnya.

Teknik dalam Analisis Data menurut Saiddel adalah sebagai berikut.

1. Melakukan pencatatan yang dapat menghasilkan catatan lapangan berkode supaya sumber data dapat diperiksa lebih lanjut.
2. Mengumpulkan, mengurutkan, dikelompokkan, menggabungkannya, mengindikator dan membuat kesimpulan,
3. Berpikir, dengan menghasilkan kategori data yang bermakna, mencari dan mendapatkan bentuk dan hubungan, serta menciptakan penemuan umum (Moleong, 2017: 248).

#### **3.8. Uji Keabsahan Data**

Keabsahan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kredibilitas. Mengemukakan tes kredibilitas data atau kepercayaan mengenai data dari penelitian kualitatif meliputi observasi yang diperpanjang, peningkatan ketekunan pada penelitian, triangulasi, diskusi, analisis perkara negatif, dan tinjauan anggota. Untuk memastikan kredibilitas data, subjek diwawancarai secara tatap muka mengaplikasikan pedoman wawancara. Peneliti juga memakai triangulasi untuk melakukan verifikasi data yang diperoleh (Sugiono, 2022: 185).

Menurut Lexy J. Moleong, triangulasi merupakan teknik pemeriksaan validitas data yang menggunakan sesuatu selain data untuk keperluan validasi atau dengan membandingkan data yang diperoleh.

Ada empat macam triangulasi, yaitu:

#### 1. Triangulasi sumber

Memperbandingkan dan memeriksa tingkat kepercayaan informasi yang didapat pada waktu dan dengan alat-alat yang berbeda dalam metode kualitatif.

#### 2. Triangulasi metode

Terdapat dua cara yaitu mengecek reliabilitas hasil penelitian dari beberapa metode pengumpulan data dan mengecek reliabilitas dari beberapa sumber data dengan menggunakan cara yang sama.

#### 3. Triangulasi penyidik

Triangulasi penyidik yang berarti menggunakan peneliti lain untuk memeriksa keandalan data, yang dapat mengecilkan kemungkinan kesalahan pada data yang dikumpulkan.

#### 4. Triangulasi teori

Berdasarkan asumsi bahwa tingkat kepercayaan terhadap fakta tertentu tidak dapat dikendalikan oleh satu atau teori lainnya (Moleong, 2017: 330-331).

Peneliti menggunakan triangulasi sumber dikarenakan peneliti dapat mencocokkan dengan data hasil observasi dengan data yang didapat dari wawancara, serta dapat mencocokkan dengan hasil wawancara dengan data yang memiliki hubungan. Juga diperlukannya cara yang bisa menyatukan berbagai perbedaan dari data yang diperoleh guna dapat menarik kesimpulan yang pasti dan tepat. Triangulasi sumber juga dapat lebih menguatkan data yang telah didapat, apabila dibandingkan dengan hanya melalui satu pendekatan saja.

Tabel 4. Daftar Triangulasi

<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Keterangan</b>
Hanieta Savitri	Head of Digital Marketing and Public Relations in Property Services.	Universitas Mercu Buana (S1), Sekolah Tinggi Bahasa Asing Pontianak, dan Akademi Bahasa Asing Pontianak (D3).	Triangulasi Sumber

Terpilihnya Hanieta Savitri sebagai triangulasi sumber dikarenakan sudah berkecimpung didunia digital public relations dan menangani kampanye digital public relations pada pekerjaan sebelumnya serta menjalankan kampanye digital public relations di komunitas bank sampah rosela purnama agung 7 Pontianak.

Komunitas ini pada awalnya hanya di isi oleh ibu-ibu sekitar bank sampah, yang salah satunya adalah ibu dari Hanieta Savitri. Komunitas bank sampah rosela purnama agung 7 Pontianak menjadi lebih terkenal karena disebarakan melalui Facebook oleh ibu-ibu anggota komunitas dan Hanieta Savitri juga membantu menyebarkan melalui Instagram. Melalui penyebaran Instagram dapat mencakup lebih banyak audience yaitu para generasi muda yang tertarik pada komunitas bank sampah rosela purnama agung 7 Pontianak. Komunitas tersebut juga melakukan aksi kampanye digital public relations melalui Instagram dan juga Facebook untuk membersihkan sampah yang terdapat disalah satu pinggir sungai Pontianak, tidak hanya membersihkan sampah tersebut dari Sungai para generasi muda juga membantu memilah sampah yang dapat didaur ulang di bank sampah rosela purnama agung 7 Pontianak, kemudian didaur ulang menjadi berbagai macam bentuk salah satunya bisa menjadi gantungan kunci.

Bank sampah rosela juga berkerja sama dengan The Body Shop yang berada di Pontianak. Kerja sama tersebut diajukan oleh The Body Shop kepada bank sampah rosela purnama agung 7 Pontianak karena The Body Shop menampung sampah produk kecantikan dari para konsumennya guna sampah tersebut dapat didaur ulang kembali. Staf dari The Body Shop sendiri yang mengantarkan sampah tersebut juga membatu untuk proses pendauran ulang sampah.