

BAB III

METODOLOGI

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan landasan berpikir atau kerangka epistemologis bagi peneliti untuk memahami dan menyelesaikan masalah. Suatu dasar dari sebuah kepercayaan yang dapat menuntun seorang peneliti menemukan fakta-fakta melalui penelitian yang dilakukan. Paradigma diartikan sebagai asumsi dan keyakinan terpadu Pratama & Mutia (2020). Paradigma penelitian berperan penting dalam membimbing peneliti dalam berbagai aspek proses penelitian, termasuk dalam menentukan fokus observasi, merumuskan pertanyaan penelitian, menyusun pendekatan analisis, menafsirkan temuan, serta memilih instrumen yang sesuai. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yang menekankan pada pemaknaan subjektif serta pemahaman mendalam terhadap realitas sosial yang dibentuk melalui interaksi dan pengalaman individu.

Paradigma konstruktivis digunakan peneliti dalam penelitian ini. Menurut Creswell (2009, h. 34) menerangkan bahwa:

“the constructivist paradigm is a paradigm that focuses on understanding social interactions, where individuals strive to understand and make meaning of the social world they face, as well as various interactions between individuals within that world”.

Melihat dari kondisi serta objektif penelitian, maka paradigma konstruktivis dapat memberi pemahaman dan realitas sosial yang sesuai serta dapat dieksplorasi dalam

penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengeksplorasi beberapa hal utama, yaitu:

- 1) Pemahaman pengelola strategi komunikasi Kemendukbangga/BKKBN dalam program pencegahan stunting.
- 2) Pemahaman dan pengalaman pengelola media sosial Kemendukbangga/BKKBN dalam mengkampanyekan program pencegahan stunting.

Untuk mendalami sejauh mana pemahaman dan pengalaman pengelola strategi komunikasi Kemendukbangga/BKKBN dalam mengkampanyekan program pencegahan terjadinya stunting melalui media sosial Instagram. Wawancara akan diarahkan untuk mengeksplorasi pengalaman, pemaknaan, serta pandangan pribadi mereka terhadap strategi kampanye komunikasi pencegahan terjadinya stunting oleh Kemendukbangga/BKKBN. Hasil wawancara kemudian akan dianalisis dengan menggunakan analisis tematik, yang bertujuan mengidentifikasi pola-pola makna dan tema-tema utama yang muncul dari data naratif. Hal ini dimungkinkan dengan menggunakan paradigma konstruktivis.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan ruang bagi pemahaman atas realitas sosial yang dibentuk dan dimaknai secara subjektif oleh para pelaku komunikasi. Paradigma ini berpijak pada asumsi bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif dan tunggal, melainkan dibentuk melalui proses interaksi, pengalaman, bahasa, serta pemaknaan dari individu atau kelompok dalam konteks sosial tertentu (Berger & Luckmann, 1966). Hal ini sangat

relevan dalam penelitian komunikasi strategis, khususnya dalam konteks kampanye komunikasi yang menggunakan media sosial sebagai mediumnya. Oleh karena itu, peneliti memilih paradigma ini karena dirasa tepat, selain peneliti mengkaji aspek teknis dari strategi komunikasi, peneliti juga dapat mengeksplorasi proses sosial dan simbolik dibalik komunikasi kampanye oleh Kemendukbangga/BKKBN tentang pencegahan terjadinya stunting melalui media sosial instagram.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan kualitatif merupakan salah satu pendekatan dalam penelitian. Pendekatan kualitatif digunakan ketika peneliti ingin mengeksplorasi dan mendeskripsikan suatu peristiwa, proses, atau fenomena dalam konteks alamiah tanpa manipulasi variabel. Menurut Creswell (2009), pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami makna yang dikonstruksi oleh individu atau kelompok terhadap suatu persoalan sosial atau kemanusiaan. Dengan kata lain, sejalan dengan fokus utama penelitian ini adalah pada bagaimana pelaku komunikasi merancang strategi kampanye komunikasi dan bagaimana pesan-pesan tersebut dimaknai oleh khalayak di media sosial.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis strategi kampanye komunikasi pencegahan terjadinya stunting oleh BKKBN di media Instagram. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam bagaimana konten visual dan naratif diinterpretasikan oleh audiens (Savira, 2023). Selain itu pentingnya observasi dan wawancara mendalam untuk menggali cara publik merespon kampanye *public relations* di media sosial. Oleh

karena itu, pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menangkap makna, persepsi, serta konteks sosial yang terbentuk dalam interaksi digital.

Pendekatan kualitatif ini menggunakan teknik observasi konten di akun Instagram resmi dan wawancara mendalam dengan pengelola strategi komunikasi pencegahan terjadinya stunting oleh Kemendukbangga/BKKBN. Unsur kontekstual dan interpretatif menjadi fokus utama, sesuai karakter penelitian kualitatif yang mengeksplorasi subjektivitas audiens dan nuansa komunikasi visual (Mutaqin et al., 2023). Selain itu, analisis mendalam terhadap narasi dan struktur visual dipandu oleh paradigma konstruktivis, di mana realitas kampanye dibentuk melalui interaksi media dan persepsi pengguna. Dengan demikian, pendekatan ini relevan untuk memahami bagaimana pesan kampanye dikonstruksi, diterima, dan diinternalisasi dalam praktiknya di media sosial.

Strategi kampanye komunikasi oleh Kemendukbangga/BKKBN sangat relevan untuk diteliti dengan pendekatan kualitatif. Sutikno & Hadisaputra (2020) menyatakan bahwa pendekatan kualitatif digunakan untuk meneliti perilaku individu atau kelompok dalam kondisi alami, dan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggali proses komunikasi strategis yang dijalankan BKKBN melalui kanal media sosial, mulai dari bentuk pesan, format media, target audiens, hingga pola interaksi dan partisipasi publik.

3.3 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang bersifat deskriptif karena metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi yang digunakan oleh BKKBN RI dalam kampanye pencegahan stunting melalui media sosial. Menurut Creswell (2009) studi kasus merupakan salah satu pendekatan dalam penelitian kualitatif yang digunakan untuk menyelidiki secara mendalam fenomena nyata dalam konteks kehidupan sehari-hari, baik yang terbatas pada satu kasus maupun beberapa kasus. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data secara rinci dari berbagai sumber informasi atau data majemuk, seperti observasi, wawancara, dokumen, serta materi audiovisual. Tujuan akhirnya adalah untuk menyusun deskripsi menyeluruh mengenai kasus yang diteliti serta mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari proses analisis. Metode ini berorientasi pada penggambaran fenomena sosial berdasarkan data empiris yang diperoleh dari wawancara, observasi, dokumentasi, serta analisis konten media sosial.

Metode studi kasus memungkinkan peneliti melakukan eksplorasi mendalam terhadap strategi kampanye komunikasi pencegahan terjadinya stunting oleh Kemendukbangga/BKKBN melalui media sosial Instagram. Studi kasus merupakan suatu bentuk investigasi empiris yang bertujuan untuk memahami secara mendalam suatu fenomena kontemporer (kasus) dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2003).

Dengan begitu, metode ini dapat menjawab pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa” terhadap fenomena kompleks yang tidak dapat dipisahkan dari konteksnya.

Dalam konteks penelitian ini, menggunakan metode studi kasus memungkinkan peneliti untuk:

- 1) Memahami konteks strategi kampanye komunikasi Kemendukbangga/BKKBN dalam pengelolaan media sosial didalamnya.
- 2) Menggali persepsi dan pengalaman pegawai selaku pengelola program dalam menjalankan strategi kampanye komunikasi pencegahan terjadinya stunting.
- 3) Mengidentifikasi strategi kampanye komunikasi pencegahan terjadinya stunting melalui media sosial Instagram.
- 4) Merumuskan bagaimana mengkampanyekan pencegahan terjadinya stunting sejalan dengan strategi komunikasi yang telah disusun oleh Kemendukbangga/BKKBN.

Langkah-langkah penelitian meliputi:

- 1) Pemilihan kasus tunggal, yakni Kemendukbangga/BKKBN, berdasarkan keterkaitan yang erat dengan fokus penelitian dan ketersediaan akses data.
- 2) Pengumpulan data secara triangulatif, yaitu melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisis dokumen instansi.
- 3) Analisis data kualitatif dengan pendekatan tematik, untuk menemukan kategori-kategori utama dan pola-pola yang relevan terkait strategi kampanye komunikasi pencegahan terjadinya stunting.

- 4) Penyajian hasil dalam bentuk naratif deskriptif, yang menampilkan gambaran menyeluruh dan kontekstual dari fenomena yang diteliti

Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam bidang strategi kampanye komunikasi, khususnya di sektor instansi pemerintah, serta menjadi referensi bagi pengembangan strategi kampanye komunikasi yang sesuai dengan sasaran audiens agar mampu menginterpretasikan pesan-pesan tersebut dalam konteks pencegahan stunting.

3.4 Sumber dan Pengambilan Data

Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan sumber data dari narasumber yang terlibat langsung dalam strategi komunikasi kampanye BKKBN RI mengenai pencegahan stunting melalui media sosial. Narasumber utama berasal dari internal lembaga, seperti tim humas dan pengelola konten digital BKKBN, yang memiliki otoritas dan pengalaman dalam merancang serta mengeksekusi pesan kampanye untuk mengetahui strategi komunikasi dan kampanye yang mereka sampaikan. Para narasumber ini dipilih secara purposif agar mampu memberikan informasi mendalam sesuai dengan kebutuhan fokus penelitian. Dalam pengambilan data dibagi menjadi dua tahapan yaitu teknik penarikan sampel, dan pengambilan data.

3.4.1 Penarikan Sampel

Penelitian ini dalam penarikan sampelnya menggunakan teknik *purposive sampling* dalam memilih dan memilih informan, karena yang akan dipilih adalah individu yang dianggap memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam strategi kampanye komunikasi pencegahan terjadinya stunting yang dilakukan

oleh BKKBN melalui Instagram. Dengan teknik *purposive sampling* ini akan memperkuat keandalan (*trustworthiness*) melalui pemilihan studi berdasarkan relevansi dan kepadatan data (Ames et al., 2019). Dengan demikian, purposive sampling memungkinkan peneliti untuk memilih individu yang memiliki pengalaman, pengetahuan, dan keterlibatan langsung dalam konteks yang diteliti serta berkontribusi dalam pengumpulan data pada penelitian ini. Kriteria pemilihan informan dalam penelitian ini meliputi:

1) Posisi dalam Organisasi

Informan dipilih dari berbagai tingkat jabatan mulai dari kepala bagian, hingga pelaksana. Tujuannya adalah untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang strategi kampanye komunikasi Kemendukbangga/BKKBN dalam pencegahan terjadinya stunting melalui media Instagram.

2) Lama Bekerja

Informan dengan masa kerja yang bervariasi, mengingat pergantian posisi Kepala/Menteri Kemendukbangga/BKKBN yang mengakibatkan beberapa pegawai mendapatkan perputaran posisi, baik dalam lintas direktorat, biro, atau ke deputian.

Penentuan jumlah informan didasarkan pada prinsip kejenuhan data (*data saturation*), yaitu suatu kondisi ketika wawancara tidak lagi menghasilkan informasi baru atau mengungkapkan pola yang berbeda secara signifikan (Guest et al., 2006). Dalam penelitian ini, akan dilibatkan setidaknya 3 informan yang

memenuhi kriteria tersebut. Adapun daftar informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kepala Bagian Advokasi Humas, Kementerian Kependudukan, dan Pembangunan Keluarga/BKKBN.
- 2) Dua orang Pegawai di Bagian Advokasi Humas, sebagai pengelola media Instagram Kementerian Kependudukan, dan Pembangunan Keluarga/BKKBN.

Pemilihan informan berdasarkan kriteria tersebut dilakukan untuk menjamin adanya keragaman perspektif, serta memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi antara penyusun strategi komunikasi dengan pelaksana strategi kampanye komunikasi pencegahan terjadinya stunting Kemendukbangga/BKKBN melalui media sosial. Informan ini yang akan diwawancarai untuk meningkatkan validitas melalui triangulasi sumber.

3.4.2 Pengambilan Data

Penelitian ini dalam pengambilan datanya memilih individu-individu kunci (*key informants*) yang terlibat dalam strategi kampanye komunikasi pencegahan terjadinya stunting oleh Kemendukbangga/BKKBN melalui media Instagram.

Data dikumpulkan dari tiga sumber utama berikut:

- 1) Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi non-partisipatif, dan kajian dokumentasi serta literatur. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali perspektif informan terkait strategi komunikasi, bentuk pesan, saluran

media sosial, serta efektivitas kampanye yang dilakukan. Panduan wawancara bersifat fleksibel agar dapat menyesuaikan dengan dinamika percakapan yang muncul saat proses penggalian data berlangsung (Rahmadi, 2011). Dengan teknik ini, peneliti dapat menangkap narasi strategis serta pengalaman praktis yang mungkin tidak tertangkap dalam dokumen formal. Hasil wawancara menjadi data kualitatif primer yang sangat penting untuk dianalisis secara mendalam.

2) Observasi Partisipan

Peneliti melakukan observasi langsung di lingkungan kerja di bagian kehumasan Kemendukbangga/BKKBN termasuk diskusi yang berlangsung guna praktik dan dinamika kerja kehumasannya. Observasi ini menangkap aspek non-verbal dan konteks yang tidak selalu dapat diungkap melalui wawancara. Catatan lapangan digunakan untuk mencatat temuan penting.

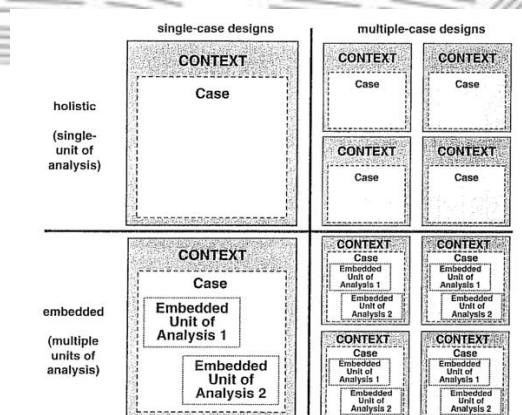
3) Analisis Dokumen

Observasi dokumen terhadap materi strategi komunikasi dan konten kampanye yang diunggah Kemendukbangga/BKKBN RI di berbagai platform media sosial. Observasi ini difokuskan pada pesan visual, narasi teks, penggunaan tagar, serta interaksi antara akun BKKBN dan warganet. Dari observasi ini, peneliti mencatat pola komunikasi digital yang muncul, termasuk bentuk partisipasi publik dalam menanggapi isu stunting. Observasi dilakukan secara sistematis dan terjadwal agar data yang diperoleh valid dan mencerminkan kondisi komunikasi yang berlangsung secara actual (Priyowidodo et al., 2021).

Hasil dari pengamatan ini memperkaya pemahaman tentang praktik komunikasi strategis yang dijalankan oleh BKKBN.

3.5 Unit Analisis

Penelitian ini menggunakan unit analisis dengan satu unit kasus dengan satu unit analisis. Unit analisis dalam penelitian ini difokuskan pada strategi kampanye komunikasi pencegahan stunting yang dilakukan oleh BKKBN RI melalui media sosial Instagram. Analisis dilakukan terhadap konten kampanye yang meliputi pesan visual, narasi dalam caption. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana pesan kampanye dikonstruksi dan diterima oleh masyarakat. Dalam penelitian kualitatif, unit analisis tidak terbatas pada individu, tetapi juga dapat berupa pesan komunikasi dan media yang merepresentasikan fenomena sosial (Ames et al., 2019). Dengan demikian, konten kampanye di Instagram menjadi sumber utama untuk menelusuri kampanye komunikasi yang dijalankan.



Gambar 3.5. *Basic Types of Designs for Case Studies* (Yin, 2003)

Pengambilan data menggunakan unit analisis juga didukung oleh kajian dokumentasi dan literatur yang relevan dengan topik penelitian. Dokumentasi meliputi arsip kampanye digital, laporan kegiatan, serta data performa media sosial seperti jumlah tayangan dan tingkat interaksi (El muttaqin, 2024; Nurussyahadah et al., 2025). Sementara itu, kajian literatur digunakan untuk memperkuat kerangka teoritis dan mendukung interpretasi temuan dengan rujukan ilmiah. Sumber literatur berasal dari jurnal komunikasi, buku teks, dan publikasi resmi terkait kampanye kesehatan dan media digital. Dengan pendekatan triangulasi data ini, peneliti berharap mampu menyajikan hasil analisis yang komprehensif, valid, dan relevan terhadap fenomena yang diteliti.

3.6 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah strategi kampanye komunikasi yang dilakukan oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Republik Indonesia (BKKBN RI) dalam upaya pencegahan stunting melalui platform media sosial Instagram. Fokus kajian mencakup seluruh proses kampanye komunikasi, mulai dari perencanaan pesan, pemilihan format konten, hingga cara penyampaian informasi kepada publik. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pesan-pesan kesehatan yang dikemas oleh BKKBN membentuk kesadaran masyarakat, serta bagaimana media sosial digunakan sebagai saluran komunikasi publik yang efektif dalam konteks isu kesehatan. Selain itu, penelitian juga akan menelaah bagaimana BKKBN menyesuaikan strategi komunikasinya dengan karakteristik media sosial visual seperti Instagram.

Selanjutnya, subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi kampanye tersebut, termasuk pengelola akun resmi Instagram BKKBN, tim kreatif konten digital, serta audiens atau pengikut akun tersebut. Peneliti akan berfokus pada bagaimana strategi komunikasi diterapkan oleh pihak internal BKKBN, dan bagaimana audiens merespons konten-konten kampanye yang disampaikan. Respons tersebut dapat berupa interaksi digital seperti likes, komentar, maupun repost, yang mencerminkan tingkat keterlibatan dan pemahaman masyarakat terhadap pesan kampanye. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memeriksa isi pesan dan saluran media yang digunakan, tetapi juga memperhatikan relasi antara pengirim pesan dan penerima dalam ruang komunikasi digital.

3.7 Keabsahan Penelitian

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif sangat penting karena kredibilitas hasil penelitian sangat bergantung pada sejauh mana data yang dikumpulkan mencerminkan realitas yang sebenarnya. Teknik triangulasi data membantu memastikan bahwa data yang diperoleh tidak hanya berasal dari satu sumber atau sudut pandang, sehingga mengurangi kemungkinan bias. Triangulasi data adalah teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah tersedia (Sugiyono, 2013). Triangulasi meliputi triangulasi metode, triangulasi antar peneliti, triangulasi sumber data, triangulasi teori. Triangulasi sumber data adalah teknik yang akan digunakan peneliti untuk memvalidasi data melalui pengecekan silang dari berbagai sumber data seperti wawancara, observasi media sosial, maupun data pendukung lainnya. Oleh karena itu, triangulasi sumber data membantu peneliti untuk

melihat temuan penelitian dari berbagai perspektif dan menghasilkan kesimpulan yang komprehensif.

Untuk memastikan keabsahan dan reliabilitas penelitian ini, beberapa strategi akan diterapkan, meliputi:

- 1) Triangulasi melibatkan penggunaan berbagai sumber dan metode pengumpulan data untuk memvalidasi temuan terkait penelitian kualitatif (Denzin, 2017). Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan melalui: a) Triangulasi Sumber Data; b) Triangulasi Metode; dan c) Triangulasi Peneliti.
- 2) Member *check* dengan melakukan validasi temuan dengan mengembalikan hasil ringkasan wawancara atau temuan awal kepada beberapa informan untuk memperoleh konfirmasi dan klarifikasi. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti benar-benar mencerminkan pemahaman dan pengalaman informan.
- 3) Audit *Trail* dan Catatan Lapangan dimana peneliti akan menyimpan seluruh dokumentasi proses penelitian, termasuk log wawancara, catatan observasi, dan memo analisis, guna membangun jejak audit (audit trail) yang transparan. Ini berguna bagi peneliti lain yang ingin memahami atau mereplikasi proses penelitian ini.
- 4) Deskripsi Mendalam dan Kontekstual, dalam hasil penelitian disajikan secara deskriptif dan naratif dengan menekankan konteks sosial dan organisasi tempat data dikumpulkan, sehingga pembaca dapat memahami konteks dan validitas transferabel dari hasil penelitian.

3.8 Analisis Data

Data yang diperoleh oleh peneliti selanjutnya akan dianalisa oleh peneliti dengan teknik *coding*. Teknik *coding* dalam penelitian adalah proses mengorganisir dan mengelompokkan data berdasarkan tema atau kategori tertentu, digunakan untuk menganalisis data dari wawancara, observasi, dan dokumen. Proses ini melibatkan pembacaan data secara berulang, pencarian tema atau pola, dan penandaan data dengan kode yang sesuai (Creswell, 2009). Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik *selective coding*, ini merupakan proses untuk menyeleksi kategori-kategori guna menemukan kategori inti atau sentral. Tahapan akan dimulai dengan mengidentifikasi hasil penelitian, mengaitkannya dengan klasifikasi dan kategori yang relevan, agar selanjutnya melakukan analisis mendalam dan mengeksplorasi makna dibalik temuan tersebut dalam konteks penelitian. Oleh karena itu, teknik *coding* ini memainkan peran penting dalam analisis data dan pembuatan kesimpulan dalam penelitian.

Proses analisis data menurut Miles & Huberman (1994) dirincikan sebagai berikut:

1) Data Collecting (Pengumpulan Data)

Proses pengambilan data dapat juga dilakukan analisis pada data. Data yang diambil adalah segala sesuatu yang dilihat, diamati dan juga didengar. Data yang diambil hanya untuk dianalisa bukan untuk penarikan kesimpulan.

2) Data Reduction (Reduksi Data)

Reduksi data digunakan bersama-sama seiring penelitian dijalankan guna mempertajam pengamatan peneliti dalam menyeleksi data yang dikumpulkan untuk digunakan. dalam reduksi penelitian ini menggunakan teknik analisis coding yang meliputi: a) Open Coding; b) Axial Coding; c) Selective Coding.

3) Display Data (Penyajian Data)

Kumpulan informasi yang disusun secara sistematis dan digunakan agar dapat dicermati dan memudahkan pemahaman peneliti sebelum pengambilan kesimpulan dan keputusan.

4) Conclusion Drawing Verification (Kesimpulan)

Setelah melakukan pengumpulan, reduksi dan penyajian data peneliti dapat menelaah Kembali seluruh kejadian berdasarkan data yang sudah dikembangkan setelah itu dapat mengambil kesimpulan akhir dari penelitian.

Dengan menganalisis data dalam penelitian menggunakan teknik selective coding maka proses penelitian akan mendapat hasil yang ilmiah. Penggunaan analisis data ini untuk mengumpulkan data, mereduksi data, dan menyajikan data, sehingga dapat mengambil kesimpulan ilmiah (Miles & Huberman, 1994). Untuk itu, peneliti menggunakan tahapan dalam menganalisis data tersebut dalam penelitian ini.