

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah "seperangkat kepercayaan dasar yang menjadi panduan dalam pembuatan penelitian," yang meliputi filosofi, desain penelitian, serta metode spesifik yang digunakan dalam proses penelitian. Paradigma ini sering juga disebut sebagai *worldview* atau "orientasi luas tentang dunia dan sifat penelitian yang dibawa peneliti ke dalam penelitian (Creswell, 2018)".

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme, yang menganggap bahwa peneliti tidak dapat sepenuhnya yakin terhadap kebenaran absolut dari suatu pengetahuan, terutama dalam konteks perilaku dan aksi manusia (Creswell, 2018). Paradigma ini memandang bahwa kebenaran ilmiah adalah sesuatu yang mungkin, namun tidak pernah dapat dipastikan secara mutlak. Dengan sifat reduktifnya, paradigma ini mereduksi permasalahan menjadi lebih spesifik sehingga dapat dianalisis secara mendalam untuk memverifikasi teori atau konsep yang digunakan (Genot, 2018).

Paradigma ini dipandang tepat untuk penelitian yang bertujuan menganalisis secara spesifik efektivitas strategi *Behavior Change Communication* (BCC) dalam meningkatkan kesadaran millennial terhadap keberlanjutan pangan melalui program @eathink.id. Pendekatan *post-positivis* memungkinkan peneliti untuk menilai efektivitas strategi ini melalui pengumpulan data empiris yang mendalam, namun tetap mempertimbangkan bahwa hasil penelitian ini dapat berbeda tergantung pada konteks dan interpretasi individu. Dalam pemilihan teori, peneliti perlu

memperhatikan paradigma. Paradigma mengacu pada nilai- nilai, asumsi, etika, dan norma yang menjadi aturan-aturan standar yang digunakan untuk menafsirkan dan menyimpulkan data penelitian. Dalam paradigma bisa dijelaskan aspek ontologi, epistemologi, dan aspek aksiologi dari paradigma yang digunakan.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan karakter deskriptif. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi serta memahami makna yang dibentuk oleh individu atau kelompok terkait dengan isu sosial tertentu (Creswell, 2018). Pada pendekatan ini, prosesnya melibatkan serangkaian pertanyaan dan prosedur terbuka. Data diperoleh dari partisipan sebagai pusat fokus penelitian, kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi tema atau pola utama yang muncul, dan peneliti menginterpretasikan data tersebut dalam konteks permasalahan yang sedang diteliti. Hasil penelitian kualitatif disajikan dalam struktur yang fleksibel dan induktif untuk menggambarkan situasi kompleks dengan akurat (Creswell, 2018).

Pendekatan deskriptif, di sisi lain, bertujuan untuk menyajikan gambaran terperinci dari situasi, lingkungan sosial, atau hubungan tertentu menggunakan kata-kata atau visualisasi. Penelitian deskriptif biasanya dimulai dengan sebuah pertanyaan atau isu yang dijawab melalui pengelompokan dan pengklasifikasian data sehingga memberikan jawaban tentang siapa, kapan, di mana, dan bagaimana terkait fenomena yang diteliti (Doyle *et al.*, 2020)

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus untuk mendalami strategi *Behavior Change Communication* (BCC) dalam meningkatkan kesadaran millennial terhadap keberlanjutan pangan, khususnya dalam konteks program @eathink.id. Menurut (Creswell, 2018), metode penelitian adalah rencana dan prosedur yang melibatkan tahapan dengan asumsi luas hingga teknik pengumpulan data, analisis, dan interpretasi yang terperinci. Metode studi kasus sangat sesuai dengan definisi ini karena memungkinkan penelitian dilakukan dalam konteks nyata dan dengan kedalaman analisis yang spesifik.

Sebagai metode yang menekankan eksplorasi kontekstual yang mendalam, Yin (2018, p. 45) menjelaskan bahwa studi kasus cocok digunakan saat peneliti ingin memahami fenomena tertentu yang bersifat unik dan terjadi dalam konteks tertentu. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan rinci tentang strategi BCC yang diterapkan oleh @eathink.id, terutama dalam konteks meningkatkan kesadaran keberlanjutan pangan di kalangan millennial.

Pendekatan ini sangat tepat karena penelitian ini berfokus pada pengembangan Paradigma dan tentang keberlanjutan pangan melalui program SELARAS (Seimbang, Lokal, Alami, Beragam, dan Sadar) yang dirancang khusus oleh @eathink.id. Program ini menawarkan perspektif unik dalam penerapan strategi *Behavior Change Communication* (BCC) di kalangan generasi muda, di mana keberhasilannya sangat bergantung pada konteks sosial dan partisipasi aktif komunitas millennial dalam program tersebut.

3.4 Pemilihan *Key Informan*

Berdasarkan definisi partisipan menurut Yin (2018, p. 352) partisipan adalah individu yang menyediakan data untuk penelitian studi kasus, biasanya melalui wawancara, dan terlibat langsung dalam konteks penelitian sehingga mampu memberikan informasi yang relevan. Informan, di sisi lain, merujuk pada partisipan yang dapat menawarkan interpretasi kritis dan informasi tambahan mengenai kasus yang diteliti, dan mungkin memiliki pemahaman mendalam yang berguna bagi peneliti Yin (2018, p. 351).

Berdasarkan konsep ini, penelitian yang dilakukan untuk memahami efektivitas strategi komunikasi perubahan perilaku (BCC) dalam program SELARAS oleh @eathink.id melibatkan partisipan dan informan yang memahami secara mendalam tahap demi tahap penerapan strategi BCC serta dampaknya terhadap kesadaran keberlanjutan pangan di kalangan milenial.

Partisipan kunci dalam penelitian ini dipilih berdasarkan peran mereka yang strategis dan langsung dalam pelaksanaan atau penerimaan program SELARAS. Mereka dipilih untuk menggali perspektif yang beragam mengenai implementasi dan efektivitas program, serta mencakup beberapa individu berikut:

1. **Genoveva Jaqualine Wijaya** - Selaku CEO Program SELARAS di @eathink.id. Partisipan ini menjadi narasumber karena memiliki peran strategis sebagai orang kepercayaan pengelola utama dalam program SELARAS, sehingga memiliki wawasan yang menyeluruh baik dalam aspek konseptual maupun teknis pelaksanaan program. Selain itu, ia juga aktif terlibat dalam strategi komunikasi perubahan perilaku untuk

membangun kesadaran keberlanjutan di kalangan *audiens* milenial. Genoveva mendirikan Eathink sejak tahun 2019 sebagai komunitas edukasi bernama Food Sustainesia yang fokus pada isu keberlanjutan pangan. Pada tahun 2021, komunitas ini berevolusi menjadi sosial bisnis dengan misi membangun ekosistem konsumsi sadar. Program SELARAS dikembangkan pada tahun 2023 sebagai panduan internal yang membantu menyelaraskan pesan komunikasi dengan prinsip keberlanjutan. Visi program ini diarahkan pada peningkatan kesadaran, kapasitas, dan kolaborasi dalam mewujudkan pola konsumsi yang lebih *mindful* dan bertanggung jawab.

2. **Klaudia Roseline** - Selaku *Co-Founder and Marketing*. Partisipan ini menjadi narasumber karena ia berperan strategis dalam merancang dan menyampaikan pesan komunikasi pemasaran yang sesuai dengan tren, insight komunitas, dan strategi media sosial. Klaudia juga memahami tantangan serta efektivitas dalam menjangkau *audiens* muda urban melalui pendekatan komunikasi yang relevan. Klaudia memiliki peran penting dalam membentuk karakter komunikasi Eathink yang bersifat kontekstual dan responsif terhadap isu sosial dan gaya hidup. Ia memandang SELARAS sebagai panduan yang memudahkan tim dalam menyusun konten yang tidak hanya edukatif, tetapi juga dekat dengan keseharian masyarakat. Komunikasi yang dilakukan menekankan pentingnya narasi yang bersifat empatik, tidak menggurui, dan mampu mendorong perubahan perilaku secara sukarela.

3. **Naura Salsabila** - Selaku *Product Specialist* di @eathink.id. Partisipan ini menjadi narasumber karena ia terlibat langsung dalam pengembangan produk yang selaras dengan nilai-nilai keberlanjutan program SELARAS. Naura memiliki pemahaman mendalam mengenai kurasi produk lokal dan bagaimana produk dijadikan alat komunikasi nilai keberlanjutan kepada konsumen. Naura melihat bahwa produk bukan hanya sebagai barang konsumsi, tetapi juga sebagai media penyampai nilai. Ia terlibat dalam kurasi produk-produk lokal yang sesuai dengan pilar SELARAS, seperti alami, lokal, dan beragam. Setiap produk yang dikurasi tidak hanya dipilih berdasarkan kualitas, tetapi juga berdasarkan potensi edukatifnya dalam menyampaikan nilai keberlanjutan kepada konsumen secara langsung.
4. **Debrina Adisty** - selaku *Marketing Associate* di Eathink. Partisipan ini menjadi narasumber karena ia memiliki peran penting dalam menyusun strategi komunikasi berbasis data dan tren keberlanjutan. Debrina juga bertanggung jawab dalam pemilihan topik program SELARAS melalui riset serta pengumpulan *insight* dari komunitas agar konten yang disusun relevan dan berdampak jangka panjang. Debrina berkontribusi dalam merancang pendekatan komunikasi yang adaptif terhadap isu-isu yang sedang berkembang di masyarakat. Ia menggunakan data, *insight* komunitas, dan momen tertentu untuk menentukan topik kampanye yang relevan. Konten-konten yang disusun selalu diarahkan untuk mendorong partisipasi aktif, dengan strategi yang mempertimbangkan *engagement* dan dampak jangka panjang terhadap perilaku konsumsi masyarakat.

5. **Edeline** - yang juga merupakan bagian dari tim Marketing di Eathink. Partisipan ini menjadi narasumber karena kontribusinya dalam memperkuat pesan keberlanjutan melalui pendekatan berbasis pengalaman pribadi dan empati sosial. Edeline juga menjadi salah satu inisiator terbentuknya komunitas awal yang berkembang menjadi Eathink, dan berperan dalam merancang komunikasi yang membangun pola konsumsi lebih mindful dan berkelanjutan. Edeline berperan penting dalam menyusun narasi komunikasi yang menyentuh sisi emosional dan pengalaman sehari-hari *audiens*. Ia percaya bahwa komunikasi keberlanjutan harus dibangun atas dasar empati dan kedekatan personal agar *audiens* merasa terlibat secara emosional. Selain itu, ia juga aktif dalam menyusun *event* dan konten interaktif yang dapat mendorong keterlibatan *audiens* secara sukarela dalam praktik konsumsi berkelanjutan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Yin (2018, p. 153) data dalam penelitian studi kasus dapat diperoleh dari enam sumber utama: dokumen, wawancara, arsip catatan, observasi langsung, observasi partisipan, dan artefak fisik. Selain itu, data juga dapat dikumpulkan melalui media visual seperti film, foto, dan rekaman video. Dalam penelitian strategi komunikasi perubahan perilaku peneliti (*Behavior Change Communication* atau BCC) yang bertujuan membangun perilaku berdikari pangan, metode pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, dokumentasi, dan observasi.

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang penting karena memungkinkan peneliti untuk menggali jawaban atas pertanyaan "bagaimana" dan "mengapa" pada kejadian tertentu. Selain itu, wawancara memberikan wawasan perspektif partisipan, termasuk persepsi, sikap, dan nilai-nilai mereka Yin (2018, p. 157). Wawancara yang efektif dilakukan secara fleksibel dan sering disebut dengan istilah seperti "wawancara intensif," "wawancara tidak terstruktur," atau "wawancara mendalam." Pada pendekatan ini, wawancara terbuka memungkinkan peneliti untuk tetap ramah dan relevan sehingga partisipan merasa nyaman. Jawaban dari wawancara biasanya direkam menggunakan alat elektronik dan memiliki durasi yang bervariasi antara satu hingga dua jam, tergantung pengalaman serta informasi partisipan Yin (2018, pp. 161-162).

Dokumen adalah informasi tertulis atau digital yang relevan untuk penelitian, termasuk e-mail, catatan pribadi, agenda, laporan kegiatan, dokumen administrasi, hingga artikel berita. Dokumen ini bersifat stabil karena dapat ditinjau ulang dan mencakup informasi yang luas, bahkan untuk peristiwa yang terjadi dalam waktu yang lama Yin (2018, pp. 156-157).

Teknik observasi, sebagai metode ketiga, membantu peneliti memahami kejadian nyata yang terkait dengan masalah penelitian. Observasi dapat bersifat formal, seperti mengamati pertemuan atau aktivitas tertentu, maupun non-formal, seperti memperhatikan situasi ruang kerja partisipan selama wawancara Yin (2018, pp. 165-166).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode wawancara secara tatap muka dan individual, melakukan observasi pada kegiatan program SELARAS, serta mengumpulkan dokumen yang relevan dari lapangan dan sumber.

3.6 Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian tentang strategi komunikasi perubahan perilaku (*Behavior Change Communication* atau BCC) dalam program SELARAS oleh @eathink.id, peneliti menggunakan dua teknik utama, yaitu Triangulasi Sumber dan *Member Checking*. Kedua teknik ini membantu peneliti memastikan bahwa data yang diperoleh kredibel, akurat, dan reflektif terhadap perspektif partisipan serta kondisi lapangan.

1. Triangulasi Sumber

Menurut Creswell (2018, p. 274) triangulasi sumber digunakan untuk membandingkan dan mengonfirmasi data dari berbagai sumber. Dalam konteks penelitian ini, data dikumpulkan dari wawancara mendalam dengan partisipan yang terlibat dalam program SELARAS, observasi langsung terhadap kegiatan program, serta dokumen dan materi promosi dari @eathink.id. Dengan membandingkan informasi dari sumber yang berbeda, peneliti dapat mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan dalam data, sehingga memastikan keakuratan temuan. Triangulasi ini dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

- a. Memastikan bahwa transkrip wawancara sesuai dengan pengamatan lapangan.

- b. Meninjau konsistensi antara pernyataan publik dan privat dari partisipan terkait program SELARAS.
 - c. Mengamati keselarasan antara informasi yang diperoleh di berbagai waktu dan kondisi.
 - d. Membandingkan perspektif antara satu partisipan dengan partisipan lainnya untuk mendapatkan gambaran yang lebih holistik tentang implementasi strategi BCC dalam program ini.
2. *Member Checking*

Member Checking dilakukan dengan meminta partisipan untuk meninjau dan memverifikasi hasil interpretasi data yang telah dikumpulkan peneliti. Teknik ini penting untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan pengalaman dan pandangan asli partisipan. Dalam penelitian ini, setelah wawancara dan observasi dilaksanakan, peneliti memberikan kesempatan kepada partisipan untuk menilai apakah hasil wawancara atau catatan yang diinterpretasikan peneliti telah sesuai dengan informasi yang mereka sampaikan. Proses ini membantu peneliti menghindari bias interpretasi dan memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan persepsi dan pemahaman partisipan terhadap program SELARAS dan strategi BCC yang diterapkan di dalamnya.

Dengan penerapan Triangulasi Sumber dan *Member Checking*, penelitian ini berupaya memastikan keabsahan data yang kuat, yang dapat diandalkan untuk memahami efektivitas strategi BCC dalam meningkatkan

kesadaran keberlanjutan pangan di kalangan generasi muda melalui program SELARAS oleh @eathink.id.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data disesuaikan dengan metode studi kasus kualitatif yang digunakan untuk memahami penerapan strategi komunikasi perubahan perilaku (*Behavior Change Communication* atau BCC) dalam program SELARAS oleh @eathink.id. Teknik analisis utama yang dipilih adalah *pattern matching* dan *coding*, yang keduanya mendukung pemahaman mendalam tentang pola-pola perilaku dan kesadaran partisipan terkait keberlanjutan pangan.

Menurut Yin (2018, p. 224) *pattern matching* adalah teknik yang mencocokkan pola-pola dalam data empiris dengan pola yang telah diprediksi berdasarkan teori atau konsep yang ada. Dalam konteks penelitian ini, peneliti menggunakan *pattern matching* untuk mengidentifikasi apakah strategi BCC yang diterapkan dalam program SELARAS menghasilkan perubahan perilaku dan peningkatan kesadaran sesuai dengan pola yang diharapkan, seperti peningkatan pemahaman dan komitmen milenial terhadap keberlanjutan pangan. Dengan membandingkan pola yang muncul dari wawancara dan observasi dengan pola-pola yang diprediksi sebelumnya, peneliti dapat menilai efektivitas program dan memahami sejauh mana strategi yang diterapkan berdampak pada target *audiens*.

Selain *pattern matching*, peneliti juga menerapkan *coding* untuk mengelompokkan dan menganalisis data kualitatif. Menurut dan Neuman, (2014) *coding* adalah proses yang melibatkan pengelompokan data menjadi kategori-kategori untuk menemukan tema-tema penting. *Coding* dilakukan dalam tiga tahap:

pertama, *open coding*, di mana peneliti mengidentifikasi kata, frasa, atau ide yang sering muncul dalam data; kedua, *axial coding*, yang menghubungkan kode-kode tersebut untuk mengembangkan kategori yang lebih besar; dan terakhir, *selective coding*, di mana peneliti memilih tema utama atau inti yang paling relevan untuk menjelaskan temuan utama dalam konteks strategi BCC program SELARAS. Penggunaan *coding* bertahap ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan mengembangkan wawasan tentang efektivitas program, memberikan analisis yang terstruktur dan mendalam terkait pengaruh strategi BCC terhadap peningkatan kesadaran pangan berkelanjutan di kalangan milenial.

