

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami dan mendalami makna serta cara penyampaian pesan dakwah melalui konten audio visual pada platform TikTok. Pendekatan kualitatif dipilih karena memberikan ruang untuk menganalisis secara mendalam bagaimana pesan keislaman dikonstruksi, disampaikan, dan diterima dalam konteks digital. Model deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena penyampaian dakwah pada akun TikTok Ihza Mahendra sebagaimana adanya, tanpa memanipulasi data, serta menekankan interpretasi mendalam terhadap isi pesan dan unsur audio visual.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah konten video TikTok yang diunggah oleh akun Ihza Mahendra yang mengandung unsur dakwah selama periode penelitian. Sementara itu, subjek penelitian adalah isi pesan dakwah yang termuat dalam video konten dan elemen audio visual yang digunakan untuk memperkuat penyampaian pesan (seperti suara latar, efek suara, ekspresi wajah, teks, filter, dan visual pendukung lainnya).

C. Data dan Sumber Penelitian

1. Data primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari observasi konten video pada akun TikTok Ihza Mahendra. Dengan mengakses, mencatat, dan

mendokumentasikan beberapa elemen video yang diunggah dalam kurun waktu April sampai dengan Mei 2025, karakteristik penyampaian kreator, serta pola unggahan yang muncul pada konten.

2. Data sekunder

Sumber data sekunder meliputi jurnal, buku, dan artikel ilmiah yang membahas dakwah digital, media sosial TikTok, komunikasi dakwah, dan metode analisis isi . Sumber sekunder ini digunakan untuk memperkuat kerangka teori dan mendukung analisis penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan seluruh video dakwah yang diunggah akun TikTok Ihza Mahendra selama periode penelitian. Konten yang terkumpul lalu disimpan, dikatalogkan, dan dikelompokan berdasarkan tema.

2. Observasi non-partisipatif

Observasi dilakukan tanpa keterlibatan langsung peneliti dengan akun atau kreator. Peneliti mengamati tanpa terlibat langsung, dengan mencatat:

- a. Isi naratif atau teks dalam video,
- b. Elemen audio (musik, narasi, intonasi suara),
- c. Elemen visual (ekspresi wajah, teks dalam video, efek grafis),

- d. Respons audiens (komentar, jumlah tayangan, dan tanda suka) sebagai data pendukung.

3. Teknik Penentuan Sampel (Sampling Video)

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu.

Kriteria sampel video:

1. Video dipublikasikan pada periode April-Mei 2025
2. Mengandung unsur dakwah (akidah, syariah, dan akhlak)
3. Menggunakan unsur audio visual yang jelas
4. Relevan dengan topik penelitian

Dari total video yang diunggah selama periode tersebut, peneliti terlebih dahulu mengidentifikasi seluruh video dakwah, kemudian memilih tiga video dengan tema dakwah yang berbeda sebagai sampel analisis mendalam. Tiga video tersebut dipilih karena mewakili variasi tema (akidah, syariah, dan akhlak) serta memperlihatkan pola penyampaian yang konsisten. Analisis mendalam dilakukan dengan cara mengkaji setiap video secara cermat dan berulang, mencakup unsur verbal berupa narasi dan teks, serta unsur non-verbal berupa visual, ekspresi, simbol, musik, dan konteks penyampaian pesan. Selanjutnya, data yang diperoleh dikategorikan ke dalam jenis pesan dakwah untuk kemudian ditafsirkan maknanya secara komprehensif, sehingga menghasilkan pemahaman yang utuh terhadap struktur, kecenderungan, dan makna pesan dakwah yang disampaikan melalui media TikTok.

E. Pengecekan Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan Langkah-langkah berikut.

1. Triangulasi sumber

Membandingkan data primer (konten video) dengan data sekunder seperti teori dakwah digital, teori analisis isi, dan literatur tentang audio visual.

2. Stabilitas data (*Krippendorff's Reliability*)

Peneliti mengamati video secara berulang untuk memastikan konsistensi penafsiran terhadap isi pesan dan elemen audio visual.

3. Review teman sejawat (*peer debriefing*)

Peneliti mendiskusikan hasil kategorisasi awal dengan rekan sejawat atau pembimbing untuk mengurangi subjektif.

F. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan model analisis isi menurut Krippendorff yang mencakup:

1. Unitisasi: Menentukan batasan unit analisis, yakni potongan video TikTok yang mengandung unsur dakwah (tema akidah, akhlak, ibadah, dll.).
2. Sampling: Memilih sejumlah video representatif dari akun Ihza Mahendra selama periode tertentu.

3. Kategorisasi: Mengklasifikasikan pesan dakwah ke dalam kategori akidah, syariah, dan akhlak. Serta, mengidentifikasi elemen audio visual dominan dalam penyampaian setiap pesan.
4. Interpretasi: Menyusun deskripsi sistematis mengenai bagaimana setiap tema pesan dakwah ditampilkan dan didukung oleh elemen audio visual. Analisis dilakukan secara naratif untuk menjelaskan pola, kecenderungan, dan gaya penyajian yang khas dalam konten dakwah akun Ihza Mahendra.