

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Paradigma dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Paradigma konstruktivisme dipilih karena peneliti ingin memahami bagaimana teknik komunikasi persuasif dikonstruksikan dalam sebuah teks ceramah, serta bagaimana jamaah secara subjektif memaknai dan merespons pesan tersebut.<sup>1</sup> Pendekatan kualitatif digunakan untuk menangkap fenomena sosial secara alami dan mendalam dari sudut pandang para pelaku komunikasi itu sendiri.<sup>2</sup>

Desain penelitian yang digunakan adalah kombinasi studi teks dan penelitian lapangan (*field research*). Desain ini diterapkan melalui dua metode utama:

1. Isi (*Content Analysis*) Kualitatif, digunakan untuk membedah, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan teknik-teknik komunikasi persuasif secara objektif dan sistematis pada teks transkrip ceramah.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> John W. Creswell, *Educational research : planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*, 4th ed., International ed. (Boston, Mass. ; London: Pearson, 2012).

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

<sup>3</sup> Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, Fourth Edition (Los Angeles: SAGE, 2018).

2. Studi Lapangan Deskriptif, digunakan untuk menggali, memahami, dan mendeskripsikan secara mendalam respons nyata dari jamaah melalui wawancara.<sup>4</sup>

## **B. Subjek dan Objek Penelitian (Unit Analisis)**

### 1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kelompok<sup>5</sup> :

- a. Subjek Teks: Pembuat pesan, yaitu KH. Hasan Bayhaqi dalam tayangan video di channel YouTube resmi (Tasawuf Channel).
- b. Subjek Lapangan (Informan): Jamaah yang aktif mendengarkan atau menonton ceramah KH. Hasan Bayhaqi baik secara langsung maupun digital.

### 2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah teknik komunikasi persuasif.<sup>6</sup> dan respons sosial yang diberikan oleh jamaah setelah menerima pesan tersebut.

### 3. Unit Analisis

Unit analisis dalam riset ini merujuk pada satuan terkecil data yang diamati.<sup>7</sup> Unit analisis yang digunakan adalah unit tematik (kalimat atau paragraf) dari transkrip verbal 5 video ceramah pilihan di YouTube, serta transkrip hasil wawancara bersama jamaah.

---

<sup>4</sup> L. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018).

<sup>5</sup> S. Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2019).

<sup>6</sup> O. U. Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2017).

<sup>7</sup> Krippendorff, *Content Analysis*.

## C. Data dan Sumber Data

Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini telah disesuaikan untuk selaras dengan tujuan penelitian. Jenis data dan sumber data yang digunakan meliputi:

### 1. Data

#### a. Data Primer

Data Primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya<sup>8</sup>. Pada penelitian ini, data primer diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui :

1. Teknik komunikasi persuasif dalam dakwah KH. Hasan Bayhaqi
2. Hasil wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan para jamaah mengenai respons terhadap teknik dan dakwah KH. Hasan Bayhaqi.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain bukan oleh periset sendiri.<sup>9</sup> Artinya data yang dikumpulkan dari tangan kedua.

### 2. Sumber Data

#### a. Data Primer

---

<sup>8</sup> H. R. Zulki Zulkifli Noor, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Petunjuk Praktis Untuk Penyusunan Skripsi, Tesis, Dan Disertasi: Tahun 2015* (Deepublish, 2020), 21.

<sup>9</sup> *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran* (Gramedia Pustaka Utama, t.t.), 38.

1. **Data Transkrip ceramah (Sumber Teks)** : Berupa teks transkripsi verbal dari 5 video ceramah KH. Hasan Bayhaqi di saluran Youtube resmi Tasawuf Channel yang dipilih berdasarkan urutan pengunggahan terakhir (video terbaru) yang terdapat pada Tasawuf Channel. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa video terbaru merepresentasikan pemikiran, gaya penyampaian, dan urgensi materi yang paling mutakhir yang disampaikan oleh KH. Hasan Bayhaqi kepada Jamaah di saluran tersebut.

Data ini digunakan untuk menganalisis teknik komunikasi persuasif menggunakan metode analisis, yaitu :

- a. Kajian Makrifatullah KH. Hasan Bayhaqi (31 Agustus 2025)  
<https://www.youtube.com/live/9ICSbtXbu6Q?si=PhcV1vepR8ukeurg>
- b. Kajian Makrifatullah KH. Hasan Bayhaqi (21 September 2025)  
<https://www.youtube.com/live/TBTWl8xqlTg?si=e6SWXYZfxqsJAwwQo>
- c. Kajian Makrifatullah KH. Hasan Bayhaqi (28 September 2025)  
[https://www.youtube.com/live/1ri\\_k6D1iLA?si=V0Xsdfz0eIuiVKeI](https://www.youtube.com/live/1ri_k6D1iLA?si=V0Xsdfz0eIuiVKeI)
- d. Kajian Makrifatullah KH. Hasan Bayhaqi (26 Oktober 2025)  
<https://www.youtube.com/live/u5tHdYntPRg?si=G9JxNkMvN2ey-8vA>
- e. Kajian Makrifatullah KH. Hasan Bayhaqi (2 November 2025)  
<https://www.youtube.com/live/z4N0VQTagpM?si=AenWYrztHDNItnG4>

Dari lima video yang diteliti, peneliti menerapkan teknik purposive sampling dalam menentukan kutipan yang akan dianalisis. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan cara menghakimi sampel dengan sengaja sesuai dengan kualitas yang dibutuhkan.<sup>10</sup>

2. **Data Wawancara Jamaah (Sumber Lapangan)** : Berupa hasil wawancara mendalam dengan 5 Jamaah yang aktif mendengarkan ceramah KH. Hasan Bayhaqi. Data ini digunakan untuk menggali dan mendeskripsikan respons, pemaknaan, serta dampak psikologis atau perilaku jamaah setelah menerima pesan ceramah tersebut.

b. **Data Sekunder**

Data sekunder dalam penelitian ini adalah berbagai buku-buku yang berkaitan dengan komunikasi persuasif dan dakwah, jurnal ilmiah serta penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus penelitian, serta berbagai dokumen, catatan kegiatan, dan informasi tambahan lainnya.

#### **D. Operasional Variabel (Konsep)**

Untuk menghindari ambiguitas dan menjaga objektivitas dalam proses analisis isi, konsep teknik komunikasi persuasif dari Onong Uchjana Effendy diturunkan ke dalam indikator-indikator empiris yang terukur.

---

<sup>10</sup> Nuruddin, Wirawaan, dan Suriani, *Metode Penelitian Dalam Kajian Pariwisata Dan Perhotelan*, 35.

Instrumen utama yang digunakan dalam tahap ini adalah Panduan Koding (*Codingbook*). Menurut Neuendorf,<sup>11</sup> *codingbook* berfungsi sebagai kompas dan standar acuan bagi *coder* (pengode) dalam mengklasifikasikan setiap unit analisis ke dalam kategori yang *mutually exclusive* (saling pilah). Secara ringkas, matriks operasionalisasi konsep dalam penelitian ini dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Matriks Operasionalisasi Konsep Teknik Komunikasi Persuasif

Variabel	Dimensi (Kategori)	Indikator Pengamatan	Alat Ukur/Kode
Teknik Komunikasi Persuasif menurut Onong Uchjana Effendy	Teknik Asosiasi	Menumpangkan pesan pada objek, figur, atau peristiwa viral yang sedang menarik perhatian khalayak pada video YouTube.	Kode 01 ( <i>Codingbook</i> )
	Teknik Integrasi	Kemampuan menyatukan diri secara komunikatif, menggunakan kata ganti inklusif (kita/kami), atau menyamakan nasib dengan jamaah.	Kode 02 ( <i>Codingbook</i> )
	Teknik Ganjaran ( <i>Pay Off</i> )	Pemberian iming-iming, keuntungan, hadiah, atau janji kesuksesan/pahala yang menguntungkan bagi jamaah	Kode 03 ( <i>Codingbook</i> )
	Teknik Manakut-nakuti ( <i>Fear Arousing</i> )	Penggambaran konsekuensi buruk, ancaman, kerugian, dosa, atau hukuman jika tidak mengikuti pesan ceramah.	Kode 04 ( <i>Codingbook</i> )
	Teknik <i>Red-Herring</i>	Pengalihan argumen yang lemah ke aspek atau topik lain yang lebih dikuasai oleh komunikator untuk memenangkan perdebatan/pandangan.	Kode 05 ( <i>Codingbook</i> )

<sup>11</sup> K. A. Neuendorf, *The Content Analysis Guidebook*, ed. oleh 2nd ed. (SAGE Publications, 2017).

	Teknik Tataan ( <i>Icing</i> )	Pengemasan pesan menggunakan pilihan kata yang diperhalus (eufemisme), sanjungan, atau redaksi puitis agar terdengar menyenangkan.	Kode 06 ( <i>Codingbook</i> )
--	-----------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------

### E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik guna memperoleh data yang komprehensif<sup>12</sup>:

1. Dokumentasi (Perekaman Data Digital): Mengunduh 5 video ceramah pilihan dari YouTube, kemudian mengubah audio video tersebut menjadi teks tertulis (transkripsi) kata demi kata (*verbatim*).
2. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*): Melakukan tanya jawab secara tatap muka atau daring terstruktur dengan 5 orang jamaah sebagai informan untuk menggali respons, pemaknaan, dan dampak psikologis/perilaku yang mereka rasakan setelah mendengar ceramah.
3. Studi Pustaka: Mengumpulkan buku, jurnal, dan dokumen pendukung yang relevan dengan teknik persuasi dan komunikasi dakwah.

### F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua tahapan besar yang berjalan beriringan

1. Analisis Isi Teks (Menggunakan Panduan Koding)

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Sesuai tahapan yang dirumuskan oleh Neuendorf,<sup>13</sup> prosedur analisis meliputi:

- a. Tahap Persiapan: Peneliti menyiapkan lembar transkrip 5 video ceramah dan membaginya menjadi unit-unit analisis kalimat/paragraf, serta menyiapkan Lembar Koding (*Coding Sheet*).
  - b. Tahap Pelatihan Coder (*Coder Training*): Peneliti memberikan penjelasan dan menyamakan persepsi dengan *coder* kedua mengenai cara membaca dan memahami *Codingbook* (Panduan Koding).
  - c. Tahap Pengodean (*Coding*): Peneliti (*coder* 1) dan *coder* 2 membaca transkrip ceramah secara independen baris demi baris, mengidentifikasi kata kunci, lalu memasukkan angka kode (01 sampai 06) ke dalam *Coding Sheet* berdasarkan aturan di dalam *Codingbook*.
  - d. Tahap Tabulasi: Menghitung frekuensi kemunculan setiap kode teknik persuasi untuk melihat persentase teknik dominan.
2. Analisis Data Lapangan (Respons Jamaah)

Data hasil wawancara dianalisis menggunakan model kualitatif Miles dan Huberman,<sup>14</sup> meliputi :

---

<sup>13</sup> Neuendorf, *The Content Analysis Guidebook*.

<sup>14</sup> M. B. Miles dan A. M. Huberman, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, ed. oleh 3rd ed. (SAGE Publications, 2014).

- a. Reduksi Data : Merangkum, memilih, dan memfokuskan data wawancara yang relevan dengan respons jamaah serta membuang data yang tidak penting.
- b. Penyajian Data (*Data Display*): Menyajikan kutipan wawancara jamaah dalam bentuk matriks atau teks naratif yang dikelompokkan berdasarkan jenis responsnya.
- c. Penarikan Kesimpulan: Menghubungkan temuan teknik persuasi (dari analisis isi) dengan pola respons jamaah (dari wawancara) untuk diambil kesimpulan akhir.

### **G. Uji Reliabilitas Data**

Dalam analisis isi kualitatif, objektivitas data sangat bergantung pada keandalan alat ukur.<sup>15</sup> Oleh karena itu, penelitian ini melakukan Uji Reliabilitas Antar-Coder (*Inter-coder Reliability*) untuk memastikan bahwa *Codingbook* (Panduan Koding) yang dibuat bersifat ajek, jelas, dan tidak bias secara subjektif.<sup>16</sup>

Prosedur uji reliabilitas dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Peneliti melibatkan 1 orang *coder* pendamping (*coder 2*) yang memiliki latar belakang keilmuan yang setara (mahasiswa Komunikasi/Penyiaran).

---

<sup>15</sup> Krippendorff, *Content Analysis*.

<sup>16</sup> Neuendorf, *The Content Analysis Guidebook*.

2. Kedua *coder* melakukan uji coba pengodean (*pre-test*) secara terpisah pada 10-20% sampel transkrip ceramah yang sama dengan berpatokan pada *Codingbook*.
3. Hasil pengodean dari kedua *coder* dihitung tingkat kesepakatannya menggunakan rumus Formula Holsti.<sup>17</sup>

$$R = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

Keterangan:

- R = Nilai Reliabilitas / Koefisien Kesepakatan.
- M = Jumlah keputusan pengodean yang disepakati bersama oleh kedua *coder*.
- N1 = Jumlah total keputusan pengodean yang dibuat oleh *coder* 1.
- N2 = Jumlah total keputusan pengodean yang dibuat oleh *coder* 2.

Panduan koding dinyatakan reliabel dan layak digunakan jika nilai koefisien Holsti (R) menunjukkan angka  $\geq 0,70$  (atau 70%). Jika nilai di bawah standar, peneliti akan merevisi definisi operasional pada *Codingbook* hingga tercapai kesepahaman yang tinggi, sebelum pengodean menyeluruh terhadap seluruh video dilakukan.

Sementara untuk data lapangan (wawancara), uji keabsahan data dilakukan melalui teknik Triangulasi Sumber, yaitu membandingkan hasil

---

<sup>17</sup> Krippendorff, *Content Analysis*.

wawancara antar-jamaah dan mengonfirmasikannya dengan data teori pendukung.