

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam dinamika komunikasi persuasif yang dilakukan oleh *fashion Influencer* hijab modern di media sosial serta bagaimana pesan tersebut dimaknai dan diterima oleh audiens, dalam konteks pembentukan gaya hidup di era digital.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali makna, proses, dan pengalaman subjek penelitian secara komprehensif.¹ Dalam konteks komunikasi dan penyiaran Islam, pendekatan ini relevan karena komunikasi persuasif tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian pesan, tetapi juga sebagai proses dakwah kultural yang melibatkan nilai, simbol, etika, dan interpretasi audiens terhadap pesan-pesan Islami yang disampaikan melalui media sosial.

Jenis penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena komunikasi persuasif secara sistematis dan faktual tanpa melakukan manipulasi variabel.² Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis atau mengukur hubungan sebab-akibat secara statistik, melainkan untuk

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2023), 3-8.

²Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. revisi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 6-11.

menguraikan bentuk, strategi, dan pola komunikasi persuasif *Influencer*, serta respons dan penerimaan audiens terhadap pesan *fashion* hijab bernuansa Islami.

Selain itu, penelitian ini dikemas dalam bentuk studi kasus, dengan fokus pada *fashion Influencer* hijab modern tertentu di media sosial. Studi kasus dipilih karena memberikan ruang bagi peneliti untuk melakukan kajian mendalam terhadap satu fenomena spesifik dalam konteks nyata.³ Melalui studi kasus, penelitian ini dapat menjelaskan secara rinci bagaimana *Influencer* berperan sebagai komunikator persuasif dan bagaimana proses komunikasi tersebut berkontribusi terhadap perubahan tren serta pembentukan gaya hidup.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak yang menjadi sumber data utama dalam penelitian. Dalam penelitian ini, subjek penelitian terdiri dari:

1. *Fashion Influencer* hijab modern, yaitu individu Muslimah yang aktif di media sosial dan secara konsisten memproduksi konten *fashion* hijab. Dalam penelitian ini *Influencer* dibatasi pada tiga figur, yaitu Oklin Fia, Fira Assegaf(Sashfir), dan Natasya Rizki. *Influencer* ini dipilih karena berperan sebagai komunikator persuasif yang menyampaikan pesan-pesan konten *fashion* hijab modern kepada audiens melalui media sosial.
2. Audiens, yaitu pengikut atau public yang terpapar oleh konten *Influencer* *fashion* hijab modern, yang menjadi penerima pesan komunikasi persuasif. Audiens dipilih untuk memahami bagaimana pesan *Influencer* diterima,

³Mohammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (2021): 33-54.

dimaknai, dan direspon, baik dari sisi sikap, pemahaman, maupun perilaku terkait gaya hidup Islami.

Objek penelitian adalah fenomena atau fokus kajian yang diteliti. Objek penelitian dalam skripsi ini adalah dinamika komunikasi persuasif yang dilakukan oleh *fashion Influencer* hijab modern di media sosial. Secara lebih spesifik, objek penelitian meliputi:

1. Bentuk dan strategi komunikasi persuasif yang digunakan *Influencer* hijab modern, seperti penggunaan visual, narasi, gaya bahasa, dan simbol Islami dalam konten media sosial.
2. Pendapat dan respons audiens terhadap pesan komunikasi persuasif, baik secara kognitif, afektif, maupun perilaku.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah media sosial yang digunakan oleh *Influencer fashion* hijab modern sebagai sarana utama menyampaikan pesan. Penelitian ini berfokus pada platform media sosial TikTok.

D. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari *Fashion Influencer* hijab modern (Oklin Fia, Sashfir, dan Natasya Rizki) sebagai komunikator persuasif. Dan Pengikut atau publik yang terpapar oleh konten

Influencer fashion hijab modern, sebagai penerima pesan komunikasi persuasif. Karakteristik data primer dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, berupa hasil wawancara, pendapat, pengalaman, persepsi, dan interpretasi informan terhadap fenomena yang diteliti. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah:

- a. Pengguna aktif media social TikTok.
- b. Pernah menonton atau mengikuti konten *Influencer fashion* hijab modern.
- c. Mengetahui konten dari Natasya Rizky, Sashfir, dan Oklin Fia.
- d. Memiliki pengalaman atau pandangan terkait pengaruh konten *Influencer* terhadap gaya hidup.

Data dijangkau melalui wawancara mendalam secara langsung menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun peneliti. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi terhadap aktivitas dan respons informan ketika membahas konten *Influencer* di TikTok. Untuk menjamin kredibilitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi serta dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merujuk pada sumber yang tidak diperoleh secara langsung, misalnya melalui orang lain atau dokumen. Data sekunder ini meliputi:

- a. Jurnal ilmiah dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *Influencer*, TikTok, *fashion* hijab modern, serta teori komunikasi persuasif dan teori *uses and effects*.
- b. Dokumentasi berupa tangkapan layar, komentar, unggahan, maupun konten video TikTok dari *Influencer* yang diteliti.
- c. Artikel, berita, dan sumber internet lain yang relevan dengan fokus penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian skripsi ini ialah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung konten dan interaksi yang terjadi di media sosial *Influencer* hijab modern. Observasi ini meliputi pengamatan terhadap bentuk pesan, gaya visual, penggunaan simbol Islami, serta respons audiens dalam kolom komentar dan fitur interaksi lainnya. Observasi bersifat non-partisipatif, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam proses komunikasi.⁴

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan audiens dilakukan untuk memperoleh data mengenai penerimaan, pemaknaan, dan respon audiens⁵ terhadap pesan

⁴Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 1991), 100.

⁵S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), 113.

komunikasi persuasif yang disampaikan oleh *Influencer fashion* hijab modern di media sosial.

Pelaksanaan wawancara dilakukan secara langsung. Data hasil wawancara digunakan untuk menganalisis penerimaan audiens dan kontribusi komunikasi persuasif *Influencer* terhadap perubahan tren serta pembentukan gaya hidup Islami generasi muda.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan mengarsipkan data berupa tangkapan layar konten media sosial, caption, komentar, serta dokumen lain yang relevan. Dokumentasi berfungsi sebagai data pendukung sekaligus bahan verifikasi terhadap hasil wawancara dan observasi.⁶

F. Pengolahan Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dengan model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Model ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menganalisis data secara sistematis, berkelanjutan, dan mendalam sesuai dengan karakter penelitian kualitatif dan studi kasus. Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu:⁷

⁶Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif*, 99.

⁷Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 4th ed. (Los Angeles: Sage Publications, 2020), 7-12.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, dan pengabstrakan data mentah yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pada tahap ini, peneliti menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian, seperti bentuk dan strategi komunikasi persuasif *Influencer* hijab modern, respons dan penerimaan audiens, serta indikasi perubahan tren *fashion* hijab. Data yang tidak berkaitan langsung dengan tujuan penelitian disisihkan agar analisis lebih terfokus.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan menyusun data yang telah direduksi ke dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau matriks tematik yang memudahkan peneliti dalam memahami pola dan hubungan antar data. Pada tahap ini, data disajikan berdasarkan tema-tema penelitian, seperti peran *Influencer* sebagai komunikator persuasif, proses penerimaan audiens, dan kontribusi komunikasi persuasif terhadap pembentukan gaya hidup generasi muda.

3. Penarik Kesimpulan atau Verifikasi

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menafsirkan makna data yang telah disajikan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Kesimpulan bersifat sementara dan terus diverifikasi melalui pengecekan ulang data lapangan, perbandingan antar sumber data, serta penguatan dengan teori komunikasi persuasif dan penerimaan audiens. Proses verifikasi bertujuan untuk memastikan keabsahan dan konsistensi temuan penelitian.⁸

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 412.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Pada penelitian ini pengecekan keabsahan data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian benar-benar valid, terpercaya, dan sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Adapun teknik yang digunakan sebagai berikut:⁹

1. Observasi Mendalam

Peneliti melakukan observasi secara mendalam terhadap aktivitas *Influencer* dan Informan dalam menggunakan media sosial TikTok, khususnya ketika mengakses konten *Influencer fashion* hijab modern seperti Natasha Rizky, Sashfir, dan Oklin Fia. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung bagaimana informan memahami, merespons, serta memaknai pesan-pesan yang disampaikan *Influencer* melalui konten TikTok. Observasi yang diperdalam membantu peneliti memperoleh data yang lebih rinci dan sesuai dengan fokus penelitian.

2. Tringulasi sumber

Dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa informan yang memiliki latar belakang dan pandangan berbeda terhadap *Influencer fashion* hijab modern.

3. Tringulasi Teknik

Dilakukan dengan cara membandingkan hasil observasi langsung dengan wawancara mendalam terhadap informan.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 33-42.