

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *library research*.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah akun Instagram ustaz @felixsiauw.

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah dakwah pada fitur *reels* dari postingan akun Instagram ustaz @felixsiauw. Untuk membatasi jumlah postingan yang akan dianalisis, penulis hanya memilih 23 postingan *reels* selama rentang waktu Juli tahun 2021 hingga bulan Desember tahun 2022 yang telah dipilih berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- a. Minimal jumlah tayangan (*views*) adalah 350.000 tayangan.
- b. Minimal jumlah respons berupa *like* adalah 35.000 dan minimal jumlah komentar 145.
- c. Tidak termasuk video dari acara *show*.
- d. Postingan *reels* tidak memuat iklan dan tidak menyebutkan merek atau *brand* tertentu.

- e. Postingan *reels* tidak berhubungan dengan kehidupan pribadi dan keluarga yang tidak relevan dengan kegiatan dakwah.

Dengan merujuk pada kriteria di atas, penulis telah memilih 23 postingan *reels* yang terdapat pada tabel sebagai berikut:

TABEL 3.1 URL Video Dakwah pada Fitur *Reels* Postingan Akun Instagram Ustaz @felixsiauw

No.	URL Video
1.	https://www.instagram.com/reel/CRnIjujvP5/
2.	https://www.instagram.com/reel/CRqUJ6bDVNh/
3.	https://www.instagram.com/reel/CR32aE0jv1A/
4.	https://www.instagram.com/reel/CR_Ho2NlPfb/
5.	https://www.instagram.com/reel/CSA7wddFqaV/
6.	https://www.instagram.com/reel/CSI5_ANlcFo/
7.	https://www.instagram.com/reel/CSOiWPFHi7/
8.	https://www.instagram.com/reel/CSvigvRF232/
9.	https://www.instagram.com/reel/CS3s2rIl8nn/
10.	https://www.instagram.com/reel/CTJgu1-F4R2/
11.	https://www.instagram.com/reel/CTPYuFtIX00/
12.	https://www.instagram.com/reel/CUY6DidDPLk/
13.	https://www.instagram.com/reel/CUluX5sjBwS/
14.	https://www.instagram.com/reel/CVrI7HYjg9L/
15.	https://www.instagram.com/reel/CaEFh1xjtrM/
16.	https://www.instagram.com/reel/Canoj8Sj9lf/
17.	https://www.instagram.com/reel/CbCV_grDuDt/
18.	https://www.instagram.com/reel/CbMJIABD2o0/
19.	https://www.instagram.com/reel/Ccz-NwrDDwm/
20.	https://www.instagram.com/reel/CfZCemJDaZA/

21.	https://www.instagram.com/reel/CgiiI8KDcuR/
22.	https://www.instagram.com/reel/Cg5o1lgjuAi/
23.	https://www.instagram.com/reel/CmqH9mQjAGV/

C. Sumber Data

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis sumber data yang dianalisis, yaitu:

1. Data Primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari akun Instagram ustaz @felixsiauw.
2. Data Sekunder dalam penelitian ini berupa buku, jurnal, artikel, atau sumber informasi lain yang berhubungan dengan penelitian pada akun Instagram ustaz @felixsiauw.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Penulis menggunakan jenis observasi *non participant observation*¹, dimana penulis mengamati konten dakwah pada fitur *reels* akun Instagram ustaz @felixsiauw dan merekapitulasi respons dari postingan *reels* sebagai tolak ukur dari teori yang digunakan.

¹ Agustinus Bandur, *Penelitian Kualitatif: Metodologi, Desain, dan Teknik Analisis Data dengan Nvivo 11 Plus* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), h. 105.

2. Dokumentasi

Penulis mengumpulkan data dengan menggunakan dokumen melalui sumber data sekunder.

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah teknik analisis isi etnografi atau *Ethnographic Content Analysis* merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk mengambil kesimpulan yang dapat direplikasi dan valid dari teks atau materi berarti lainnya ke dalam konteks penggunaannya.²

Berikut langkah-langkah prosedur analisis yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi topik yang akan diteliti.
2. Menentukan kriteria untuk memilih postingan *reels* yang akan dianalisis dari akun Instagram ustaz @felixsiau.
3. Men-*download* postingan *reels* yang telah dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan melalui situs web online di <https://igram.io/id/>.
4. Menonton dan mengamati konten dari setiap postingan *reels* yang dipilih.
5. Menggali data secara manual dengan meng-*copy* (ctrl+c) dan *paste* (ctrl+v) pada postingan *reels* yang dipilih untuk melihat respons dari pengikut yang terdapat di kolom komentar setelah menyaksikan *reels* tersebut.

² Rachmat Kriyanto, *Teknik Penelitian Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 57-58.

6. Melakukan proses *coding* dan analisis data yang telah terkumpul dengan mencari kata kunci menggunakan *software* NVivo.
7. Menyusun tema-tema berdasarkan proses *coding* ke dalam berbagai kategori.
8. Melakukan tinjauan kembali terhadap data.
9. Melakukan validasi hasil penelitian kepada ahli.
10. Menyimpulkan dan menyajikan data yang telah diperoleh.