

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penyebaran pesan dakwah melalui akun Instagram seperti @sangkabaik.official terdapat beberapa pendekatan efektivitas yang umumnya digunakan untuk mencapai tujuan dakwah tersebut. Berikut adalah beberapa jenis pendekatan yang sering digunakan Pendekatan Pendidikan dan Informasi Akun @sangkabaik.official dapat menggunakan pendekatan ini untuk menyebarkan pengetahuan agama, memberikan pemahaman tentang nilai-nilai moral, dan memberikan informasi praktis tentang ajaran agama. Ini bisa termasuk kutipan dari Al-Quran dan hadis, penjelasan tentang ritual keagamaan, serta pemahaman س tentang etika dan moralitas.

Pendekatan Motivasi dan Inspirasi Akun tersebut bisa menggunakan pendekatan ini untuk memberikan motivasi dan inspirasi kepada pengikutnya melalui kata-kata bijak, cerita-cerita inspiratif, dan pengalaman pribadi yang membangkitkan semangat. Pesan-pesan ini dapat membantu memotivasi pengikut untuk meningkatkan diri mereka sendiri dan melakukan perubahan positif dalam hidup mereka. Pendekatan Interaktif dan Partisipatif Akun @sangkabaik.official dapat menggunakan pendekatan ini dengan mengajak pengikutnya untuk terlibat dalam diskusi, pertanyaan, atau tantangan terkait dengan ajaran agama atau nilai-nilai moral. Ini

menciptakan interaksi dua arah antara akun dan pengikut, memungkinkan untuk pertukaran ide dan pandangan.

Pendekatan Naratif dan Cerita Pendekatan ini melibatkan penggunaan cerita-cerita atau narasi yang kuat untuk menyampaikan pesan dakwah. Akun @sangkaibai.official dapat membagikan kisah-kisah inspiratif, parabel, atau perumpamaan yang mengandung pelajaran moral atau ajaran agama yang berharga.

Pendekatan Visual dan Estetika Mengingat Instagram adalah platform berbasis visual, akun @sangkaibai.official dapat memanfaatkan gambar, grafik, video, dan desain visual menarik untuk menarik perhatian pengikutnya. Pesan-pesan dakwah dapat disampaikan melalui konten visual yang menarik dan estetis. Pendekatan Kontemporer dan Relevansi: Akun tersebut bisa menggunakan pendekatan ini dengan mengaitkan ajaran agama atau nilai-nilai moral dengan isu-isu kontemporer dan kehidupan sehari-hari yang relevan bagi pengikutnya. Ini mencakup penyebaran pesan-pesan yang relevan dengan peristiwa-peristiwa terkini, tren, dan isu-isu sosial yang sedang hangat dibicarakan.⁹

B. Subjek dan objek penelitian

1. Subjek Penelitian

⁹ Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Juvenile Rosdakarya,

Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian adalah pengelola [akun@sangkabaik.official](https://www.instagram.com/sangkabaik.official) dan para followers yang menjadi audiens dari konten dakwah tersebut. ada istilah yang dikenal sebagai subjek penelitian. Menurut Suliyanto, penelitian ini adalah jenis penelitian yang berlandaskan pada data kualitatif. Data kualitatif sendiri merupakan informasi yang tidak berupa angka, melainkan berupa kalimat atau pernyataan. Dalam konteks penelitian kualitatif, subjek penelitian biasanya disebut informan, yaitu individu yang memberikan informasi yang relevan kepada peneliti mengenai aspek yang diperlukan dalam penelitian yang sedang berlangsung. Informasi ini dapat mencakup berbagai situasi dan kondisi yang mendasari penelitian tersebut. Penggunaan informan dalam pendekatan kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan data yang lebih mendalam dengan efisiensi waktu yang tinggi. Dengan keberadaan informan, peneliti juga bisa berdiskusi atau membandingkan temuan dari subjek yang berbeda.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah aktivitas dakwah yang dilakukan melalui media sosial instagram oleh akun @sangkabaik.official yang diteliti adalah identitas yang memiliki sejumlah data dengan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dibahas dan kemudian ditarik kesimpulannya. Obyek penelitian bertindak sebagai fokus ilmiah

untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan manfaat khusus mengenai suatu hal yang objektif, sah, dan dapat dipercaya.¹⁰

C. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, penulis melakukan penelitian menyesuaikan lokasi dari informan dan lokasi taras sangka baik yang menjadi tempat kajian rutin berada di Taras sangkabaik, Guntung Payung, Kecamatan Landasan Ulin, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Adapun untuk lokasi pada maps sebagai berikut : <https://maps.app.goo.gl/dcz542Qf7mYKWezt8>

D. Data dan sumber data

1. Data Primer

Data Sumber Primer *Followers* akun Instagram @sangkabaik.official, yang menjadi responden atau wawancara untuk mengetahui persepsi dan respon mereka terhadap konten dakwah. Pengelola akun @sangkabaik.official, untuk menggali informasi mengenai strategi dakwah, tujuan penyampaian pesan, dan pengalaman dalam berdakwah via media sosial. Data tentang Efektivitas media sosial Instagram dalam penyebaran pesan dakwah di akun @sangkabaik.official dapat menggunakan beberapa metode dan sumber data. Analisis Data Demografis

¹⁰ Amirin, T.M, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Tugu, 2000).

menggunakan data demografis yang tersedia di Instagram Insights, yaitu alat bawaan yang menyediakan informasi tentang pengikut akun, seperti usia, jenis kelamin, lokasi geografis, dan minat. Yang dapat membuat survei atau mendistribusikannya kepada pengikut akun @sangkabaik.official atau pengguna Instagram secara umum untuk mendapatkan wawasan tentang persepsi, preferensi, dan tingkat keterlibatan dalam pesan dakwah yang disampaikan.

2. Data Sekunder

Sumber Sekunder Dokumentasi digital akun Instagram @sangkabaik.official (posting, video, *reels*, *story highlight*, komentar, *insight*). Literatur ilmiah, seperti buku atau jurnal yang membahas:

- a. Teori komunikasi dakwah.
- b. Efektivitas media sosial dalam komunikasi.
- c. Peran Instagram sebagai media dakwah.

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data melalui sebagai berikut:

- a. Responden, yaitu pihak yang terlibat secara langsung dalam akun instagram yang digunakan @sangkabaik.official.
- b. Informan adalah penggunaan akun instagram @sangkabaik.official dan orang yang datang ke Taras sangkabaik Banjarbaru.

- c. Dokumen, yaitu data yang relevan dan terkait dengan permasalahan dalam penelitian, termasuk sumber tertulis dan bentuk laporan pada lokasi penelitian mulai dari program (Pelaksanaan penggunaan harian, mingguan), dokumentasi penilaian dan evaluasi, serta dokumentasi yang dapat memberikan informasi terkait penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penggunaan media sosial Instagram untuk penyebaran pesan dakwah di akun @sangkabaik.official dapat dilakukan dengan beberapa teknik. Berikut adalah beberapa teknik yang dapat Anda pertimbangkan menganalisis Profil Pengikut Analisis profil pengikut @sangkabaik.official dapat memberikan wawasan tentang demografis mereka, minat, dan perilaku online. Informasi seperti usia, jenis kelamin, lokasi geografis, minat, dan interaksi sebelumnya dengan konten dakwah dapat membantu dalam mengarahkan strategi penyebaran pesan.

1. Observasi

Observasi adalah merupakan salah satu teknik operasional pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap objek yang mudah di akses melalui media *instagram*. *Instagram* mempermudah penyebaran pesan audiens milenial melalui fitur interaktivitas seperti *caption*, tagar, (#), *mention*, komentar dan promosi. Penelitian akun instagram menunjukan efektivitas sebesar 83% dikategorikan sangat efektif oleh *followers*.

Dalam metode ini pihak pengamat melakukan pengamatan dan pengukuran dengan teliti terhadap objek yang diamati, kemudian dicatat secara cermat dan sistematis peristiwa-peristiwa yang diamati. Dalam hal ini penulis menggunakan jenis observasi partisipan, yaitu melakukan pengamatan dengan cara pengumpulan data dan informasi dengan peneliti terlibat pada apa yang diamati atau digunakan sumber dalam penelitian. Penulis menggunakan observasi ini karena penulis sebagai peneliti yang juga berstatus mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.

- a. Peneliti mengamati langsung akun Instagram @sangkabaik.official.
- b. Aspek yang diamati
- c. Frekuensi unggahan konten dakwah
- d. Jenis konten (gambar, video, reels, *caption*).
- e. Jumlah dan jenis interaksi (*like*, komentar, *share*, *save*).
- f. Engagement rate (interaksi dibanding jumlah pengikut).
- g. Respons followers terhadap konten dakwah.
- h. Tujuan: Menilai efektivitas berdasarkan aktivitas dan respons publik secara nyata.

2. Wawancara

Wawancara adalah merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survei melalui daftar pertanyaan yang diajukan

secara lisan terhadap responden (subjek). Wawancara dilakukan kepada pengelola akun @sangkaibai.official. Pertanyaan dapat mencakup:

- a. Strategi dakwah yang digunakan.
- b. Tujuan konten dan target audiens.
- c. Tantangan dan pengalaman menyampaikan pesan dakwah melalui Instagram.
- d. Persepsi mereka terhadap efektivitas penyebaran pesan.
- e. **Tujuan:** Mendapatkan data mendalam tentang proses, niat, dan upaya penyebaran pesan dakwah.

Teknik wawancara digunakan untuk mengungkap keterangan dari responden. Adapun jenis wawancara yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin, yaitu kombinasi antara wawancara tak terpimpin dan terpimpin. Jadi pewawancara hanya membuat pokok-pokok masalah yang akan diteliti selanjutnya dalam proses wawancara berlangsung mengikuti situasi pewawancara harus pandai mengarahkan yang diwawancarai apabila ternyata ia menyimpang. wawancara mengenai penggunaan media sosial Instagram dalam penyebaran pesan dakwah dengan akun @sangkaibai.official:

- a) Apa motivasi atau tujuan Anda dalam menggunakan media sosial Instagram untuk menyebarkan pesan dakwah melalui akun @sangkaibai.official?

"Saya percaya bahwa media sosial adalah alat yang sangat efektif dalam menyebarkan pesan dakwah kepada masyarakat luas, terutama generasi muda yang aktif menggunakan platform seperti Instagram. Tujuan kami di @sangkabaik.official adalah untuk menyampaikan pesan-pesan kebaikan dan nilai-nilai Islam secara positif dan inspiratif kepada pengikut kami."

- b) Bagaimana mengembangkan konten yang menarik bagi pengikut akun instagram?

"Kami berusaha untuk menyajikan konten-konten yang bervariasi, mulai dari kutipan-kutipan Al-Quran dan Hadis, cerita-cerita inspiratif, artikel pendek tentang nilai-nilai Islam, hingga video-video motivasi. Kami juga senantiasa memperhatikan respons dari pengikut kami, sehingga kami dapat menyesuaikan konten kami agar tetap relevan dan menarik bagi mereka."

- c) Dokumentasi

Untuk membuat catatan tentang penggunaan Instagram sebagai media untuk menyebarkan pesan dakwah dari akun @sangkabaik.official, catatan ini merupakan kumpulan data verbal yang ditulis yang disebut dokumen dalam pengertian sempit. Sedangkan dalam pengertian luas, dokumen mencakup monumen, artefak, foto, rekaman, dan

sejenisnya. Oleh karena itu, dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan memanfaatkan dokumen yang tersedia, serta hal-hal yang berkaitan dengan tempat yang diteliti. Penulis menerapkan metode ini sebagai tambahan dalam mengumpulkan data yang diperlukan. Dokumentasi mengumpulkan data arsip digital akun @sangkaibai.official: Screenshot konten. Statistik interaksi (melalui fitur Insight). Jumlah followers, viewers, komentar, dan respon. **Tujuan:** Mendukung data observasi dan wawancara sebagai bukti pendukung yang objektif.

F. Teknik Analisa Data

Untuk menganalisis Analisis Reduksi Data Menyaring dan merangkum data wawancara dan observasi. Fokus pada informasi relevan seperti strategi dakwah, respons audiens, dan tantangan penggunaan media sosial Instagram @sangkaibai.official dalam penyebaran pesan dakwah dapat menggunakan berbagai teknik analisis data. Berikut beberapa teknik yang mungkin dapat diterapkan Menganalisis konten melibatkan penelusuran dan pengkategorian konten yang diposting oleh akun @sangkaibai.official, dapat menggunakan teknik ini untuk melihat topik, tema, dan jenis konten yang paling sering dibagikan, serta seberapa sering dan dalam konteks apa pesan-pesan dakwah disampaikan. Melalui data penggunaan Instagram, dapat menganalisis jangkauan dan keterlibatan dari

setiap postingan. Hal ini meliputi jumlah likes, komentar, dan berbagi (shares) yang diterima oleh setiap postingan. Informasi ini dapat membantu Anda memahami seberapa efektif pesan dakwah disampaikan oleh akun tersebut. dapat membandingkan kinerja akun @sangkabaik.official dengan akun lain yang memiliki tujuan atau tema serupa dalam penyebaran pesan dakwah.

1. Menganalisis Konten Analisis konten melibatkan penelusuran dan pengkategorian konten yang diposting oleh akun @sangkabaik.official. dapat menggunakan teknik ini untuk melihat topik, tema, dan jenis konten yang paling sering dibagikan, serta seberapa sering dan dalam konteks apa pesan-pesan dakwah disampaikan.
2. Menganalisis Jangkauan dan Keterlibatan Melalui data penggunaan Instagram, yang dapat menganalisis jangkauan dan keterlibatan dari setiap postingan. Hal ini meliputi jumlah likes, komentar, dan berbagi (shares) yang diterima oleh setiap postingan. Informasi ini dapat membantu Anda memahami seberapa efektif pesan dakwah disampaikan oleh akun tersebut.
3. Menganalisis Demografi Instagram menyediakan data demografis pengikut, termasuk usia, jenis kelamin, lokasi, dan minat. Dengan menganalisis data demografis ini, dapat memahami siapa target audiens dari akun @sangkabaik.official dan bagaimana pesan dakwah mereka memengaruhi berbagai kelompok demografis.

4. Menganalisis Pola Waktu Melalui analisis pola waktu, dapat melihat waktu postingan yang paling efektif dalam menjangkau audiens. Hal ini dapat membantu dalam merencanakan strategi publikasi yang lebih baik untuk meningkatkan efektivitas penyebaran pesan dakwah.
5. Menganalisis Sentimen menganalisis sentimen melibatkan penelusuran komentar dan reaksi pengguna terhadap konten yang diposting. dapat digunakan teknik analisis sentimen untuk memahami bagaimana pengikut merespons pesan dakwah yang disampaikan oleh akun @sangkaibai.official apakah positif, negatif, atau netral.
6. Menganalisis Perbandingan dapat membandingkan kinerja akun @sangkaibai.official dengan akun lain yang memiliki tujuan atau tema serupa dalam penyebaran pesan dakwah. Hal ini dapat memberikan wawasan tambahan tentang keberhasilan atau kelemahan strategi yang diadopsi oleh akun tersebut.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Hasil penelitian, data triangulasi digunakan. Triangulasi dilakukan dengan menganalisis elemen pada penelitian yakni pada sumber data dan metode yang digunakan.

1. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi berasal dari efektivitas yang memiliki berbagai latar belakang, seperti usia, jenis pendidikan, dan tingkat aktivitas sosial media. Dengan membandingkan data dari berbagai sumber, para peneliti dapat memperoleh pemahaman tentang berbagai perspektif dan menemukan kemungkinan bias dalam satu grup.

Triangulasi sumber adalah teknik untuk mengecek keabsahan data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber data yang berbeda, namun membahas fenomena yang sama. Dalam konteks penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan membandingkan data dari tiga jenis informan utama dan sumber pendukung.

2. Triangulasi Metode

Peneliti mengumpulkan data dengan berbagai cara untuk yakni wawancara mendalam, observasi tentang aktivitas dan interaksi yang terjadi di akun *instagram*, seperti jumlah suka, komentar, dan jenis respon lainnya terhadap konten dakwah, menganalisis konten unggahan di akun *instagram* @sangkabaik.official untuk menemukan ciri-ciri dakwah yang digunakan, termasuk visualisasi, gaya penyampaian, dan isi pesan.

Tabel 3. 1 Contoh Tabel Triangulasi Sumber

Aspek yang Diamati	Pengelola Akun	Followers/Audiens	Data Digital/Observasi

Tujuan penggunaan Instagram	Sebagai media dakwah Gen Z	Sebagai tempat cari motivasi islami	Bio dan isi konten sesuai tema dakwah
Jenis konten paling efektif	Video pendek & carousel	Video + quote islami	Konten video dapat engagement tinggi
Respon terhadap konten	Banyak DM dan komen positif	Menyentuh, relatable	Banyak komentar dan share
Dampak dakwah	Meningkatkan kesadaran	Menambah ilmu dan semangat ibadah	Testimoni dibagikan di story

Triangulasi sumber dalam penelitian ini memperkuat validitas data yaitu ;

1. Data tidak hanya berasal dari satu pihak (misal pengelola saja)
2. Ada pembandingan langsung dari audiens dan bukti visual/digital yang terukur
3. Peneliti bisa menguji konsistensi informasi antara perencana (pengelola), penerima (followers), dan media (konten)