

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dikaji menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif analisis yang berkaitan dengan ilmu komunikasi dan manajemen. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bermaksud menguji hipotesis, melainkan menggali makna, strategi, dan pengalaman sosial yang berkaitan dengan ekuitas merek BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan dalam menarik minat masyarakat untuk berzakat.

Sebagaimana dijelaskan oleh Kusumastuti dan Khoiron, penelitian kualitatif berfokus pada pengamatan mendalam untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang serta perilaku yang diamati.¹ Penggunaan metode ini memungkinkan peneliti untuk membedah ekuitas merek BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan secara menyeluruh dan mendalam."

Pendekatan kualitatif dipilih agar peneliti dapat memahami fenomena secara mendalam dari perspektif subjek penelitian. Jenis deskriptif dipakai karena penelitian yang dikaji ditujukan untuk menyajikan gambaran nyata berkenaan dengan strategi *branding* BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan,

¹ Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif* (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019), hal. 3.

mulai dari perencanaan, implementasi, hingga respon masyarakat, tanpa manipulasi terhadap objek penelitian. Dengan demikian, penelitian yang dikaji tidak semata menggambarkan fenomena *branding*, tetapi juga menganalisis makna dan implikasinya terhadap minat masyarakat untuk menunaikan zakat.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian yang dikaji dilakukan di BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan, beralamat di Jl. Jenderal Sudirman No. 5, Banjarmasin. Lokasi ini dipilih karena BAZNAS Provinsi berperan sebagai lembaga resmi yang memiliki kewenangan dalam penghimpunan zakat sekaligus sebagai pihak yang menyusun dan melaksanakan strategi *branding*. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Kalimantan Selatan merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah merujuk pada Undang-Undang No. 23 Tahun 2011², Peraturan Pemerintah No. 14 Tahun 2014³, Keputusan Menteri Agama RI No. 118 Tahun 2014⁴ dan Keputusan Gubernur Kalimantan Selatan No. 188.44/0182/KUM/2016⁵ yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) dan Dana Sosial Keagamaan Lainnya (DSKL) pada tingkat Provinsi, Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat di Provinsi Kalimantan Selatan. Dalam UU tersebut,

² <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39267/uu-no-23-tahun-2011>

³ <https://peraturan.bpk.go.id/Details/5451/pp-no-14-tahun-2014>

⁴ <https://2017.kemenag.go.id/file/file/Dokumen/agiq1411966850.pdf>

⁵ <https://baznaskalsel.org/>

BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan dinyatakan sebagai lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada masyarakat dan Pemerintah. Dengan demikian, BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan bersama Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan bertanggung jawab untuk mengawal pengelolaan zakat yang berasaskan: syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas. Selain itu, Kalimantan Selatan dipandang relevan karena meskipun masyarakatnya religius, partisipasi zakat dengan perantara BAZNAS masih tergolong rendah. Fenomena ini memungkinkan peneliti menelaah secara langsung strategi *branding* yang dijalankan serta respon masyarakat terhadapnya.

Prosedur penelitian yang dikaji mengikuti tahapan penelitian kualitatif yang dikembangkan oleh Creswell⁶, yang meliputi:

⁶ JohnW. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed MethodsApproaches*, 3rd ed. (Thousand Oaks: SAGE Publications, 2009), hal. 185.

1. Mengorganisasi dan mempersiapkan data untuk dianalisis
2. Membaca seluruh data untuk mendapatkan informasi secara keseluruhan
3. Melakukan koding atau analisis data secara mendalam
4. Menerapkan proses koding untuk mendeskripsikan setting, orang, kategori, dan tema yang akan dianalisis
5. Menyajikan kembali deskripsi dan tema tersebut dalam bentuk narasi kualitatif
6. Melakukan interpretasi terhadap data yang telah dikumpulkan.

C. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian yang dikaji dihimpun secara langsung dari sumber utama dengan perantara wawancara dan observasi. Data ini mencakup informasi berkenaan dengan ekuitas merek BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan dalam menarik minat masyarakat untuk berzakat, serta tantangan dan peluang yang dihadapi lembaga tersebut dalam membangun dan mengelola strategi *branding* guna meningkatkan partisipasi zakat masyarakat.

Pengumpulan data primer dilakukan dengan perantara wawancara mendalam dengan:

- 1) Ketua BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan,
- 2) Kepala Bidang Humas dan staf bagian penghimpunan zakat,
- 3) Muzakki (pembayar zakat) dan calon muzakki,

- 4) Tokoh agama yang berpengaruh dalam membentuk norma sosial masyarakat.

Selain wawancara, observasi langsung juga dilakukan terhadap kegiatan sosialisasi zakat di masjid, kegiatan kampanye zakat, serta aktivitas digital BAZNAS dengan perantara berbagai platform media sosial. Observasi ini ditujukan untuk memperoleh pemahaman empiris berkenaan dengan strategi *branding* dan respons masyarakat terhadapnya.

Ekuitas merek mereka untuk menarik minat masyarakat dalam berzakat, tantangan dan peluang yang dihadapi BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan dalam membangun dan mengelola *branding* mereka untuk meningkatkan partisipasi zakat masyarakat.

Observasi dilakukan pada kegiatan sosialisasi zakat di masjid, kegiatan kampanye zakat, serta aktivitas digital BAZNAS di media sosial.

b. Data Sekunder

Data sekunder dihimpun dengan perantara berbagai sumber pendukung yang relevan, seperti dokumen resmi BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan (laporan tahunan, laporan keuangan, dan data penghimpunan zakat), materi publikasi lembaga, brosur, konten media sosial, serta literatur akademik dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan ekuitas merek lembaga zakat dan perilaku berzakat masyarakat.

Menurut Sugiyono, data sekunder merupakan data yang dihimpun dari sumber yang telah ada sebelumnya, baik berupa dokumen maupun publikasi ilmiah yang relevan dengan objek penelitian.⁷

2. Sumber Data

a. Informan

Informan merupakan sumber pelengkap data yang memberikan perspektif tambahan untuk memperkaya hasil penelitian. Mereka terdiri dari pimpinan atau ketua BAZNAS, serta beberapa staf dari bidang-bidang lain yang memiliki keterkaitan dengan aktivitas *branding*, komunikasi publik, tokoh agama yang memiliki pengaruh dalam membentuk norma sosial masyarakat, dan pelayanan muzakki. Dalam penelitian kualitatif, pemilihan responden dan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih individu yang dianggap paling mengidentifikasi permasalahan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, data dikumpulkan dengan tiga teknik utama,⁸ :

1. Wawancara

Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan pimpinan dan staf BAZNAS, muzakki, serta tokoh agama. Pertanyaan wawancara difokuskan pada strategi *branding* yang dijalankan, efektivitas kampanye zakat, kepercayaan masyarakat, serta persepsi kemudahan layanan.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 224.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 137-138.

Wawancara sebagai metode utama ditujukan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang pengalaman dan pandangan partisipan terhadap fenomena yang diteliti.

2. Observasi

Peneliti melakukan observasi partisipatif terhadap kegiatan *branding* BAZNAS, seperti kampanye zakat di bulan Ramadan, kegiatan sosialisasi zakat di masjid, serta pemantauan konten digital pada akun resmi media sosial BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan.

Observasi ini dilakukan pada periode April hingga Mei 2025, dengan tujuan memperoleh data empiris tentang praktik *branding* dan tanggapan masyarakat secara faktual. Observasi dipilih karena memungkinkan peneliti memahami fenomena dalam konteks alaminya secara langsung.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari berbagai dokumen resmi BAZNAS, seperti laporan tahunan, laporan keuangan, foto kegiatan, materi kampanye, publikasi media sosial, serta arsip internal lembaga yang relevan dengan strategi *branding*.

Data dokumentasi ini digunakan untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi, serta memastikan validitas informasi dengan perantara triangulasi sumber.⁹

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 239-240

E. Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan secara interaktif dengan tiga tahapan utama:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses penyederhanaan data dengan perantara peringkasan, pemilahan informasi utama, serta pemusatan perhatian pada unsur-unsur yang dianggap penting untuk menemukan tema dan pola tertentu. Dengan perantara proses ini, data yang telah disederhanakan mampu menyajikan informasi yang lebih sistematis dan jelas, sehingga memudahkan peneliti dalam melanjutkan tahap pengumpulan data maupun dalam penelusuran kembali data ketika dibutuhkan. Selain itu, pelaksanaan reduksi data dapat didukung oleh pemanfaatan perangkat elektronik, seperti komputer, dengan pemberian kode pada aspek-aspek tertentu.¹⁰

Memilah informasi penting dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian mengelompokkannya sesuai fokus penelitian, yaitu *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, *brand loyalty*, serta minat masyarakat.

2. Penyajian Data

Setelah dengan perantara tahap reduksi, langkah berikutnya dalam analisis data adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti deskripsi singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, maupun bentuk visual lainnya. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa bentuk penyajian data yang paling umum

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, hal. 247.

digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif. Oleh karena itu, penyajian data dalam bentuk narasi menjadi cara yang paling sering diterapkan. Dengan perantara proses penyajian data ini, peneliti dapat lebih mudah memahami fenomena yang terjadi serta menyusun langkah kerja selanjutnya merujuk pada pemahaman yang telah diperoleh.¹¹

Menyusun hasil penelitian dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, dan kutipan wawancara untuk memperlihatkan keterkaitan antara strategi *branding* BAZNAS dengan respon masyarakat.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan hasil temuan baru yang belum pernah diungkapkan sebelumnya. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau pemaparan berkenaan dengan sebuah objek yang pada awalnya belum jelas, sehingga dengan perantara proses penelitian menjadi lebih terstruktur dan dapat dipahami. Selain itu, temuan juga dapat berupa hubungan kausal maupun interaktif antarvariabel, serta perumusan hipotesis atau pengembangan teori.¹²

Menyimpulkan temuan berkenaan dengan efektivitas *branding* BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan dalam menarik minat masyarakat berzakat, serta memverifikasi data dengan cara membandingkan hasil dari berbagai sumber.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, hal. 249.

¹² Ibid., hal. 253.

F. Teknik Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi dan member check. Menurut Creswell, triangulasi dilakukan dengan membandingkan berbagai sumber, teknik, dan waktu pengumpulan data guna meningkatkan kredibilitas dan konsistensi temuan penelitian kualitatif.¹³

Keabsahan data dijaga dengan teknik triangulasi, yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari pimpinan BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan, staf internal, muzakki, serta tokoh masyarakat untuk memperoleh gambaran yang objektif dan berimbang.

2. Triangulasi Teknik

Yaitu membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi terhadap aktivitas branding dan media sosial BAZNAS, serta dokumentasi berupa laporan tahunan dan arsip kelembagaan.

3. Triangulasi Waktu

Yaitu melakukan pengumpulan data pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi informasi yang diberikan oleh informan.

4. Member Check

Yaitu mengonfirmasi kembali hasil wawancara dan interpretasi peneliti kepada informan guna memastikan kesesuaian data dengan maksud dan pengalaman informan.

¹³ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 3rd ed. (Thousand Oaks: SAGE Publications, 2009), hal. 191.