

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan netnografi. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena secara holistik dengan menekankan pada konteks sosial dan makna yang dibangun oleh subjek penelitian.³⁵ Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menafsirkan realitas secara mendalam berdasarkan data empiris yang bersifat naratif, seperti teks, gambar, serta bentuk interaksi sosial yang muncul dalam proses komunikasi, sehingga peneliti dapat memahami makna, pola, dan konteks sosial yang dibangun oleh subjek penelitian.

Dalam kajian komunikasi, penelitian kualitatif digunakan untuk memahami proses penyampaian pesan, makna yang dikonstruksi melalui interaksi komunikasi, serta respon audiens terhadap pesan komunikasi yang dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan pengalaman individu.³⁶ Pendekatan ini bersifat interpretatif dan berfokus pada analisis pesan serta praktik komunikasi dalam konteks sosial tertentu,

³⁵ Sharon Hartin Iorio, ed., *Qualitative research in journalism: taking it to the streets* (Lawrence Erlbaum Associates, 2004), 1.

³⁶ James Conklin dan George F. Hayhoe, ed., *Qualitative research in technical communication* (New York: Routledge, 2011), 2.

dengan menekankan pada pemaknaan yang dibangun oleh individu atau kelompok yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut.³⁷

Sedangkan netnografi adalah adaptasi dari metode etnografi tradisional yang diterapkan dalam konteks digital, bertujuan untuk mengamati, menganalisis, dan memahami perilaku serta interaksi pengguna dalam komunitas daring seperti media sosial.³⁸ Netnografi memungkinkan peneliti untuk mengamati dan menganalisis perilaku, pola interaksi, serta respon pengguna media sosial secara alami tanpa adanya intervensi langsung, sehingga data yang diperoleh menggambarkan proses komunikasi yang terjadi secara nyata di media sosial.

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan netnografi digunakan untuk mengkaji konten dakwah yang dipublikasikan pada akun TikTok @alhusaynn serta fokus utama analisis dalam penelitian ini adalah komentar audiens, karena komentar dianggap paling merepresentasikan bagaimana audiens menafsirkan isi pesan, merespon penggunaan *visual effect*, serta mengungkapkan ketertarikan, pemahaman, maupun refleksi pribadi setelah menonton konten dakwah.

Pendekatan netnografi dinilai relevan karena objek penelitian sepenuhnya berada pada ruang digital dan melibatkan interaksi pengguna secara daring. Melalui pengamatan terhadap komentar dan interaksi audiens, peneliti dapat memperoleh gambaran yang kontekstual mengenai peran *visual effect* dalam membangun

³⁷ Sharon Hartin Iorio, ed., *Qualitative research in journalism: taking it to the streets* (Lawrence Erlbaum Associates, 2004), 3.

³⁸ Ade Noviani dan Sri Wijayanti, "Instagram Sebagai Medium Pesan Komunitas Ibu Tunggal Di Indonesia (Studi Netnografi Di Akun Instagram @singlemomssindonesia)," *Jurnal Netnografi Komunikasi* 1, no. 1 (29 Juli 2022): 6.

ketertarikan dan mendukung penerimaan pesan dakwah dalam praktik dakwah digital di media sosial TikTok.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Partisipan juga disebut sebagai subjek, responden, anggota kelompok fokus, informan, dan sebagainya. Partisipan biasanya dianggap sebagai individu atau kelompok yang setuju untuk mengambil bagian dalam suatu proses penelitian.³⁹ Partisipan dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial TikTok yang memberikan respons terhadap konten dakwah akun @alhusaynn dalam bentuk komentar. Partisipan tersebut menjadi sumber data karena interaksi yang mereka lakukan mencerminkan ketertarikan serta penerimaan terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

2. Objek penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah penggunaan *visual effect* dalam konten dakwah akun TikTok @alhusaynn. Fokus penelitian diarahkan pada sepuluh konten dakwah terpilih yang menampilkan penggunaan *visual effect* secara konsisten. Penggunaan *visual effect* tersebut dianalisis dalam kaitannya dengan perannya dalam penyampaian pesan dakwah, membangun ketertarikan audiens, serta mendukung proses penerimaan pesan dakwah oleh audiens TikTok.

³⁹ Lisa M. Given, ed., *The Sage encyclopedia of qualitative research methods* (Los Angeles, Calif: Sage Publications, 2008), 597–598.

C. Lokasi Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan pada platform media sosial TikTok, khususnya pada akun @alhusaynn yang memproduksi dan membagikan konten dakwah dengan memanfaatkan *visual effect* dalam penyajiannya.

2. Waktu

Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan, yaitu pada periode Januari hingga Februari 2026. Rentang waktu tersebut digunakan untuk melakukan pengamatan terhadap konten dakwah pada akun TikTok @alhusaynn untuk mengumpulkan data mengenai interaksi audiens terhadap konten-konten dakwah yang diposting pada akun TikTok @alhusaynn selama periode tersebut.

D. Data dan Sumber Data

1. Data

a. Data Primer

Data atau sumber primer mengacu pada kisah orang pertama mengenai peristiwa dalam dokumen asli, surat, karya seni, literatur, musik, catatan observasi, jurnal, dan foto.⁴⁰ Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari akun TikTok @alhusaynn, yang meliputi konten dakwah serta komentar audiens sebagai bentuk respons

⁴⁰ Given, *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*, 396.

terhadap konten tersebut. Konten video dianalisis untuk melihat penggunaan *visual effect*, sedangkan komentar audiens dijadikan fokus utama karena merepresentasikan ketertarikan dan penerimaan audiens terhadap konten dakwah yang disampaikan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung, seperti dokumen, catatan, artikel, atau pendapat pihak yang tidak terlibat secara langsung dengan objek penelitian, namun memiliki relevansi dalam menjelaskan atau memperkuat konteks penelitian.⁴¹ Dalam penelitian ini, data sekunder digunakan sebagai pelengkap dan pendukung data primer, serta berfungsi untuk memperluas perspektif analisis dalam mengkaji peran *visual effect* terhadap ketertarikan audiens dan penerimaan pesan dakwah.

Data sekunder dalam penelitian ini mencakup:

- 1) Literatur berupa buku, jurnal ilmiah, dan artikel akademik yang membahas teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) serta konsep-konsep yang relevan seperti peran, komunikasi visual, *visual effect*, media sosial TikTok, dan konten dakwah. Literatur ini digunakan sebagai landasan teoritis untuk memahami hubungan antara tampilan visual, proses kognitif audiens, dan penerimaan pesan dakwah.

⁴¹ Given, *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*, 397.

2) Beberapa akun TikTok lain yang memiliki gaya penyampaian serupa dengan @alhusaynn. peneliti juga menemukan beberapa akun TikTok lain yang memiliki gaya penyampaian konten serupa, yaitu menggabungkan pesan dakwah dengan *visual effect*. Meskipun akun-akun berikut bukan objek utama penelitian, keberadaannya menunjukkan bahwa model konten seperti yang dibangun oleh @alhusaynn mulai diikuti dan memunculkan tren baru dalam penyampaian dakwah digital. Beberapa akun tersebut antara lain @yuk.hijrah, @da'wa_sunnah, dan @hasan bin ahmad alaydrus.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan netnografi sebagai metode pengumpulan data. Peneliti terlebih dahulu menelusuri seluruh konten dakwah yang diunggah pada akun TikTok @alhusaynn yang berjumlah sekitar 86 unggahan. Seluruh konten tersebut diamati satu per satu, khususnya terkait penggunaan *visual effect* serta respons audiens yang muncul di kolom komentar.

Berdasarkan hasil pengamatan awal tersebut, peneliti kemudian memilih sepuluh konten dakwah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan dan pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015).⁴² Konten yang dipilih merupakan konten yang menampilkan penggunaan *visual effect* secara konsisten

⁴² Sri Maharani dan Martin Bernard, "Analisis Hubungan Resiliensi Matematik Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Siswa Pada Materi Lingkaran," *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif)* (Bandung) 1, no. 5 (2018): 821–22.

serta memperoleh respons audiens yang beragam. Sepuluh konten tersebut dinilai telah mewakili karakteristik visual dan pola respons audiens pada konten dakwah akun TikTok @alhusaynn secara umum, sehingga relevan untuk dianalisis lebih lanjut sesuai dengan fokus penelitian.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua teknik utama, yaitu observasi dan dokumentasi:

1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan menggunakan seluruh indera, terutama melihat dan mendengarkan, secara sistematis dan terarah yang bertujuan untuk mempelajari suatu fenomena yang diteliti.⁴³

Dalam konteks penelitian ini, observasi dilakukan secara digital terhadap akun TikTok @alhusaynn sebagai objek utama penelitian. Peneliti mengamati berbagai elemen visual yang digunakan dalam konten dakwah, seperti animasi teks, tipografi statis dan kinetik, motion graphic, transisi visual, *overlays*, *masking*, serta penggunaan audio dan sinkronisasi visual. Selain itu, peneliti juga mengamati pola interaksi pengguna, khususnya komentar audiens pada konten yang diteliti. Observasi dilakukan secara berulang pada beberapa konten yang dipilih sebagai sampel untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara *visual effect* digunakan dalam penyampaian pesan dakwah, serta bagaimana visual tersebut memicu ketertarikan audiens dan memengaruhi respons penerimaan pesan dakwah. Hasil observasi ini

⁴³ Given, *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*, 573.

menjadi dasar awal dalam proses pengelompokan data dan analisis tematik.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data. Dokumen dapat berupa file teks, grafik, audio, atau video.⁴⁴ Dokumentasi dalam penelitian ini mencakup pengumpulan data digital dari akun TikTok @alhusaynn. Data yang didokumentasikan antara lain berupa:

- a. Tangkapan layar (screenshot) dari video konten dakwah yang menampilkan *visual effect*.
- b. Tangkapan layar (screenshot) komentar audiens TikTok yang menunjukkan ketertarikan visual, serta penerimaan terhadap pesan dakwah.

Data dokumentasi tersebut kemudian disusun dan diklasifikasikan untuk memudahkan proses analisis. Selanjutnya, data dianalisis secara tematik dengan mengaitkan respons audiens terhadap penggunaan *visual effect* ke dalam rute perifer dan rute sentral berdasarkan teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM). Teknik dokumentasi ini membantu peneliti dalam menjaga ketelitian data serta memperkuat hasil observasi yang telah dilakukan.

⁴⁴ Given, *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*, 104.

F. Analisis Data

Analisis data adalah proses membuat makna dari teks dan gambar sehingga peneliti dapat membentuk jawaban atas pertanyaan penelitian.⁴⁵ Dalam penelitian kualitatif, peneliti menganalisis kata-kata (misalnya, transkripsi dari wawancara) atau gambar (misalnya, foto). Analisis data kualitatif terdiri dari pembagian data teks menjadi kelompok kalimat yang disebut segmen teks dan menentukan makna setiap kelompok kalimat. Tujuannya adalah menganalisis kata-kata untuk mengelompokkannya menjadi makna pemahaman yang lebih besar, seperti kode, kategori, atau tema. Hasil analisis kualitatif bisa berupa deskripsi individu atau tempat, atau tema atau kategori luas yang mewakili temuan.⁴⁶

Menurut Creswell, John W. dalam bukunya *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Analisis data kualitatif merupakan proses yang bersifat siklus dan saling terkait, yang mencakup tahapan pengorganisasian data, pengodean, pengembangan tema, penyajian hasil, interpretasi temuan, serta validasi data. Tahapan tersebut menjadi landasan dalam proses analisis data pada penelitian ini.⁴⁷

Dalam penelitian ini, data yang dianalisis berupa komentar audiens serta konten visual pada video dakwah akun TikTok @alhusaynn. Analisis data

⁴⁵ John W. Creswell dan Timothy C. Guetterman, *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*, Sixth edition (Pearson, 2019), 236.

⁴⁶ Creswell dan Guetterman, 18-19.

⁴⁷ Creswell dan Guetterman, *Educational Research*, 263–64.

dilakukan dengan cara mengelompokkan teks komentar ke dalam segmen-segmen data, kemudian menafsirkan makna dari setiap segmen untuk membentuk kategori dan tema yang merepresentasikan pola respons audiens terhadap penggunaan *visual effect* serta penerimaan pesan dakwah.

Berdasarkan landasan teori dan metode yang digunakan, analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif menggunakan pendekatan netnografi, dengan teknik analisis tematik untuk mengelompokkan dan menafsirkan data komentar audiens yang diperoleh melalui observasi dan dokumentasi untuk menemukan pola respons, tema-tema utama, serta makna yang muncul dalam interaksi audiens terhadap konten dakwah akun TikTok @alhusaynn, yang selanjutnya diinterpretasikan menggunakan teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM).

Adapun langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data: Peneliti menyeleksi dan memilah data yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang dipilih terutama berupa komentar audiens yang berkaitan dengan ketertarikan visual, apresiasi terhadap editan, pemahaman isi dakwah, serta penerimaan pesan dakwah. Data yang tidak relevan dengan fokus penelitian tidak disertakan dalam proses analisis lanjutan.
2. Kategorisasi Tematik: Data yang telah direduksi kemudian diberi kode berdasarkan makna yang muncul dalam setiap komentar. Kode-kode tersebut selanjutnya dikelompokkan ke dalam kategori dan tema

tematik, seperti ketertarikan visual, refleksi diri, apresiasi konten, pemahaman pesan, dan penerimaan nilai-nilai dakwah.

3. Interpretasi: Peneliti menafsirkan makna dari setiap tema yang telah terbentuk dengan mengaitkannya pada teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM). Pada tahap ini, respons audiens diidentifikasi apakah menunjukkan rute perifer, yaitu ketertarikan yang dipicu oleh tampilan visual dan elemen editan. Atau rute sentral, yaitu pemrosesan pesan dakwah secara lebih mendalam yang tercermin dari pemahaman dan refleksi audiens terhadap isi konten.
4. Penyajian Data: Hasil analisis data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel tematik untuk menggambarkan temuan penelitian secara sistematis dan mendalam. Penyajian ini bertujuan untuk memperjelas hubungan antara penggunaan *visual effect* dan respons audiens terhadap penerimaan pesan dakwah.

Analisis data ini bertujuan untuk memahami peran *visual effect* dalam konten dakwah TikTok akun @alhusaynn sebagai pemicu ketertarikan awal audiens, serta bagaimana ketertarikan tersebut membuka ruang bagi audiens dalam memproses dan menerima pesan dakwah, baik melalui jalur pemrosesan perifer maupun sentral.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan dan kredibilitas data dalam penelitian ini, peneliti menerapkan beberapa strategi pengujian keabsahan data yang lazim digunakan dalam penelitian kualitatif. Strategi tersebut meliputi triangulasi sumber, triangulasi

teknik, serta triangulasi waktu. Penerapan strategi ini bertujuan untuk meminimalkan subjektivitas peneliti serta memastikan bahwa temuan penelitian didasarkan pada data yang konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan berbagai sumber data yang diperoleh dari akun TikTok @alhusaynn, yaitu konten video dakwah, elemen visual effect, dan komentar audiens. Perbandingan antar sumber data ini bertujuan untuk melihat kesesuaian antara penggunaan visual effect dengan respons audiens, sehingga peneliti memperoleh data yang lebih lengkap dan gambaran yang lebih utuh mengenai ketertarikan audiens serta penerimaan pesan dakwah.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu observasi digital dan dokumentasi. Observasi digital digunakan untuk mengamati penerapan visual effect dan respons audiens pada konten dakwah, sedangkan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan bukti pendukung berupa tangkapan layar konten dan komentar audiens. Penggunaan dua teknik ini bertujuan untuk saling memverifikasi data agar hasil penelitian lebih kredibel.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu dilakukan dengan mengamati konten dakwah dan respons audiens pada waktu yang berbeda selama periode penelitian. Hal ini bertujuan untuk melihat konsistensi penggunaan visual effect serta kestabilan pola respons audiens, sehingga data yang diperoleh tidak hanya bersifat sementara, tetapi menunjukkan pola yang dapat dipercaya.

Melalui penerapan triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Keabsahan data dalam penelitian ini diharapkan dapat terjaga dengan baik. Dengan demikian, hasil analisis mengenai peran *visual effect* dalam membentuk ketertarikan audiens dan penerimaan pesan dakwah dakwah pada akun TikTok @alhusaynn dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.