

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif. Selama proses melakukan penelitian kualitatif deskriptif, peneliti biasanya mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata, gambar, dan khususnya transkrip wawancara.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Artinya, data yang dikumpulkan bukan berasal dari pengukuran kuantitatif, melainkan berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, makalah pribadi, memorandum, dan catatan resmi lainnya. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menawarkan gambaran kebenaran faktual yang menyeluruh dan rumit yang mendasari peristiwa tersebut. Oleh karena itu, penggunaan teknik kualitatif dalam penelitian memerlukan harmonisasi realitas aktual dengan teori terkait dengan menggunakan metodologi deskriptif.

Penelitian kualitatif melibatkan pengumpulan data dalam lingkungan otentik, memanfaatkan metodologi organik, dan dilakukan oleh individu atau peneliti yang memiliki rasa ingin tahu yang melekat. Uraian ini dengan jelas menunjukkan bahwa penelitian kualitatif sangat mementingkan pelaksanaan studi di lingkungan kehidupan nyata, menggunakan metodologi yang mencerminkan situasi kehidupan nyata, dan dilakukan oleh individu yang memiliki kepedulian yang tulus. Dalam penelitian kualitatif, penting untuk menyoroti pentingnya kedekatan dengan individu dan konteks penelitian. Tujuannya adalah agar peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif dan bernuansa tentang keadaan dan realitas aktual yang berkaitan dengan subjek yang diselidiki (Rakhmat, 2014, p.6).

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif untuk menyelidiki aktualitas yang terwujud dalam domain penelitian mengenai strategi konten pembuat Instagram dan AnalisisSWOT. Temuan-temuan tersebut kemudian akan diartikulasikan dalam struktur kalimat seperti yang diamati oleh peneliti di lapangan.

## **B. Waktu Penelitian**

Pelaksanaan penelitian direncanakan bertahap mulai dari mempersiapkan bahan sampai dengan penulisan total hasil penelitian dalam waktu sembilan bulan. Terhitung dari bulan November 2022 hingga Agustus 2023

## **C. Unit Analisis**

Suatu penelitian penting memiliki unit analisis. Unit analisis adalah satuan penelitian berkaitan dengan individu, kelompok, dan/atau benda yang ditetapkan sebagai subjek penelitian. Adapun unit analisis penelitian ini ialah konten kreator instagram dakwah yaitu konten kreator dari akun instagram @abuazzamtv, @salaf.alummah, dan @abu.adzkar. mereka akan dianalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dan kemudian akan diketahui apakah mereka berada pada kuadran I yaitu Strategi Agresif, kuadran II Strategi Disersifikasi, kuadran III Strategi *Turnaround* dan kuadran IV Strategi *Defensive*.

## **D. Sumber Data**

Dalam kebanyakan penelitian ada dua sumber yang selalu atau dianggap sangat berperan penting dalam menghasilkan penelitian yang bisa dipertanggungjawabkan yaitu:

### **1. Sumber data primer**

Sumber data primer merupakan sumber awal di mana sebuah data didapat. Hal itu bisa diperoleh dengan melakukan wawancara secara langsung dengan informan penelitian. Adapun sumber data primer pada penelitian ini yaitu didapat dari wawancara dengan konten kreator akun Instagram @abuazzamtv yaitu Tega Pra Wibowo, konten kreator akun Instagram @salaf.alummah yaitu Adjie Satria, dan konten kreator akun Instagram @abu.adzkar yaitu Ahmad Harmaini.

### **2. Sumber data sekunder**

Sumber data sekunder merupakan sumber data kedua setelah sumber data primer. Sumber data sekunder bisa dikatakan sebagai data pelengkap atau pendukung terhadap data sekunder. Sumbernya cukup banyak bisa berupa bahan bacaan semisal jurnal, majalah, hasil penelitian, buku-buku dan informasi lainnya mengenai hal yang diteliti.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh dengan metode wawancara, yang melibatkan pertukaran pertanyaan dan tanggapan secara sistematis antara pewawancara dan orang yang diwawancarai dengan menggunakan pedoman wawancara. Karena jarak geografis yang jauh, peneliti memilih untuk melakukan wawancara dengan ketiga pembuat konten melalui Whatsapp, karena interaksi tatap muka langsung tidak memungkinkan. Penyelidikan berkaitan dengan pemeriksaan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

### F. Instrumen Pengumpulan Data

Ibnu Hajar menegaskan bahwa instrumen adalah alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data kuantitatif mengenai fluktuasi objektif atribut-atribut variabel (Alhamid & Anufia, 2019). Panduan wawancara digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penyelidikan ini. Struktur panduan wawancara adalah sebagai berikut:

Adapun pertanyaan seputar informasi konten kreator adalah:

1. Nama lengkap, nama panggilan, tempat tanggal lahir, SD, SMP, SMA, S1,
2. Alasan membuat akun dakwah sejarah lahirnya akun dakwah
3. Prestasi yang didapat setelah punya akun Instagram?
4. Akun-akun yg muncul dibawah binaan hasil dari instagram
5. adakah Komunitas yang pernah diikuti serta jabatannya?
6. Pernah kah akun ini berganti nama?
7. berapa rentan waktu untuk upload apakah ada patokan
8. Jenis-jenis kontennya

Adapun Pertanyaan tentang Analisis SWOT adalah:

1. Kekuatan (*Strength*)
  - a. Apa saja keuntungan atau keuntungan memiliki akun Instagram?
  - b. Apa yang membedakan akun Instagram Anda dengan akun Instagram lainnya?
  - c. Faktor apa saja yang bisa meningkatkan keunggulan akun Instagram Anda dibandingkan kompetitor?

- d. Apa saja hal yang dapat meningkatkan penyebaran akun Instagram Anda?
  - e. Apa manfaat akun Instagram Anda yang dirasakan dan dirasakan oleh pengikut?
  - f. Apa yang membedakan akun Instagram Anda dari yang lain?
2. Kelemahan (*Weakness*)
- a. Aspek apa dari akun Instagram Anda yang masih memerlukan perbaikan?
  - b. Hal apa saja yang harus dihindari oleh akun Instagram Anda?
  - c. Apa saja kelemahan yang diidentifikasi dan dialami pengikut sehubungan dengan akun Instagram Anda?
  - d. Keunggulan kompetitif apa yang tidak dimiliki akun Instagram Anda?
  - e. Unsur apa saja yang dapat menghambat penyebaran akun Instagram Anda?
  - f. Strategi apa yang diterapkan pesaing Anda untuk meningkatkan kualitas akun Instagram mereka dibandingkan akun Anda?
3. Peluang (*Opportunities*)
- a. Peluang ekspansi apa yang Anda impikan untuk akun Anda?
  - b. Tren saat ini manakah yang selaras dan melengkapi model akun Instagram Anda?
  - c. Segmen pasar mana yang dapat Anda fokuskan?
  - d. Apakah Anda memiliki masalah pasar tertentu yang ingin Anda pecahkan solusinya?
4. Ancaman (*Threats*)
- a. Tren baru manakah yang berpotensi menimbulkan risiko terhadap keamanan dan integritas akun Instagram Anda?
  - b. Apa tantangan saat ini yang menghambat kemajuan akun Instagram Anda?
  - c. Perkembangan atau kemajuan spesifik apa yang dicapai pesaing Anda di Instagram?

- d. Apakah ada kebijakan atau peraturan pemerintah yang berpotensi menghambat pertumbuhan akun Instagram Anda?

Adapun Pertanyaan tentang *Business Model Canva* adalah:

1. *Key Partnership* (Mitra Kunci)

adakah beberapa mitra yang diajak kerja sama dalam membangun akun Instagram dakwah anda?

2. *Key Activities* (Aktivitas kunci)

Apa saja kegiatan yang dilakukan dalam menjalankan dakwah diinstagram?

3. *Key Resources* (Sumber daya Utama)

Apa saja aset-aset penting yang menentukan keberhasilan pengoperasian dakwah diinstagram?

4. *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

Apa hal utama yang ditawarkan kepada *follower*?

5. *Customer Relationship* (Hubungan dengan Pelanggan/follower)

Apa yang dilakukan konten creator dalam menjalin hubungan dengan pelanggan/*follower* dan komunikasi yang baik?

6. *Channel* (Saluran)

Apa saja sarana yang digunakan untuk mempromosikan dakwah?

7. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Siapa saja target penyebaran dakwah di instagram?

8. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Apa saja komposisi pembiayaan operasional?

9. *Revenue Streams* (Aliran Dana Masuk)

Dari mana sumber pendapatan untuk keberlangsungan akun dakwah ini?

## G. Teknik Analisis Data

Proses analisis data kualitatif mencakup tiga metodologi utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data mengacu pada proses metodis dalam memilih, menyederhanakan, memadatkan, dan mengubah data yang belum diproses yang berasal dari catatan lapangan tertulis.

Proses ini terjadi sepanjang penelitian, dimulai sebelum pengumpulan data sebenarnya, sebagaimana ditunjukkan oleh kerangka konseptual penelitian, tantangan penelitian, dan pendekatan yang dipilih peneliti dalam pengumpulan data (Agusta, 2003). Berikut ini adalah metodologi yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini :

1. Membuat pedoman wawancara, yang berisi pertanyaan tentang data diri, data akun media sosial, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebagai konten kreator, serta pertanyaan dengan menggunakan bisnis model kanvas.
2. Mengirim pedoman wawancara kepada konten kreator melalui whatsapp dan menerima jawaban dari hasil wawancara baik pesan teks ataupun dengan pesan suara.
3. Menganalisis hasil wawancara menggunakan AnalisisSWOT dengan analisis internal dan eksternal.

#### **H. Teknik Pengecekan Keabsahan Data**

Keberhasilan data dalam penelitian kualitatif dapat dinilai dengan memeriksa kredibilitasnya (validitas internal), kemampuan transfer (validitas eksternal), ketergantungan (reliabilitas), dan konfirmabilitas (objektivitas). (sugiyono, 2022, p.364).

Untuk memverifikasi keakuratan data terkait "Analisis Strategi Konten Kreator Instagram dalam Meningkatkan Pesan Dakwah di Era Digital (Tinjauan Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman)," digunakan berbagai teknik. Teknik-teknik ini mencakup kredibilitas, transferabilitas, ketergantungan, dan konfirmabilitas. Spesifikasi masing-masing teknik diuraikan di bawah ini:

##### **1. Uji Kredibilitas**

Penelitian kualitatif dapat menilai keandalan data atau kepercayaan terhadap data penelitian melalui beberapa metode, seperti memperluas pengamatan, meningkatkan ketekunan penelitian, triangulasi, melakukan pembicaraan dengan rekan kerja, melakukan analisis kasus negatif, dan melakukan pengecekan anggota (sugiyono, 2022, p.365).

Namun, dalam penelitian ini hanya menggunakan dua cara yang dilakukan untuk menguji kepercayaan data hasil penelitian sebagai berikut:

a. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas mengacu pada proses verifikasi bukti dengan memeriksanya dari banyak sumber, menggunakan metode yang berbeda, dan pada titik waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode triangulasi tunggal yaitu triangulasi teknik.

1) Triangulasi Teknik

Strategi triangulasi untuk validasi data melibatkan perbandingan data dari banyak sumber dengan menggunakan metodologi yang beragam. Khususnya pemanfaatan metode observasi dan wawancara dengan individu pemberi informasi.

b. Mengadakan *Member Check*

Pengecekan anggota adalah prosedur di mana peneliti memverifikasi data yang telah mereka kumpulkan dari penyedia data untuk menentukan sejauh mana kesesuaiannya dengan informasi yang diberikan oleh penyedia data. Konsensus di antara sumber data mengenai data yang ditemukan menunjukkan validitasnya, sehingga meningkatkan kredibilitasnya. Pengecekan anggota dapat dilakukan setelah memperoleh suatu ketetapan atau kesimpulan (Sugiyono, 2022, p.371).

Pengecekan anggota dilakukan dalam penelitian ini melalui diskusi individu. Selama percakapan satu lawan satu, peneliti mengkomunikasikan hasilnya kepada setiap pembuatan konten. Selama percakapan ini, mungkin ada data yang dikurangi, ditambah, atau disepakati. Untuk memastikan konsensus mengenai data.

2. Uji Tranferabelitas

Uji transferabilitas dalam penelitian kuantitatif menguji validitas eksternal temuan. Validitas eksternal mengacu pada sejauh mana temuan penelitian secara akurat mewakili atau dapat diterapkan pada populasi yang lebih besar dari mana sampel diambil.

Nilai transfer ini berkaitan dengan sejauh mana temuan penelitian dapat digunakan atau dimanfaatkan dalam konteks yang berbeda. Dalam penelitian naturalistik, nilai transfer bergantung pada kemampuan pengguna untuk menerapkan temuan penelitian dalam banyak konteks dan situasi sosial. (Sugiyono, 2015, p.372)

Oleh karena itu, untuk memudahkan pemahaman dan memungkinkan penerapan praktis dari temuan penelitian kualitatif, peneliti telah dengan cermat menyusun laporan yang komprehensif, jelas, metodis, dan dapat diandalkan dalam laporan ini. Dengan menyajikan temuan penelitian ini secara lugas, pembaca akan memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang hasilnya. Hal ini akan memungkinkan mereka membuat penilaian berdasarkan informasi mengenai penerapan temuan ini dalam konteks lain.

Jika penerima laporan penelitian memperoleh pemahaman yang jelas tentang bagaimana suatu hasil penelitian dapat dilaksanakan (transferability), maka laporan tersebut memenuhi kriteria transferability.

### 3. Uji Dependabilitas

Ketergantungan dalam penelitian kuantitatif identik dengan reliabilitas. Suatu penelitian dikatakan dapat dipercaya apabila dapat berhasil direplikasi oleh orang lain. Uji ketergantungan dalam penelitian kualitatif melibatkan pelaksanaan audit komprehensif terhadap keseluruhan proses penelitian (Sugiyono, 2015, p.372).

Ketergantungan dalam penelitian ini dipastikan melalui keterlibatan auditor atau supervisor otonom yang melakukan audit terhadap seluruh aktivitas peneliti selama proses penelitian.

### 4. Uji Konfirmabilitas

Proses penilaian konfirmabilitas dalam penelitian kuantitatif disebut dengan uji objektivitas penelitian. Penelitian dianggap obyektif bila temuan penelitian telah mencapai konsensus di antara sejumlah besar individu. Uji konfirmabilitas dalam penelitian kualitatif dianalogikan dengan uji Dependabilitas, yang memungkinkan pelaksanaannya secara bersamaan.



Pengujian konfirmabilitas melibatkan verifikasi temuan penelitian sehubungan dengan proses yang dilakukan. Apabila temuan penelitian ditentukan oleh prosedur penelitian yang dilaksanakan, maka penelitian tersebut telah memenuhi kriteria Konfirmabilitas. (Sugiyono, 2015, p.373)

Dalam penelitian kualitatif ini uji Konfirmabilitas dan uji Dependabilitas dilakukan secara bersamaan oleh dosen pembimbing.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN