

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Objek dan Waktu Penelitian**

Pada penelitian kali ini yang menjadi obyek penelitian adalah, lembaga zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI). Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan September hingga Oktober 2022.

##### **a. Metode Penelitian**

Pada penelitian kali ini, digunakan metode kualitatif deskriptif dalam menggambarkan objek penelitian secara sistematis, faktual, dan cermat. Dalam metode ini juga, peneliti meneliti objek tidak diukur dengan data angka, melainkan dideskripsikan melalui sebuah analisis data.

Menurut Sugiyono (2019:18) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

Menurut Nazir (2014:43) metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Dari penjelasan di atas, maka pada laporan hasil penelitian ini akan banyak berisi data berupa naskah wawancara, kutipan hasil wawancara, catatan hasil observasi lapangan, foto, dan tangkapan layar dari video. Data diatas dimaksudkan agar bisa memberikan gambaran dari laporan penelitian tersebut melalui analisis data yang dilakukan.

Metode ini dilakukan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dari objek penelitian tanpa memberikan pengaruh kepada informan, agar peneliti mendapatkan data yang sesuai dengan apa yang ada di lapangan.

## b. Deskripsi Konsep

*Tabel 3. 1 Tabel Deskripsi Konsep*

Konsep	Deskripsi	Aspek yang digali
Islamic Branding Alserhan (2015, 235-236)	1. <i>Islamic brand by compliance</i>	1. Identitas merek 2. Penentuan posisi merek
	2. <i>Islamic brand by origin</i>	1. Ciri khas pelayanan/produk jasa yang Islami
	3. <i>Islamic brand by customer</i>	1. Target Market 2. Target <i>audience</i> di media sosial
Sosial Media Instagram Miles (2019,16- 37)	1. <i>Profile</i>	1. Isi informasi tentang pengguna akun 2. Tampilan <i>profile</i> 3. Akses ke sosial media lain
	2. <i>Feed</i>	1. Strategi Konten visual foto atau video 2. Isi pesan dari konten
	3. <i>Instagram Story</i>	1. Isi konten singkat di <i>story</i> 2. Penggunaan <i>story</i> 3. Penggunaan <i>Highlight</i>
	4. <i>IGTV</i>	1. Pemanfaatan fitur IGTV 2. Isi konten
	5. <i>Follow</i>	1. Fitur untuk meniguti akun Instagram 2. Banyak jumlah <i>followers</i> faktor dari <i>brand awareness</i> 3. Momentum atau latarbelakang bertambahnya <i>followers</i>
	6. <i>Like</i>	1. Faktor ketertarikan terhadap isi konten 2. Pemicu bertambahnya cumlah <i>like</i>
	7. <i>Comment</i>	1. Intensitas interaksi 2. Respon terhadap suatu konten

Konsep	Deskripsi	Aspek yang digali
	8. <i>Caption</i>	1. Informasi yang diberikan 2. Pola komunikasi yang dibangun

### c. Teknik Penentuan Informan

Pada penelitian kali ini dalam memilih informan untuk mengumpulkan data, informan tidak harus selalu mewakili seluruh objek penelitian, yang menjadi faktor utama dalam pemilihan informan pada penelitian ini adalah informan harus memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjelaskan keadaan yang sebenarnya dari objek penelitian. Selain itu pemilihan informan sebagai sumber data untuk penelitian ini harus merupakan subjek yang menguasai permasalahan yang ada dan tentunya juga bersedia untuk memberikan informasi yang akurat mengenai objek penelitian. Subjek yang memenuhi syarat yang sudah dijelaskan di atas akan dijadikan *key informan*.

Dalam penelitian ini yang akan menjadi *key informan* untuk diwawancarai adalah *team* dari bidang sosial media atau marketing komunikasi IZI. Pemilihan informan ini berkaitan dengan aktivitas *team* tersebut yang menangani langsung sosial media dari IZI dan memproduksi konten-konten yang didalamnya memuat prinsip dari komunikasi Islam. Dengan pemilihan *key informan* yang mengetahui langsung kondisi lapangan berikut permasalahannya diharapkan dapat membantu penelitian ini untuk mendapatkan data yang akurat,

*Tabel 3. 2 Narasumber IZI*

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1	Nurul Fitri Fauziah	Manager Marketing Communication	Sudah menjabat selama 7 tahun. Dan memiliki pengalaman di bidang Ilmu Komunikasi

2	Ajay Priatama	Staff Markom (Penanggung jawab sosial media IZI)	Bertanggung jawab untuk memanager sosial media IZI. Sudah menjabat selama 8 bulan
3	Fajar Abdilla	Staff Markom (bagian produksi konten grafis)	Bertanggung jawab memproduksi konten di IZI yang berkaitan dengan design. Sudah menjabat selama 3 tahun

#### d. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Sesuai dengan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif.

##### 1. Wawancara

Dalam mengumpulkan data, peneliti yang menggunakan metode penelitian kualitatif akan melakukan sebuah wawancara yang mendalam kepada narasumber untuk mengumpulkan informasi mengenai objek penelitian, yang nantinya akan dijadikan data untuk membantu berjalannya penelitian.

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa proses wawancara merupakan sebuah proses pertukaran informasi, yang dalam penelitian ini tentunya informasi yang didapat dari narasumber diharapkan mampu membantu penelitian ini untuk meninjau kembali peran dari *Islamic*

*branding* di sosial media Instagram IZI dalam meningkatkan *brand awareness*.

## **2. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan kegiatan penyimpanan, pengumpulan data, atau dokumen yang bertujuan untuk menunjang kegiatan penelitian. Dokumentasi dapat dilakukan dengan, pengambilan gambar atau foto dari objek penelitian, pengambilan tulisan atau artikel yang dimuat di media masa atau sosial media, serta pengambilan rekaman audio.

Dengan adanya dokumentasi ini tentunya akan membantu memperkuat data yang didapat dari proses wawancara dengan narasumber dan diharapkan akan memperlancar proses penelitian.

### **e. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2014).

Setelah proses pengumpulan data dilakukan, peneliti akan melakukan analisis terhadap data yang terkumpul. Dalam proses menganalisis data tentunya digunakan teknik analisis dengan tujuan, agar data yang di analisa dapat memberikan hasil yang akurat dan dapat bermanfaat bagi penelitian yang dilaksanakan, terutama untuk memecahkan permasalahan yang diangkat dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini maka analisis akan berfokus pada hasil dari wawancara berupa kalimat, *statement*, dan data dokumentasi lainnya. Berikut adalah tahap analisis data.

#### **1. Reduksi Data**

Proses reduksi data adalah sebuah proses penyuntingan data, seperti pemilihan kalimat, perubahan kata-kata kasar yang muncul ketika

dilakukannya kegiatan pengumpulan data dengan cara wawancara atau penulisan catatan yang diperoleh dari kegiatan dokumentasi. Dalam kegiatan wawancara atau dokumentasi, banyak informasi yang didapatkan. Kegiatan reduksi data diperlukan karena tidak semua informasi yang didapat mampu menunjang kegiatan penelitian yang dilaksanakan.

Menurut Sugiyono (2010: 338). Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

## **2. Penyajian Data**

Penyajian data adalah sebuah kegiatan dimana data yang sudah di peroleh dan diseleksi atau disunting, disusun atau disajikan secara jelas juga sistematis agar mudah untuk dimengerti dan dipelajari, sehingga mudah dalam pengambilan kesimpulan dalam sebuah penelitian.

Sebuah data yang disajikan dengan jelas dan sistematis dapat mempermudah peneliti untuk melakukan sebuah analisa terhadap suatu permasalahan yang datanya sudah dikumpulkan. Selain itu pada tahap ini peneliti secara tidak langsung juga melakukan kegiatan reduksi data.

Penyajian data yang dilakukan pada penelitian ini disesuaikan dengan metode penelitian, yaitu kualitatif. Menurut Amailes dan Huberman (Sugiyono, 2010: 341) yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks dan naratif.

## **3. Penarikan Kesimpulan**

Tahap berikutnya adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan data yang sudah terverifikasi. Pada tahap ini peneliti akan melakukan sebuah analisa dari data yang berhasil dikumpulkan. Setelah berhasil menganalisa maka akan ditarik sebuah kesimpulan. Kesimpulan tersebut akan diverifikasi dan diuji validitasnya. Apabila

kesimpulan sudah terbukti valid dan kuat maka bisa disimpulkan kesimpulan tersebut kredibel dan kuat untuk dijadikan acuan untuk penelitian.

#### **f. Uji Keabsahan Data**

Untuk menghindari kesalahan dari data yang telah dikumpulkan selama penelitian, dan agar data yang sudah diambil mampu dipertanggungjawabkan maka dibutuhkan dilakukannya pemeriksaan keabsahan data. Teknik yang digunakan untuk menguji keabsahan dari data yang telah dikumpulkan selama penelitian yaitu teknik triangulasi data.

Menurut Wiliam Wiersma (Sugiyono, 2016) Triangulasi data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.

Analisis triangulasi data adalah sebuah proses kegiatan pengecekan data melalui sumber-sumber lain untuk dibandingkan dengan data yang ada. Proses ini dilakukan untuk membuktikan kebenaran dari sebuah data secara empiris.

Membandingkan tingkat kepercayaan suatu informasi dari sumber yang berbeda. Contohnya, membandingkan informasi yang diberikan oleh narasumber dari proses wawancara dengan informasi yang di dapat dari wawancara namun bersumber dari narasumber umum.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari hasil wawancara dengan *key informan* yang sudah ditentukan. Data yang sudah didapat dari hasil wawancara dengan *key informan* akan ditinjau kembali dengan data dari hasil wawancara dengan narasumber yang bergerak di bidang sosial media di lembaga IZI. Serta didukung dengan melakukan pengamatan terhadap Instagram IZI, untuk melihat bagaimana peran dari *Islamic branding* yang ada di Instagram IZI untuk meningkatkan *brand awareness* dari *brand* tersebut. Dalam penelitian ini melibatkan satu narasumber yaitu sebagai berikut

***Tabel 3.2 Narasumber Triangulasi***

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Keterangan</b>
1	Dr. Sa'diyah El Adawiyah, M.Si	Narasumber ahli di bidang Ilmu Komunikasi	Sudah menulis beberapa jurnal terkait dengan Islamic Branding. Akademisi bidang Ilmu komunikasi di beberapa Universitas