

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengungkap dan memahami secara mendalam bagaimana komunikasi pemasaran dilakukan oleh KBIHU At-Taqwa Muhammadiyah dalam mempromosikan layanannya di Kota Padang. Pendekatan kualitatif dinilai tepat karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi makna, pesan, dan simbol komunikasi dalam konteks sosial, budaya, dan nilai-nilai keislaman melekat dalam praktik promosi (Miles & Huberman, 2014; Moleong, 2017).

Metode ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari narasumber, serta perilaku yang diamati secara langsung di lapangan. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis proses komunikasi pemasaran, mulai dari bentuk pesan, media yang digunakan, gaya komunikasi, hingga respons audiens.

Dengan demikian, metode kualitatif deskriptif sangat relevan untuk menjelaskan realitas sosial yang kompleks dan tidak dapat diukur secara kuantitatif, terutama dalam konteks komunikasi dan promosi berbasis dakwah serta budaya lokal (Creswell, 2016; Sugiyono, 2021). Penelitian ini bertujuan menggambarkan strategi komunikasi secara utuh dan memberikan pemahaman kritis terhadap dinamika promosi yang dilakukan oleh KBIHU At-Taqwa Muhammadiyah.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat, yang terletak di Jl. Pasar Raya II No. 54, RW.05, Kota Padang. Lokasi ini dipilih secara purposive dengan mempertimbangkan beberapa aspek strategis dan relevansi tematik dengan fokus penelitian. Masjid ini merupakan pusat aktivitas KBIHU At-Taqwa Muhammadiyah, yang secara aktif melaksanakan program bimbingan manasik haji dan promosi layanan kepada calon jamaah. Sebagai lembaga yang berafiliasi dengan ormas besar Muhammadiyah, KBIHU At-Taqwa dikenal memiliki jaringan, sistem pengelolaan, dan pendekatan komunikasi yang khas serta berbasis nilai-nilai Islam modernis.

Selain itu, pemilihan lokasi ini juga didasarkan pada intensitas kegiatan pemasaran keagamaan yang dilakukan, baik melalui media digital, pendekatan personal, maupun melalui komunitas jamaah tetap. Lokasi ini menjadi representasi yang ideal untuk mengkaji fenomena komunikasi pemasaran religius dalam konteks budaya lokal Minangkabau dan nilai-nilai Islam yang dianut Muhammadiyah. Dengan memilih lokasi ini, peneliti dapat menggali data yang relevan, autentik, dan mendalam terkait strategi komunikasi yang dijalankan oleh KBIHU dalam menjangkau masyarakat Muslim di Kota Padang.

C. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposive, yaitu dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung dan relevansi pengalaman mereka terhadap fokus kajian, yaitu komunikasi pemasaran KBIHU At-Taqwa Muhammadiyah di Kota Padang. Informan utama meliputi pengurus inti KBIHU At-Taqwa, seperti ketua, sekretaris, dan koordinator bidang promosi dan manasik, yang memiliki pengetahuan mendalam terkait strategi komunikasi yang digunakan dalam promosi layanan haji. Selain itu, calon jamaah haji yang mengikuti program manasik dan jamaah alumni juga dijadikan informan pendukung untuk memberikan perspektif dari sisi penerima informasi dan pengalaman pelayanan.

Pemilihan informan dilakukan hingga data yang diperoleh mencapai titik saturasi, yaitu tidak ditemukan lagi informasi baru yang signifikan. Teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) digunakan untuk menggali informasi secara terbuka, mendalam, dan kontekstual, agar mampu merekam dinamika strategi komunikasi yang dijalankan KBIHU dalam pendekatan dakwah sekaligus promosi.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat, mendalam, dan relevan dengan fokus penelitian mengenai komunikasi pemasaran KBIHU At-Taqwa Muhammadiyah di Kota Padang, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data berikut:

1. Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk menggali informasi secara mendalam dari informan kunci yang terlibat langsung dalam aktivitas pemasaran KBIHU. Peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur (in-depth interview), yang memungkinkan eksplorasi data berlangsung fleksibel dan terbuka. Jenis wawancara ini efektif untuk menggali persepsi, pengalaman, dan strategi komunikasi dari pengelola dan jamaah KBIHU. Wawancara dilakukan secara tatap muka kepada pimpinan dan staf KBIHU At-Taqwa Muhammadiyah Kota Padang, sehingga peneliti dapat memahami bagaimana praktik komunikasi pemasaran dilakukan (Moleong, 2019).

2. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung praktik komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh KBIHU, baik dalam kegiatan manasik, promosi, maupun interaksi dengan calon jamaah. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, yang memungkinkan keterlibatan aktif dalam kegiatan promosi. Hal ini bertujuan memperoleh data kontekstual dan faktual yang tidak bisa sepenuhnya dijangkau melalui wawancara (Hadi, 2004). Observasi ini membantu mengungkap pola komunikasi nyata yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan pemasaran.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder berupa arsip, brosur, laporan kegiatan, foto, serta media promosi lainnya yang digunakan oleh KBIHU. Teknik ini bertujuan melengkapi dan memperkuat data primer. Peneliti menelaah berbagai dokumen institusional guna mendapatkan informasi historis dan administratif yang menjelaskan strategi komunikasi pemasaran secara menyeluruh (Sugiyono, 2022). Dokumentasi memungkinkan peneliti melihat kontinuitas pesan promosi dan konsistensi identitas lembaga dalam materi-materi tertulis dan visual.

E. Kredibilitas Data

Untuk memastikan kredibilitas data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yakni membandingkan data dari berbagai sumber dan metode. Triangulasi dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi, sehingga hasilnya lebih objektif dan tidak bergantung pada satu sumber data saja. Teknik ini memperkuat validitas temuan, karena setiap informasi diuji melalui pendekatan berbeda namun saling melengkapi. Selain itu, keikutsertaan peneliti secara aktif dalam kegiatan KBIHU juga memungkinkan pemahaman konteks sosial yang lebih luas (Moleong, 2019; Sugiyono, 2022).

Kredibilitas juga diperkuat dengan teknik member check, yakni mengonfirmasi hasil temuan kepada para informan agar tidak terjadi kesalahan interpretasi. Data hasil wawancara dikembalikan kepada

responden untuk ditinjau kembali apakah sudah sesuai dengan apa yang mereka maksudkan. Selain itu, peneliti juga melakukan perpanjangan pengamatan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh stabil dan konsisten. Kegiatan ini penting agar hasil penelitian benar-benar mencerminkan realitas sosial di lapangan dan bukan asumsi subjektif peneliti (Moleong, 2019; Sugiyono, 2022).

F. Teknis Analisis Data

Miles dan Huberman (dalam Octaviani & Sutriani, 2019) menyatakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga tuntas sehingga data yang dihasilkan valid. Model ini dikenal sebagai *interactive model of data analysis*. Terdapat empat langkah utama dalam teknik ini, yaitu:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Tahap awal ini mencakup proses pengumpulan data lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data diperoleh dari berbagai sumber dan direkam melalui catatan lapangan, rekaman suara, atau dokumentasi visual. Tujuannya adalah untuk mendapatkan gambaran yang luas dan mendalam mengenai objek penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara sistematis agar informasi yang terkumpul relevan dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2017).

2. Reduksi Data (*Reduction*)

Reduksi data merupakan proses penyederhanaan, pemilihan, dan pemfokusan data mentah menjadi informasi yang signifikan. Peneliti

menyeleksi bagian-bagian data yang relevan dan mengabaikan informasi yang tidak terkait langsung dengan permasalahan penelitian. Proses ini membantu peneliti dalam mengorganisir data, mengidentifikasi tema, dan menyusun pola (Miles, Huberman & Saldana, 2014).

3. Penyajian Data (*Display*)

Penyajian data dilakukan dengan mengorganisasikan informasi yang telah direduksi dalam bentuk narasi, matriks, grafik, atau bagan. Tujuannya adalah untuk mempermudah peneliti memahami pola dan hubungan antarkomponen data. Penyajian data yang baik memungkinkan peneliti mengambil keputusan analitis lebih cepat dan akurat (Miles et al., 2014).

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Pada tahap ini, peneliti menyimpulkan temuan berdasarkan data yang telah dianalisis. Kesimpulan bersifat sementara dan akan dikaji ulang selama proses verifikasi berlangsung. Verifikasi dilakukan dengan menelusuri kembali data mentah untuk memastikan keabsahan dan konsistensi hasil. Langkah ini penting agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Miles et al., 2014).