

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena dakwah digital di TikTok secara mendalam, khususnya dalam menganalisis penerapan unsur retorika *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam konten dakwah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna, konteks, serta dinamika komunikasi yang terjadi dalam praktik dakwah digital secara lebih holistik.

Menurut Creswell (2014), penelitian kualitatif merupakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan, di mana peneliti menjadi instrumen kunci dalam proses pengumpulan dan analisis data. Dengan demikian, pendekatan ini sangat relevan digunakan untuk mengkaji fenomena komunikasi dakwah di media sosial yang bersifat dinamis, kontekstual, dan sarat makna simbolik.

Penelitian deskriptif kualitatif berfokus pada penggambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta karakteristik objek yang diteliti (Moleong, 2017). Dalam konteks ini, penelitian berupaya mendeskripsikan bagaimana strategi retorika digunakan oleh dai dalam menyampaikan pesan dakwah melalui platform TikTok. Selain itu, pendekatan deskriptif memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola-pola

komunikasi, gaya penyampaian, serta bentuk interaksi yang terjadi antara dai dan audiens.

Lebih lanjut, penelitian ini juga berupaya memahami konten dakwah sebagai bentuk teks komunikasi digital yang tidak hanya mengandung pesan verbal, tetapi juga unsur visual dan audiovisual. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa media sosial merupakan ruang produksi makna yang melibatkan simbol, narasi, dan representasi yang kompleks (Hine, 2015). Oleh karena itu, pendekatan kualitatif deskriptif dianggap tepat untuk menganalisis bagaimana pesan dakwah dikonstruksi, dikemas, dan didistribusikan dalam format video pendek di TikTok.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*) dengan pendekatan kualitatif. Analisis isi digunakan untuk mengkaji makna, pesan, serta struktur komunikasi yang terdapat dalam konten dakwah di platform TikTok. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana pesan dakwah dikonstruksi, disampaikan, dan dimaknai dalam konteks media digital.

Menurut Krippendorff (2018), analisis isi merupakan teknik penelitian yang digunakan untuk membuat inferensi yang valid dan dapat direplikasi dari data berdasarkan konteksnya. Dalam pendekatan kualitatif, analisis isi tidak hanya berfokus pada frekuensi kemunculan pesan, tetapi juga pada makna laten (*latent meaning*) yang terkandung dalam teks atau media. Lebih lanjut, analisis isi kualitatif memungkinkan peneliti untuk:

- a) Mengidentifikasi pola komunikasi yang digunakan dalam konten dakwah.
- b) Memahami makna pesan secara mendalam dalam konteks sosial dan keagamaan menganalisis penerapan unsur retorika (*ethos*, *pathos*, *logos*) dalam media digital. Dalam konteks penelitian ini, konten TikTok dipahami sebagai bentuk teks komunikasi multimodal, yang menggabungkan unsur visual, audio, dan teks. Oleh karena itu, analisis isi dilakukan secara interpretatif dengan mempertimbangkan keseluruhan elemen tersebut (Hine, 2015).

B. Objek Dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah konten dakwah yang dipublikasikan melalui platform TikTok. Konten tersebut meliputi video dakwah, narasi verbal, visualisasi, serta interaksi audiens dalam unggahan pada akun TikTok @kadamsidik00.

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah akun TikTok Husain Basyaiban, seorang dai muda dan konten kreator yang aktif menyebarkan dakwah Islam melalui platform TikTok dengan username @kadamsidik00.

C. Sumber Data Penelitian

1. Data primer

Data primer dalam penelitian ini merupakan data utama yang diperoleh langsung melalui pendekatan kualitatif deskriptif metode analisis isi model Klaus krippendorff, yaitu dengan mengamati dan menganalisis konten dakwah yang di unggah oleh Husein basyaiban pada akun-nya TikTok @kadamsidik00. Data primer ini berupa vidio dakwah, kutipan ceramah pendek, serta elemen visual dan verbal yang digunakan dalam penyampaian pesan dakwah.

2. Data skunder

Data Sekunder, Data sekunder merupakan data pelengkap yang berfungsi mendukung dan memperkuat temuan dari data primer. Data ini diperoleh melalui studi pustaka, yaitu dengan menelaah berbagai sumber tertulis seperti buku, artikel, jurnal, serta dokumentasi terkait dakwah digital dan teori retorika.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui teknik dokumentasi, teknik ini dilakukan dengan cara pengamatan melalui isi dari konten dakwah pada akun TikTok @kadamsidik00. Teknik ini menggunakan cara pengumpulan dokumentasi berbentuk tangkapan layar dengan tujuan sebagai bukti pengumpulan data (historis). Dalam pengumpulan data disini, peneliti mengawali dengan merubah bentuk konten vidio menjadi sebuah teks, melalui transkrip vidio serta menggunakan tangkapan layar

sebagai bukti konten. Dengan begitu peneliti dapat menganalisis penyajian retorika pada teks isi konten dakwah dari akun TikTok @kadamsidik00.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif deskriptif merujuk pada model Klaus Krippendorff. Krippendorff mengungkapkan bahwa analisis isi ini ialah, suatu teknik dalam penelitian yang dapat membuat inferensi yang direplikasi atau ditiru serta datanya sah dengan tetap memperhatikan konteksnya (Krippendorff, 1993).

Krippendorff menambahkan bahwa, analisis isi disebut sebagai teknik dalam penelitian yang membuat berbagai macam inferensi dengan mengidentifikasi melalui cara yang sistematis serta objektif karakteristik-karakteristik khusus pada sebuah teks (Krippendorff, 1993). Krippendorff, juga menyatakan bahwa terdapat enam langkah dalam menganalisis sebuah konten yakni, *Unitizing, Sampling, Recording or Coding, Reduksi, Inferring, and Narrating*.

Adapun tahap-tahap dalam analisis isi pada metode penelitian ini, menurut Krippendorff (2004) ada enam yakni:

1. Unitizing

Menurut Krippendorff, langkah pertama yang paling krusial dalam analisis isi adalah penentuan unit, yang dibagi menjadi dua konsep utama: *Unit of Analysis* dan *Unit of Context*.

- a. Unit analisis (unit Isi), Krippendorff menjelaskan bahwa unit analisis adalah satuan spesifik yang menjadi fokus pengkodean dan

penggolongan. Dalam penelitian ini, unit meliputi transkrip ucapan. Hal ini sesuai dengan pandangan krippendorff yang menegaskan bahwa isi komunikasi tidak terbatas pada kata-kata tertulis saja, tetapi mencakup segala bentuk symbol, gambar, dan perilaku komunikasi yang memiliki makna. Membedakan data verbal dan non verbal menurut krippendorff penting karena makna tidak hanya terletak pada apa yang dikatakan, tetapi juga bagaimana dan dalam bentuk apa pesan itu disampaikan.

- b. Unit konteks, krippendorff sangat menekankan bahwa teks tidak berbicara sendiri. Makna suatu pesan sangat bergantung pada konteks di mana pesan itu muncul. Ia mengingatkan agar peneliti tidak melepaskan pesan dari lingkungan sosial, budaya, atau medianya. konteks adalah penerapan langsung dari pemikiran Krippendorff. Tanpa mempertimbangkan konteks ini, analisis retorika hanya akan menjadi daftar kata-kata tanpa makna yang sebenarnya, karena pesan dakwah di TikTok memiliki karakteristik yang berbeda dengan pesan dakwah di buku atau mimbar masjid. Analisis isi harus memperhitungkan konteks di mana data berada, karena kontekslah yang memberikan makna pada teks tersebut (Krippendorff, 2018).

2. Sampling

Krippendorff mengemukakan bahwa dalam analisis isi, data seringkali berjumlah sangat besar dan tidak mungkin semuanya diteliti.

Oleh karena itu, diperlukan teknik pengambilan sampel yang tepat agar hasil penelitian tetap dapat digeneralisasi dan mewakili fenomena yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan sampel penelitian. Penggunaan metode Purposive Sampling (Sampel Bertujuan) dalam penelitian ini sejalan dengan perspektif teoritis dari Krippendorff. Dia berpendapat bahwa kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian harus diterapkan dalam pemilihan sampel jika tujuan penelitian adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena tertentu daripada hanya menghitung frekuensi secara statistik .

Pada tahap sampling, peneliti mengidentifikasi sebanyak 54 video yang diunggah oleh Husain Basyaiban melalui akun TikTok @kadamsidik00 selama periode Januari–Mei 2026, yang terdiri atas konten dakwah dan konten lainnya. Mengingat penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan berfokus pada analisis mendalam terhadap penggunaan retorika *ethos*, *pathos*, dan *logos*, seluruh populasi tidak dianalisis secara keseluruhan. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memilih data yang paling relevan dengan fokus penelitian. Pemilihan sampel didasarkan pada kesesuaian video dengan objek dan fokus penelitian, bentuk penyampaian pesan, kelengkapan materi yang dapat dianalisis, serta keberagaman tema dakwah.

Berdasarkan proses seleksi tersebut, diperoleh 12 video yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian:

- a. Video merupakan konten yang dipublikasikan secara resmi melalui akun TikTok @kadamsidik00 dan diunggah dalam periode Januari–Mei 2026.
- b. Video memuat penyampaian pesan keagamaan Islam secara substantif, baik berkaitan dengan akidah, ibadah/fiqih, akhlak, muamalah, maupun persoalan kehidupan yang dikaitkan dengan nilai-nilai Islam.
- c. Video menampilkan Husain Basyaiban sebagai komunikator utama yang menyampaikan pesan secara langsung melalui tuturan, dialog, penjelasan, cerita, atau bentuk komunikasi audiovisual lainnya sehingga memungkinkan identifikasi unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos*.
- d. Video memiliki materi atau tuturan yang cukup untuk dianalisis secara utuh, sehingga unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* dapat diidentifikasi berdasarkan isi dan cara penyampaiannya.
- e. Video yang dipilih mencakup variasi tema yang ditemukan dalam populasi, khususnya motivasi spiritual, problematika kehidupan remaja, dan tanya jawab fikih. Variasi tersebut digunakan untuk memperoleh data yang beragam dalam melihat penggunaan unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* pada konteks penyampaian pesan yang berbeda.

3. Pencatatan dan Pengumpulan Data (*Recording*)

Peneliti melakukan pengamatan mendalam berulang kali terhadap setiap video yang telah terpilih menjadi sampel. Seluruh data verbal dan non-verbal dicatat secara lengkap dan sistematis, kemudian ditranskripsikan ke dalam bentuk dokumen tertulis. Proses ini memastikan tidak ada detail pesan, baik kata-kata maupun isyarat visual, yang terlewatkan dalam analisis.

Data yang telah dicatat kemudian diklasifikasikan ke dalam Lembar Koding (*Coding Sheet*) berdasarkan kerangka teori retorika Aristoteles yang mencakup tiga dimensi utama:

- a. *Ethos*: Mengidentifikasi cara penutur membangun kredibilitas dan kepercayaan. Indikatornya meliputi: pengutipan ayat Al-Qur'an atau hadis, referensi ilmiah dan kutipan tokoh otoritatif. *Ethos* berfungsi sebagai dasar agar penutur dianggap kompeten dan berkarakter baik di mata audiens.
- b. *Pathos*: Mengidentifikasi pendekatan emosional yang digunakan untuk menyentuh perasaan penonton. Indikatornya: penggunaan diksi, metafora dan storytelling. *Pathos* bertujuan membangun keterlibatan emosional audiens terhadap pesan yang disampaikan.
- c. *Logos*: Mengidentifikasi kekuatan argumen dan penalaran logis. Indikatornya: argumentasi logis, penjelasan hubungan sebab-akibat, dan penggunaan analogi atau contoh nyata yang relevan, penyusunan urutan gagasan yang runtut, serta penawaran solusi

yang masuk akal dan sesuai pola pikir Generasi Z. *Logos* bertujuan meyakinkan audiens melalui kekuatan nalar dan bukti yang disampaikan.

4. Reduksi data

Pada tahap ini, data yang jumlahnya besar disederhanakan, dikelompokkan, dan diseleksi. Peneliti membuang data yang tidak relevan atau tidak berkaitan dengan unsur retorika, serta memfokuskan analisis pada pola, kecenderungan, atau dominasi gaya retorika yang muncul. Misalnya, mengidentifikasi apakah penutur lebih banyak mengandalkan pendekatan emosional (*pathos*) atau penalaran rasional (*logos*) dalam konten-konten tertentu. Tahap ini bertujuan mempertajam fokus penelitian agar tidak terganggu oleh informasi tambahan yang tidak mendukung jawaban atas masalah penelitian.

5. Penarikan inferensi

Analisis dilakukan secara kontekstual dan interpretatif. Peneliti tidak sekadar menghitung frekuensi kemunculan unsur retorika, tetapi menjelaskan makna dan alasan efektivitas penggunaan strategi tersebut. Temuan dikaitkan kembali dengan karakteristik media TikTok dan kebiasaan audiensnya, untuk menjawab mengapa gaya bahasa tertentu berhasil diterima dan berdampak. Tahap ini menjadi inti penelitian kualitatif, yaitu mengungkap makna tersembunyi di balik pesan yang tampak.

6. Penyajian Hasil

Hasil analisis disusun dan disajikan dalam bentuk deskripsi naratif yang lengkap dan terstruktur. Data pendukung berupa potongan transkrip, gambaran visual konten, serta hasil klasifikasi unsur retorika diuraikan secara mendalam. Penyajian ini bertujuan memaparkan secara rinci bagaimana strategi retorika diterapkan, bagaimana elemen-elemen tersebut saling melengkapi, serta bagaimana pesan agama dikemas agar efektif berkomunikasi di lingkungan media sosial

