

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mempergunakan pendekatan penelitian secara kualitatif yang bertujuan untuk mengumpulkan dan memperoleh data yang dijadikan bahan informasi secara lengkap terhadap strategi branding digital dalam membentuk citra positif lembaga pesantren untuk peningkatan jumlah santri. Melalui pendekatan ini, penulis berharap dapat memperoleh informasi-informasi yang ada secara lengkap, tepat, faktual dan mendalam supaya tujuan penelitian bisa tercapai.

Penelitian yang diterapkan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2016), pendekatan penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang didasarkan pada filosofi postpositivisme dan diterapkan untuk menyelidiki objek dalam keadaan alami. Dalam studi ini, peneliti bertindak sebagai instrumen utama, sementara teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi, yaitu kombinasi dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilaksanakan secara kualitatif atau induktif dengan lebih menekankan pada interpretasi data ketimbang generalisasi temuan penelitian.

Analisis ini menitik beratkan pada berbagai elemen yang terkait dengan kegiatan, sikap, perspektif, dan kejadian yang berlangsung secara langsung sebagai akibat dari pelaksanaan strategi *Digital Branding* di pesantren. Sebagai hasilnya, semua pertanyaan penelitian dan data yang dikumpulkan ditujukan untuk mencapai pemahaman yang lebih baik tentang topik yang diteliti.

Oleh karena itu, peneliti melakukan analisis atau kajian mendalam dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi *Digital Branding* pondok pesantren guna meningkatkan jumlah santri.

3.2 Ruang Lingkup Penelitian (Fokus Penelitian)

Ruang lingkup penelitian diartikan sebagai sebuah orientasi konsentrasi terhadap objek riset yang dilakukan. Dalam riset kualitatif, penentuan ruang lingkup lebih berdasarkan terhadap kebaruan informasi yang hendak didapatkan

dari kondisi sosial (lapangan). Ruang lingkup dalam penelitian kualitatif didapatkan sesudah penulis melaksanakan penelusuran secara umum. Oleh karena itu penulis dapat memperoleh ilustrasi umum secara menyeluruh yang masih pada tahap permukaan mengenai keadaan sosial (Sugiyono 2016, hlm. 287). Ruang lingkup dalam riset ini yaitu studi kasus. Penelitian berfokus pada satu kasus tertentu yaitu strategi *Digital Branding* di pondok pesantren Sabilul Huda. Studi kasus dipilih karena peneliti ingin menggali informasi secara mendalam mengenai perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi *Digital Branding* yang diterapkan oleh lembaga tersebut.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

3.3.1 Subjek Penelitian

Subjek didefinisikan sebagai total dan sifat-sifat yang dimiliki oleh populasi. Menurut Ica Rahmah (2016, hal. 60) Subjek penelitian adalah individu atau kelompok yang menjadi sumber utama untuk diamati dan berfungsi sebagai narasumber yang mengetahui serta memahami kondisi nyata di lokasi penelitian.

Dalam penelitian ini, sumber data diambil dengan menggunakan teknik *purposive*, yaitu berdasarkan tujuan tertentu dan pertimbangan. Pertimbangan tersebut adalah informasi dari narasumber yang dianggap memahami dan menguasai aspek yang dipertimbangkan oleh peneliti, yaitu informasi data yang diperlukan dan relevan dengan judul penelitian. *Purposive* adalah penemuan sumber data pada informasi yang diinformasikan, yang dipilih berdasarkan tujuan spesifik dan pertimbangan tersebut (Lexy J. Meleong 2016, hlm.157).

Melalui teknik *purposive* ini, subjek penelitian yang akan digunakan sebagai sumber informasi dalam studi ini adalah

- a) Ketua yayasan pondok pesantren sebagai penanggung jawab atas terlaksananya strategi *Digital Branding* di pondok pesantren Sabilul Huda Cicurug Ojo Kota Tasikmalaya.
- b) Tim Media yang berperan sebagai pengelola platform dalam strategi pemasaran digital brand pondok pesantren Sabilul Huda Cicurug Ojo Kota Tasikmalaya..

- c) Sekertaris yang bertugas mencatat masuk keluarnya atau jumlah santri di pondok pesantren Sabilul Huda.
- d) Santri Pondok Pesantren Sabilul Huda sebagai informan pendukung

Tabel 3.1**Subjek Data / Sampel Penelitian**

NO	Nama Pengelola dan Pengurus Santri	Pekerjaan	Kode Instrumen
1	KH. Haris	Pengasuh Umum Pesanren	DS
2	Utika Futami	Bidang Media	SH
3	Anisa Syarifah	Sekretaris	SK
4	Rizky	Santri Baru	SB
5	Sinta	Santri Baru	SP

(Sumber: Peneliti, 2025)

3.3.2 Objek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, objek dipahami sebagai situasi sosial yang terdiri dari tiga komponen, yaitu: tempat (place), pelaku (actors), dan aktivitas (activity) yang saling berinteraksi secara sinergis. Keadaan sosial tersebut dapat diidentifikasi sebagai subjek penelitian yang ingin dipelajari secara mendalam mengenai “apa yang terjadi” di dalamnya, namun subjek penelitian kualitatif juga dapat mencakup fenomena alam, hewan, tumbuhan, dan hal-hal serupa (Sugiyono 2016, hlm. 297)

Sebagai objek peneliti yang penulis teliti adalah strategi *Digital Branding* pondok pesantren Sabilul Huda yang mencakup perencanaan media digital yang digunakan bentuk konten, pelaksanaan promosi dan langkah-langkah branding yang dilakukan untuk memperkenalkan pesantren kepada masyarakat, dan mencakup data penerimaan santri, evaluasi dalam peningkatan jumlah pendaptar serta persepsi masyarakat terhadap citra pesantren. Diungkap untuk mengetahui strategi *Digital Branding* dalam meningkatkan jumlah santri di pondok pesantren Sabilul Huda.

3.4 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Di bawah ini dijelaskan dari setiap sumber data yang diperlukan

3.4.1 Sumber Primer

Sugiyono (2016, hlm 306) menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber informasi yang langsung menyuplai data kepada pengumpul data. Data atau informasi itu bisa didapatkan melalui wawancara dan observasi, sehingga data tersebut bisa diakses langsung dari pengurus media pondok pesantren Sabilul Huda serta ketua yayasan pondok pesantren Sabilul Huda.

3.4.2 Sumber Sekunder

Menurut Sugiyono (2016, hlm, 308) adalah sumber data yang tidak langsung yang memberikan data kepada pengumpul data, seperti lewat orang lain atau lewat dokumen. Sehingga dapat memberikan suatu pemahaman terkait dalam peran pengurus atau tim media dalam memberikan strategi *Digital Branding* dalam meningkatkan jumlah santri di pondok pesantren Sabilul Huda di Cicurug Ojo Kota Tasikmalaya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016, hlm. 306) merupakan fase terpenting dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mengumpulkan data. Tanpa pemahaman mengenai metode pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang sesuai dengan kriteria standar yang telah ditetapkan. Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang tepat, sah, dan dapat dipercaya. Cara pengumpulan data ini sangat penting untuk menjamin keakuratan suatu informasi dalam pelaksanaan kegiatan penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3.5.1 Observasi

Observasi adalah kegiatan mengamati dan mencatat secara terstruktur terhadap fenomena yang terlihat pada objek penelitian. Pada tahap pengamatan ini, peneliti melihat secara langsung di lapangan objek yang akan diteliti dan diamati.

Setelah pengamatan selesai, peneliti dapat menyusun hasilnya dalam bentuk tulisan menggunakan bahasa yang sesuai (Margono (2009, hal.158).

Metode observasi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif, di mana peneliti melakukan kunjungan untuk mengamati lokasi penelitian secara langsung guna mengumpulkan data mengenai strategi *Digital Branding* pondok pesantren dalam meningkatkan jumlah santri di PP. Sabilul Huda di Cicurug Ojo Kota Tasikmalaya.

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati tentang:

- a. posisi geografis dan keadaan lokasi penelitian yaitu PP.Sabilul Huda Kota Tasikmalaya
- b. Sarana dan prasarana yang membantu tercapainya visi dan misi PP.Sabilul Huda Kota Tasikmalaya
- c. Kegiatan yang ada di PP. Sabilul Huda Kota Tasikmalaya
- d. Strategi *Digital Branding* pesantren yang diterapkan di PP.Sabilul Huda Kota Tasikmalaya

3.5.2 Wawancara

Esterberg (2022) menyebutkan dalam Sugiyono (2016, hlm. 317) Wawancara adalah pertemuan antara dua individu untuk saling berbagi informasi dan gagasan melalui tanya jawab, yang memungkinkan terbangunnya makna pada suatu topik tertentu. Diskusi ini berlangsung antara dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan dari pewawancara.

Dalam metode wawancara ini, penelitian mengadakan wawancara semi terstruktur, di mana narasumber yang diwawancarai meliputi ketua yayasan, petugas multimedia, pengurus, serta santri pondok pesantren Sabilul Huda. Dengan penerapan metode wawancara semi terstruktur, peneliti dapat mengidentifikasi masalah secara lebih jelas dalam mengumpulkan data yang diperoleh. Wawancara dilakukan untuk mengungkapkan informasi yang sedang diteliti tentang bagaimana strategi *Digital Branding* di lembaga pesantren Sabilul Huda berkontribusi terhadap peningkatan jumlah santri.

3.5.3 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2016, hlm 329), hasil penelitian yang berasal dari observasi atau wawancara akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh pengalaman pribadi dari kehidupan masa kecil, di sekolah, di tempat kerja, di masyarakat, serta autobiografi. Temuan penelitian ini akan lebih kredibel jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik serta seni yang telah ada. Studi dokumentasi ini dimanfaatkan penulis untuk mengumpulkan data utama terkait bukti hipotesis yang diajukan secara logis dan rasional dengan menggunakan pendapat, teori, atau hukum-hukum yang ada, baik yang mendukung maupun yang membantu hipotesis tersebut.

Data yang akan peneliti kumpulkan adalah informasi yang berkaitan dengan penerapan strategi *Digital Branding* pesantren dan peningkatan jumlah santri di pondok pesantren Sabilul Huda Kota Tasikmalaya. Dokumentasi yang akan dikumpulkan oleh peneliti, yaitu:

- a. Kegiatan tim media pondok pesantren Sabilul Huda
- b. Kegiatan santri pondok pesantren Sabilul Huda
- c. Kegiatan wawancara penelitian.

3.5.4 Triangulasi

Dalam studi ini, peneliti menerapkan metode triangulasi untuk memverifikasi keakuratan data. Teknik triangulasi merupakan metode pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik dan sumber pengumpulan data yang sudah ada. Triangulasi yang diterapkan dalam penelitian mencakup triangulasi teknik, triangulasi sumber, dan triangulasi waktu. Berikut adalah penjelasan yang dimaksud:

- a) Triangulasi Teknik

Untuk mengukur kredibilitas yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang beragam tetapi dari sumber yang sama. Fenomena yang muncul dan berkembang di pondok pesantren Sabilul Huda tersebut dianalisis, dideskripsikan, dan disimpulkan. Oleh karena itu, data yang diperoleh bersifat tepat dan dapat dipertanggungjawabkan.

b) Triangulasi Sumber

Untuk menguji kredibilitas data, dilakukan dengan cara memperoleh data dari berbagai sumber tetapi menggunakan teknik yang serupa. Peneliti memanfaatkan hasil wawancara dengan pengelola atau pengurus, lalu membandingkannya dengan wawancara lain yang diperoleh dari informasi di pondok pesantren Sabilul Huda. Selanjutnya, melakukan verifikasi terhadap data tersebut dari berbagai sumber untuk memperoleh data yang akurat.

c) Triangulasi Waktu

Dilakukan melalui pemeriksaan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi atau metode lain dalam waktu dan kondisi berbeda yang dilakukan secara berulang hingga memperoleh kepastian datanya. Durasi yang dihabiskan dalam penelitian juga memengaruhi keabsahan suatu data. Dalam proses pengumpulan data, waktu yang dimanfaatkan peneliti adalah pada pagi dan siang hari. Tempat di mana informan dan peneliti tetap bersemangat dalam memberikan informasi.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan (1982) seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2016, hlm. 334) mengungkapkan bahwa analisis data ialah langkah mencari dan mengorganisir data yang didapat dari wawancara, catatan lapangan, serta sumber-sumber lainnya secara teratur. Agar mudah dimengerti, dan hasilnya dapat disampaikan kepada semua orang. Berikut adalah metode analisis data yang diterapkan oleh peneliti.

3.6.1 Data Reduction (Reduksi Data)

Dalam Sugiyono (2016, hal. 338) Milles dan Huberman menyatakan bahwa reduksi data mencakup merangkum, memilih elemen-elemen kunci, memusatkan perhatian pada aspek-aspek penting, mencari tema dan pola, serta menghilangkan unsur yang tidak diperlukan. Data yang diperoleh dari lapangan sangat banyak, sehingga perlu dicatat dengan cermat dan detail, oleh karenanya data yang telah disederhanakan akan memberi gambaran yang jelas dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data berikutnya.

3.6.2 *Data Display* (Penyajian Data)

Menurut Tarjo (2000, hal. Penyajian data adalah tahap kedua dalam penelitian yang perlu menganalisis proses pengurangan data untuk memahami inti. Penyampaian data yang berfokus pada ringkasan yang terstruktur dan sinopsis. Dengan menampilkan data, akan lebih mudah untuk memahami situasi yang terjadi sehingga dapat merencanakan langkah berikutnya berdasarkan pemahaman yang dimiliki peneliti.

Dalam Sugiyono (2016, hal. 341) Menurut Milles dan Huberman (1984), cara paling umum untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah melalui teks yang bersifat naratif. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan melalui ringkasan, diagram, keterkaitan antar kategori, diagram alur, dan bentuk lainnya. Penyajian data ini dimaksudkan untuk memudahkan pemahaman terhadap informasi sesuai kebutuhan peneliti mengenai strategi *Digital Branding* dalam meningkatkan jumlah santri di pondok pesantren, yang ditujukan untuk pengelola/pengurus pondok pesantren Sabilul Huda guna menggali informasi terkait penelitian yang telah disusun.

3.6.3 *Conclusion Drawing/Veriftcation*

Langkah ketiga dalam analisis data adalah membuat kesimpulan dan melakukan verifikasi. Sugiyono (2016, hlm. 345) menyatakan bahwa kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah penemuan baru yang sebelumnya tidak ada, penemuan tersebut dapat berbentuk deskripsi atau gambaran dari suatu objek yang sebelumnya masih samar atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Verifikasi data dilakukan untuk mengetahui data akhir dari semua permasalahan terkait strategi *Digital Branding* yang diterapkan pengurus pesantren dalam meningkatkan jumlah santri yang dapat dibuktikan sesuai dengan data dan permasalahannya. Semua yang dikumpulkan oleh peneliti akan menjadi jawaban dan penemuan baru yang merupakan hasil akhir dari penelitian tersebut.

3.7 Langkah-langkah Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini melibatkan urutan langkah dan aktivitas sebagai berikut:

- 1) Pada tahap ini, persiapan peneliti meliputi pencarian temuan fenomena yang ada serta penyusunan proposal yang mencakup rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan landasan teori dalam penelitian.
- 2) Pengumpulan data, pengumpulan data akan dilakukan saat peneliti berada di lapangan, pada tahap ini peneliti mengumpulkan data melalui observasi langsung, wawancara, dokumen, dan melakukan dokumentasi untuk memperkaya informasi penelitian.
- 3) Analisis data, pada fase ini peneliti memproses data yang telah diperoleh untuk menyajikan data, memverifikasi data, dan menarik kesimpulan dari hasil tahapan pengumpulan data
- 4) Penyusunan laporan hasil penelitian, pada tahap ini peneliti menyajikan laporan mengenai observasi, wawancara, dan dokumentasi agar menghasilkan laporan yang baik, teratur, dan sistematis.

3.8 Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini terletak di Pondok Pesantren Sabilul Huda yang ada di Cicurug Ojo Kota Tasikmalaya. Proses penelitian yang meliputi persiapan, pengamatan, fase, dan penulisan kesimpulan dalam laporan ini direncanakan akan dimulai dan dilaksanakan dari bulan September 2025 hingga Januari 2026.

