BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian ini berlandaskan pada pendekatan konstruktivisme, yang berpandangan bahwa realitas sosial dibentuk melalui interaksi dan pengalaman subjektif individu. Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme, yang beranggapan bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif dan universal, melainkan dibentuk melalui pengalaman, interaksi, dan interpretasi subjektif individu dalam konteks sosial tertentu. Paradigma ini sangat relevan untuk memahami praktik komunikasi publik karena menekankan bahwa makna merupakan hasil dari konstruksi sosial yang dilakukan oleh para pelaku komunikasi (Sugiyono, 2022).

Dalam konteks penelitian ini, konstruktivisme digunakan untuk memahami bagaimana humas Masjid Raya Al-Jabbar membangun pesan melalui media sosial Instagram, serta bagaimana pesan tersebut dimaknai oleh publik. Konten yang diproduksi oleh humas tidak secara otomatis membentuk citra, tetapi terlebih dahulu ditafsirkan oleh audiens berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan latar belakang masing-masing.

Oleh karena itu, citra masjid sebagai ruang publik baru dalam penelitian ini dipahami sebagai hasil dari proses konstruksi sosial yang melibatkan interaksi antara humas sebagai komunikator dan masyarakat sebagai penerima sekaligus penafsir pesan. Dengan demikian, penelitian ini tidak mencari kebenaran yang bersifat tunggal, melainkan berupaya memahami bagaimana makna dan citra tersebut dibentuk secara beragam melalui praktik komunikasi digital di Instagram.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian yang memberikan prosedur analisis dengan tidak memakai prosedur

analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya (Moleong, 2013). Penelitian kualitatif berdasarkan upaya menciptakan pandangan mereka yag diteliti secara rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain (Abdussamad, 2021).

Menurut (Sugiyono, 2022) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dan peneliti sendiri sebagai instrumen kuncinya, teknik pengumpulan data yang digunakan dengan tringulasi, data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis datanya bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena dan menemukan hipotesis.

Dari pemaparan di atas dapat dikatakan bahwa peneliti memilih pendekatan ini karena sesuai dengan fokus penelitian, yaitu untuk mengkaji dan menganalisis bagaimana humas memanfaatkan Instagram dalam membangun citra Masjid Raya Al-Jabbar sebagai ruang publik baru. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana makna. persepsi, serta pengalaman publik terbentuk melalui produksi dan pengelolaan konten, seperti visual, caption, dan bentuk publikasi lainnya, serta bagaimana interaksi digital seperti komentar dan respons audiens turut berperan dalam pembentukan citra tersebut.

3. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus tunggal *(single case study).* Peneliti memilih desain ini karena fokus penelitian menuntut pemahaman yang mendalam terhadap praktik komunikasi humas dalam memanfaatkan Instagram untuk membangun citra Masjid Raya Al-Jabbar sebagai ruang publik baru. Peneliti tidak hanya melihat aktivitas komunikasi yang dilakukan, tetapi juga mencoba memahami bagaimana makna sosial terbentuk melalui interaksi antara humas dan masyarakat di ruang digital (Yin, 2014).

Peneliti merujuk pada pemikiran Robert K. Yin yang menjelaskan bahwa studi kasus digunakan untuk mengkaji fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika fenomena dan konteksnya saling berkaitan. Peneliti menempatkan praktik komunikasi humas sebagai fenomena utama. Sementara itu, kondisi masyarakat digital, karakter media sosial, serta pola interaksi audiens menjadi konteks yang tidak dapat dipisahkan dari fenomena tersebut (Yin, 2014).

Penelitian ini menggunakan pertanyaan "bagaimana" dan "mengapa" sebagai arah analisis. Peneliti menggunakan pertanyaan "bagaimana" untuk menelusuri proses perencanaan, produksi, dan pengelolaan konten Instagram oleh humas. Peneliti menggunakan pertanyaan "mengapa" untuk memahami alasan, makna, serta proses sosial yang melatarbelakangi terbentuknya persepsi masyarakat terhadap Masjid Raya Al-Jabbar sebagai ruang publik baru. Pendekatan ini membantu peneliti tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menjelaskan proses yang terjadi di baliknya (Yin, 2014).

Penelitian ini berfokus pada satu kasus secara mendalam. Peneliti memilih Masjid Raya Al-Jabbar karena masjid ini menunjukkan praktik pemanfaatan Instagram yang aktif dalam membangun citra. Dalam kerangka Robert K. Yin, kasus ini dapat dipahami sebagai revelatory case, karena memberikan peluang untuk mengkaji fenomena yang masih terbatas dalam penelitian, khususnya terkait peran humas keagamaan dalam komunikasi digital.

Penelitian ini juga menetapkan batasan kasus secara jelas sebagai sebuah sistem yang terikat *(bounded system*). Peneliti membatasi lokasi penelitian pada Masjid Raya Al-Jabbar. Peneliti melibatkan humas sebagai pengelola komunikasi dan masyarakat sebagai audiens. Peneliti memfokuskan aktivitas pada praktik komunikasi melalui Instagram. Batasan ini membantu menjaga arah penelitian tetap fokus dan terkontrol.

Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk memperoleh gambaran yang utuh. Peneliti melakukan wawancara, observasi, dan

dokumentasi. Peneliti menggabungkan data dari berbagai sumber tersebut dan melakukan triangulasi untuk memastikan konsistensi informasi.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah praktik komunikasi humas dalam pemanfaatan Instagram. Peneliti mengkaji proses produksi dan penyajian konten, serta bagaimana audiens memaknai pesan yang disampaikan. Peneliti menempatkan interaksi antara humas dan masyarakat sebagai bagian penting dalam proses pembentukan citra.

Penelitian ini tidak bertujuan menghasilkan generalisasi statistik. Peneliti mengaitkan temuan empiris dengan teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann serta konsep citra dalam kajian public relations. Pendekatan ini membantu peneliti memahami bagaimana Instagram berperan sebagai ruang konstruksi sosial dalam pembentukan citra lembaga keagamaan.

Melalui desain *single case study*, peneliti berupaya menghasilkan temuan yang mendalam dan kontekstual. Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan peran komunikasi humas melalui Instagram dalam membangun citra Masjid Raya Al-Jabbar sebagai ruang publik baru di tengah masyarakat digital.

4. Metode Penelitian

1. Observasi

   Dalam penelitian kualitatif, observasi merupakan salah satu jenis teknik pengumpulan data yang banyak dilakukan. Secara umum, observasi merupakan aktivitas pengamatan terhadap objek dilapangan. Hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran realistis kepada peneliti tentang suatu perilaku atau kejadian yang berkaitan dengan aktivitas objek penelitian (Yin, 2014).

2. Wawancara

   Wawancara merupakan salah satu bentuk media evaluasi berjenis non-tes dan dilakukan melalui percakapan dan tanya jawab antara pewawancara dan informan/narasumber. Tujuan wawancara untuk memperoleh informasi secara langsung tentang situasi dan kondisi tertentu, melengkapi suatu

penyelidikan ilmilah, dan memperoleh data guna mempengaruhi situası atau pihak tertentu (Yin, 2014).

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2022).

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlangsung pada bulan April s/d Juni 2026. Lokasi penelitian yaitu di Masjid Raya Al-Jabbar.

C. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan dibulan April s/d Juni 2026 dengan jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan						
	Des	Jan	Feb	Maret	April	Mei	Jun
a. Penyusunan Proposal Penelitian	■						
b. Bab I, II dan III		■	■	■	■		
c. Pengumpulan Data					■		
d. Pengolahan Data						■	
e. Penyelesaian							■

D. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah aspek atau fenomena yang menjadi fokus utama dari penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada praktik komunikasi humas Masjid Raya Al-Jabbar dalam memanfaatkan media sosial Instagram. Peneliti ingin memahami bagaimana humas mengelola dan menyampaikan pesan melalui

konten digital, serta bagaimana komunikasi tersebut berperan dalam membangun citra masjid di kalangan masyarakat (Sugiyono, 2022).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji lebih dalam bagaimana komunikasi tersebut dirancang, diproduksi, dan dikelola melalui Instagram, termasuk bagaimana interaksi yang terjadi turut membentuk pemahaman publik. Selain itu, penelitian ini juga melihat bagaimana pesan yang disampaikan dimaknai oleh masyarakat, sehingga berkontribusi terhadap terbentuknya citra Masjid Raya Al-Jabbar sebagai ruang publik baru.

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan keterlibatan mereka dalam proses komunikasi yang berlangsung melalui media sosial Instagram yang dikelola oleh humas masjid. Fokusnya tidak hanya pada pihak yang memproduksi pesan, tetapi juga pada pihak yang menerima dan memaknainya, khususnya dalam kaitannya dengan pembentukan citra masjid sebagai ruang publik baru.

Tekniknya purposive sampling ialah teknik pengambilan sample sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya informan atau narasumber tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan atau mungkin sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti mengeksplor objek yang diteliti (Sugiyono, 2022).

Dalam penelitian ini, subjek dibagi ke dalam dua kelompok utama. Kelompok pertama adalah pihak internal, yaitu tim humas yang sekaligus mengelola akun Instagram masjid yang secara langsung terlibat dalam perencanaan, pembuatan, hingga publikasi konten. Mereka memiliki peran sebagai pembentuk awal pesan, sekaligus pihak yang menentukan bagaimana citra masjid direpresentasikan melalui pilihan visual, bahasa, dan narasi yang digunakan.

Kelompok kedua adalah pihak eksternal, yaitu masyarakat sebagai audiens. Namun, tidak semua masyarakat dijadikan subjek, melainkan dibatasi pada

mereka yang memiliki pengalaman dalam mengakses konten Instagram masjid. Kriteria tersebut mencakup individu yang mengikuti atau pernah mengakses akun Instagram, pernah melihat konten yang dipublikasikan, serta mampu memahami dan memberikan tanggapan atau kesan terhadap konten tersebut. Pembatasan ini dilakukan agar data yang diperoleh benar-benar mencerminkan proses pemaknaan terhadap pesan yang disampaikan melalui media sosial.

Penelitian ini tidak hanya berhenti pada bagaimana citra dibangun oleh humas, tetapi juga bagaimana citra tersebut dipahami oleh masyarakat. Pemilihan subjek dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan tingkat keterlibatan dalam pengelolaan maupun akses terhadap konten Instagram, serta kemampuan subjek dalam menjelaskan pengalaman dan persepsinya.

E. Informan Penelitian

Informan atau narasumber penelitian adalah individu yang diwawancarai dan dimintai keterangan karena dianggap memiliki pengetahuan, pemahaman, dan pengalaman langsung terhadap fenomena yang diteliti. Informan adalah orang yang diwawancarai, dimintai informasi oleh pewawancara, atau orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi ataupun fakta dari suatu objek penelitian (Sugiyono, 2022).

Dalam penelitian ini, informan dipilih secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengalaman langsung dan relevan dengan pemanfaatan media sosial Instagram oleh humas dalam membangun citra masjid sebagai ruang publik baru. Pemilihan informan tidak dilakukan secara acak, melainkan didasarkan pada sejauh mana mereka terlibat atau memiliki pengalaman dalam proses produksi maupun penerimaan pesan yang disampaikan melalui Instagram. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini Adalah :

Tabel 3. 2 Informan Penelitian

NO	Nama	Jabatan	Indikator
1.	Dr. Pitoyo, SS,SH,M.IKom	Ketua Humas – Head of Businesss Development TribunNetwork	Penanggung Jawab dalam Divisi Hubungan Masyarakat di Masjid Raya Al-Jabbra
2.	Dr. Encep Dulwahab, S.Sos., M.I.Kom.	Wakil Ketua Humas – Dosen Lektor Kepala Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Penanggung Jawab Harian Divisi Humas Masjid Raya Al-Jabbar
3.	Teni Nur Muhsy, S.Ak	Masyarakat	Masyarakat yang rutin berkegiatan dan aktif berinteraksi di instagram Masjid
4.	Ula Aulia Rahmat	Mahasiswa	Mahasiswa yang pernah jadi Volunteer di Masjid Raya Al-Jabbar

F. Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan informasi kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak humas dan masyarakat sebagai audiens Instagram masjid, serta melalui observasi terhadap aktivitas pengelolaan dan penyajian konten pada akun Instagram masjid (Sugiyono, 2022).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung dari sumber utama, melainkan melalui dokumen atau sumber pendukung lainnya. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang relevan, seperti dokumentasi terkait pengelolaan media sosial masjid, termasuk

arsip unggahan Instagram berupa foto, video, dan caption yang dipublikasikan oleh pihak humas (Sugiyono, 2022).

Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari literatur ilmiah, seperti buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan media sosial, humas, serta konstruksi citra, yang digunakan sebagai landasan teoritis dalam menganalisis temuan penelitian.

Dengan mengombinasikan data primer dan data sekunder, penelitian ini berupaya memahami secara lebih utuh bagaimana proses pemanfaatan Instagram dalam membangun citra masjid sebagai ruang publik baru, baik dari sisi pengelolaan konten smaupun representasi yang ditampilkan.

G. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengolah, menyusun, dan menafsirkan informasi yang di peroleh selama penelitian berlangsung. Dalam penelitian kualitatif Proses analisis data dilakukan sejak tahap pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan penelitian. Data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dianalisis agar peneliti dapat menemukan pola komunikasi yang muncul, serta membangun interpretasi terhadap fenomena yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan dua teknik analisis studi kasus menurut Yin, yaitu *pattern matching* dan *explanation building* (Yin, 2018).

1. Penjodohan Pola *(Pattern Matching)*

   Teknik ini dilakukan dengan mencocokkan pola yang diprediksi oleh teori *(predicted pattern)* dengan pola yang muncul dari data lapangan *(empirical pattern)* untuk memperkuat validitas temuan studi kasus. Dalam penelitian ini, pola yang digunakan mengacu pada tahapan konstruksi sosial Berger dan Luckmann, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Selanjutnya, data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dianalisis untuk mengidentifikasi kesesuaian antara aktivitas humas dalam mengelola Instagram dengan proses pembentukan makna sosial masyarakat terhadap Masjid Raya Al-Jabbar. Melalui pencocokan tersebut, peneliti dapat melihat

bagaimana publikasi konten oleh humas merepresentasikan tahap eksternalisasi, bagaimana representasi tersebut menjadi pemahaman bersama pada tahap objektivasi, serta bagaimana masyarakat menginternalisasi makna Masjid Raya Al-Jabbar sebagai ruang publik baru. Kesesuaian antara pola teoritis dan pola empiris tersebut menjadi dasar dalam menjelaskan proses konstruksi sosial yang terjadi melalui pemanfaatan Instagram oleh humas Masjid Raya Al-Jabbar.

2. Pembuatan Eksplanasi (*explanation building)*

   Teknik *explanation building* digunakan untuk membangun penjelasan secara sistematis mengenai bagaimana dan mengapa pemanfaatan Instagram oleh humas Masjid Raya Al-Jabbar dapat membentuk makna sosial di masyarakat. Menurut Yin, teknik ini dilakukan dengan menyusun penjelasan secara bertahap berdasarkan temuan empiris yang diperoleh selama penelitian, kemudian menghubungkannya dengan fokus dan proposisi penelitian. Dalam penelitian ini, *explanation building* digunakan untuk menjelaskan proses yang terjadi mulai dari perencanaan dan publikasi konten oleh humas, penyajian representasi aktivitas keagamaan, sosial, edukatif, dan fasilitas publik melalui Instagram, hingga munculnya pemaknaan masyarakat terhadap Masjid Raya Al-Jabbar.

   Melalui proses tersebut, peneliti membangun penjelasan mengenai bagaimana komunikasi yang dilakukan humas melalui Instagram dapat memengaruhi cara masyarakat memahami fungsi masjid serta mengapa masyarakat kemudian memaknai Masjid Raya Al-Jabbar tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai ruang publik baru yang terbuka, inklusif, dan relevan dengan kehidupan sosial masyarakat modern.

H. Kisi-kisi Penelitian

Tabel 3. 3 Kisi-kisi Penelitian

No	Pertanyaan Penelitian	Aspek yang Diteliti	Kriteria/Indikator	Sumber Data	Alat Pengumpul Data	Draft Item Pertanyaan / Panduan Wawancara
1.	Bagaimana strategi humas Masjid Raya Al-Jabbar dalam memanfaatkan Instagram sebagai media konstruksi sosial untuk membentuk makna sosial di kalangan masyarakat?	Tujuan Penggunaan Media sosial instagram (Eksternalisasi)	Fungsi Instagram, pesan utama, Persepsi yang dituju	Humas/Tim Media Sosial	Wawancara, Observasi	-Apa tujuan utama penggunaan Instagram dan masjid ingin dikenal seperti apa melalui media ini? -Bagaimana upaya yang dilakukan untuk menampilkan citra tersebut melalui konten?
		Interaksi audiens (Objektivasi)	Pola respon	Humas	Wawancara, Observasi, Dokumentasi	Bagaimana respon audiens terhadap konten yang dipublikasikan?
		Persepsi yang Terbentuk (Objektivasi)	Gambaran masjid di masyarakat	Humas	Wawancara	- Bagaimana masyarakat melihat masjid ini melalui Instagram?

						-Apakah terdapat kesan yang cenderung sama di kalangan audiens?
		Pemaknaan Audiens (internalisasi)	Pengalaman, perubahan pandangan	Audiens / Masyarakat	Wawancara	- Bagaimana pertama kali mengetahui Instagram masjid ini? - Apa kesan awal saat melihat kontennya? - Apakah ada perubahan pandangan setelah melihat beberapa konten? - Bagaimana memaknai masjid ini saat ini? - Bagaimana konten Instagram tersebut membentuk pemahaman Anda mengenai fungsi Masjid Raya Al-Jabbar?”
		Pengalaman dan keterlibatan Masyarakat (Internalisasi)	kunjungan, pengalaman	Audiens / Masyarakat	Wawancara, Dokumentasi	- Apakah pernah datang karena melihat konten tersebut? - Bagaimana pengalaman dilokasi dibandingkan dengan

						yang ditampilkan di Instagram?
2.	Bagaimana humas Masjid Raya Al-Jabbar mengelola dan menyusun konten Instagram dalam membangun citra masjid sebagai ruang publik baru di masyarakat?	Perencanaan dan Produksi Konten (Eksternalisasi)	Proses, tema, nilai, standar konten	Humas	Wawancara, Dokumentasi	- Bagaimana proses pembuatan konten Instagram dari awal hingga dipublikasikan? - Apa saja pertimbangan dalam menentukan tema dan pesan konten? - Bagaimana menentukan bahwa suatu konten sudah layak untuk dipublikasikan? - Apakah terdapat nilai atau pesan tertentu yang ingin ditampilkan dalam konten?
		Peran Humas (Eksternalisasi)	Pengambilan keputusan, koordinasi tim	Humas	Wawancara, Dokumentasi	- Bagaimana proses diskusi tim dalam menentukan konten? - Siapa yang memiliki keputusan akhir sebelum konten dipublikasikan?

Sumber: Olahan Peneliti (2026)