

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat dilakukannya penelitian ini adalah Depok, sebagai domisili peneliti dan dalam rentang waktu kurang lebih 3 bulan, dimulai dari bulan Mei hingga Juli.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian kualitatif (*qualitative research*) adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Penelitian kualitatif mempunyai dua tujuan utama, yaitu pertama, menggambarkan dan mengungkapkan (*to describe and explain*). (Sukmadinata, 2011)

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. (Straus & Corbin, 2013)

Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat atau kepercayaan orang yang diteliti dan kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka. Selain itu, suatu penelitian menggunakan kualitatif dikarenakan penelitian tersebut dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti, perilaku, persepsi, tindakan, dan lain-lain.

Ada beberapa alasan digunakannya pendekatan penelitian ini. Pertama, bahwa objek yang akan dikaji untuk diungkap maknanya adalah tanda visual (warna), lambang, simbol bahkan kode-kode yang ada di dalam iklan Marjan versi “Bangkitkan Harapan”.

Karena itu, menurut peneliti jenis penelitian kualitatif adalah jenis yang tepat untuk digunakan. Kedua, alasan dipilihnya model Roland Barthes, karena model inilah yang memberikan kejelasan ketika memaknai sebuah iklan dengan mendasarkan pada beberapa hal antara lain:

1. Penanda dan petanda.
2. Gambar atau visual (asosiasi warna).
3. Fenomena sosial.
4. Pemaknaan sajian minuman yang terhidang dalam acara tersebut.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, yaitu suatu penulisan yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari suatu objek yang diteliti, menurut keadaan yang sebenarnya pada saat penelitian berlangsung. Hal ini disebabkan karena penelitian yang dilakukan bersifat non-statistik dengan wawasan yang seluas-luasnya. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa tanda bukan berdasarkan angka atau statistik. Penelitian kualitatif memberikan gambaran suatu gejala sosial atau fenomena untuk menjelaskan secara mendalam apa yang terjadi. Metode penelitian deskriptif juga bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi, atau fenomena realitas sosial di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu. Format ini lebih tepat apabila digunakan untuk meneliti masalah-masalah yang membutuhkan studi mendalam, seperti permasalahan tingkah laku konsumen suatu produk, masalah-masalah efek media terhadap pandangan pemirsa terhadap suatu tayangan, permasalahan implementasi kebijakan publik, dan sebagainya. (Bungin, 2015)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sebuah data yang diinginkan tidak datang begitu saja. Kita harus berusaha untuk mendapatkannya. Maka dari itu, kita memerlukan Teknik pengumpulan data agar mempermudah kita mendapatkan data yang diperlukan. Data di sini terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama), sementara data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada.

Untuk mendapatkan iklan Marjan versi “Bangkitkan Harapan”, peneliti mendapatkan file dengan mengunduh dari internet. Iklan inilah yang kemudian akan dijadikan bahan untuk menganalisis penelitian ini.

Untuk melengkapi data penelitian, dipergunakan pula studi kepustakaan untuk mencari referensi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun untuk pelaksanaan penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara melakukan tanya jawab dengan narasumber mengenai pertanyaan yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Wawancara dalam penelitian kualitatif ataupun wawancara lainnya pada umumnya terdiri dari tiga bentuk, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi struktur dan wawancara tidak terstruktur. (Herdiansyah, 2013)

Dalam penelitian ini, bentuk wawancara yang akan digunakan adalah wawancara terstruktur, yaitu dengan pertanyaan-pertanyaan yang sudah disusun terlebih dahulu.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya. Observasi diklarifikasikan menjadi observasi partisipan, observasi terang-terangan dan tersamar, dan observasi yang tak berstruktur. (Sugiyono, 2016)

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati dan menganalisa iklan Marjan versi “Bangkitkan Harapan” yang ditayangkan melalui *Youtube*. Dengan mengobservasi iklan tersebut, peneliti dapat menganalisa pesan-pesan dan tanda-tanda yang terkandung dalam iklan tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya, catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, dan kebijakan. Dokumentasi yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. (Sugiyono, 2016)

Dokumentasi juga sebagai data pendukung yang memperkuat data primer yang didapat dari sumber data lainnya. Dalam penelitian ini, dokumentasi yang dilakukan adalah dengan mencari dan mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan iklan Marjan tersebut.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknis analisis data dengan menggunakan semiotika model Roland Barthes, seperti makna denotasi, makna konotasi, dan mitos yang digunakan untuk memahami makna yang terkandung dalam setiap *scene* pada iklan Marjan versi “Bangkitkan Harapan”. Barthes menyebut denotasi sebagai makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua, hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi.

Dengan kata lain denotasi adalah makna asli dari sebuah objek sedangkan konotasi adalah makna lain atau kiasan dari objek tersebut. Sedangkan mitos menurut Roland Barthes adalah keberadaan fisik tanda (denotasi) dan konsep mental (konotasi) untuk menjelaskan beberapa aspek dari sebuah realitas. Barthes menggunakan istilah denotasi dan konotasi untuk menunjukkan tingkatan-tingkatan makna, yang menarik mengenai semiotika Barthes adalah digunakannya mitos.

Mitos di sini mengacu pada hal-hal seperti, tanda, lambang, atau simbol yang mengacu pada sejarah, baik itu secara historis, cerita rakyat, maupun mitos turun-temurun.

1. Denotasi

Makna denotasi adalah makna tingkat pertama yang bersifat objektif (*first order*), yang dapat diberikan terhadap lambang-lambang, yakni dengan realitas atau gejala yang ditunjukkan. Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda, dan pada intinya disebut sebagai gambaran dari sebuah tanda. Denotasi juga merupakan makna kata atau kelompok kata yang didasarkan pada penunjukan yang lugas pada sesuatu di luar bahasa yang didasarkan konvensi tertentu secara objektif.

2. Konotasi

Dalam istilah yang digunakan Barthes, konotasi dipakai untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda dalam tatanan pertanda. Menurut Barthes, konotasi menggambarkan interaksi yang berlangsung pada saat tanda bertemu dengan emosi dari penggunaannya dan nilai-nilai kulturalnya. Konotasi bersifat ekspresif, lebih melibatkan pengalaman subyektif dan objektif. Pada analisis konotasi, tanda dimaknai menurut makna tambahannya (makna konotasi), makna konotatif meliputi aspek makna yang berkaitan dengan perasaan dan emosi, serta nilai-nilai kebudayaan dan ideologi.

3. Mitos

Mitos, yakni rujukan bersifat kultural (bersumber dari budaya yang ada) untuk menjelaskan gejala atau realitas yang ditunjukkan dengan lambang-lambang penjelasan mana yang notabene adalah makna konotatif dari lambang-lambang yang ada dengan mengacu sejarah. Dengan kata lain, mitos berfungsi sebagai deformasi dari lambang yang kemudian menghadirkan makna makan tertentu dengan berpijak pada nilai-nilai sejarah dan budaya masyarakat. (Barthes, 2016)

3.6 Uji Keabsahan Data

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan berbagai hal lain di luar data yang didapat untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Denzin (1978) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Triangulasi berarti ialah cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu penelitian sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain, bahwa dengan triangulasi, peneliti dapat memeriksa ulang temuannya dengan cara membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, penyidik, atau teori. (Moleong, 2017)

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi dengan teori. Triangulasi dengan teori, menurut Lincoln dan Guba (1981), berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Di pihak lain, Patton (2016) berpendapat lain, yaitu bahwa hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dinamakannya penjelasan banding (*rival explanation*). (Moleong, 2017)

3.7 Teknik Penentuan Informan

Informan sangat penting dalam suatu penelitian. Karena dari informan, kita bisa mendapatkan suatu informasi yang dapat melengkapi penelitian. *Purposive Sampling* adalah salah satu cara dalam menemukan informan dengan menentukan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, informan yang dibutuhkan adalah mereka yang mengerti mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini.

Kriteria-kriteria dalam menentukan informan tersebut adalah:

1. Berpengalaman di bidangnya.
2. Mengerti dan menguasai dengan jelas permasalahan yang ditanyakan.
3. Memiliki kredibilitas yang baik.
4. Dapat dipercaya.

Berdasarkan kriteria diatas, peneliti memutuskan untuk memilih narasumber sebagai berikut,

1. Narasumber 1, Rangga Wisesa, M.I.Kom., dengan alasan bahwa beliau merupakan orang yang berpengalaman dan menguasai bidang semiotika, terlebih beliau memiliki kredibilitas yang baik.
2. Narasumber 2, Velda Ardia, M.Si., dengan alasan bahwa beliau merupakan orang yang berpengalaman dan menguasai bidang semiotika, terlebih beliau memiliki kredibilitas yang baik. Beliau juga sering meneliti mengenai semiotika sehingga sangat paham dengan pembahasan.

3.8 Operasionalisasi Konsep

Definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik. (Sugiyono, 2016)

Sedangkan menurut Darmayanti (dalam Mushlihin, 2013), definisi operasional adalah rumusan tentang ruang lingkup dan ciri-ciri suatu konsep yang menjadi pokok pembahasan dan penelitian karya ilmiah. Jadi, dapat disimpulkan bahwa operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat variabel yang diamati. Operasional mencakup hal-hal penting dalam penelitian yang memerlukan penjelasan. Operasional bersifat spesifik, rinci, tegas dan pasti yang menggambarkan karakteristik variabel-variabel penelitian dan hal-hal yang dianggap penting.

Operasionalisasi konsep yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

KONSEP	DIMENSI	ASPEK YANG DIGALI
<p>Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam iklan Marjan versi “Bangkitkan Harapan”</p>	Makna Denotatif	<p>1. Non-Verbal</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Tokoh b. Latar c. Properti d. Aktivitas yang dilakukan, seperti aksi, kegiatan, interaksi dan lain-lain. <p>2. Verbal (kata-kata dalam iklan)</p>
	Makna Konotatif	<p>1. Non-Verbal</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Tokoh b. Latar c. Properti d. Aktivitas yang dilakukan, seperti aksi, kegiatan, interaksi dan lain-lain. <p>2. Verbal (kata-kata dalam iklan)</p>
	Mitos	<p>Bagaimana konsep dari cerita rakyat Dewi Sri diadaptasi dalam iklan Marjan guna menyampaikan pesan kepada khalayak.</p>