

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di kediaman penulis yang terletak di Tangerang Selatan dan narasumber yang berada di Jakarta Selatan. Hal ini dipilih karena subjek yang diteliti berupa iklan Flip, maka dapat dilakukan dengan cara mengetahui bagaimana iklan tersebut dapat merepresentasikan manusia modern. Sementara waktu penelitian dilakukan mulai dari bulan Desember 2021 dan diperkirakan berakhir pada bulan Mei 2022. Adapun waktu ini terikat pada objek dan situasi tertentu.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti berdasarkan data dan tujuan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan naturalistik untuk mencari dan menemukan pengertian atau pemahaman tentang fenomena dalam suatu latar yang berkonteks khusus. Dalam hal ini menurut Jane Richie konteks berupa dunia sosial dan perspektifnya dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia. Peneliti berinteraksi dengan material dokumentasi atau bahkan melakukan wawancara mendalam sehingga pernyataan-pernyataan yang spesifik dapat dilakukan pada konteks yang tepat untuk dianalisis.

Maka dari itu seorang peneliti harus memperhatikan sejumlah hal sebagai berikut :

1. Isi atau *content* tentang situasi sosial disekitar dokumen yang diriset.
2. Proses atau bagaimana suatu produksi/isi pesannya dikreasi secara actual dan diorganisasikan secara bersama.
3. *Emergence*, yakni pembentukan secara bertahap dari makna sebuah pesan melalui pemahaman dan interpretasi.

Jadi pendekatan kualitatif termasuk juga penelitian semiotika, bersifat sistematis, analisis tetapi tidak kaku seperti pendekatan kuantitatif. Alasan

peneliti memilih pendekatan kualitatif adalah karena sesuai dengan pembahasan penelitian yang berupa fenomenologi tentang manusia modern. Hal ini dilakukan dengan cara menganalisis *sign, object* dan *interpretant* yang terkandung dalam iklan Flip versi Ada Flip Buat Semua Transaksimu.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika, analisis semiotika bertujuan untuk menemukan makna tanda yang tersembunyi dibalik petanda iklan. Maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis makna tanda dan pesan yang merepresentasikan manusia modern dalam iklan Flip “Ada Flip Buat Semua Transaksimu”. Metode analisis semiotika sepenuhnya berdasarkan pada pemikiran umum yakni analisis semiotika Charles Sanders Peirce yaitu *sign, object*, dan *interpretant*.

3.4 Operasionalisasi Konsep

Untuk mempermudah proses penelitian, penentuan konsep digunakan sesuai dengan semiotika Charles Sanders Peirce pada tinjauan pustaka, berikut ini dijelaskan definisi dari apa yang perlu diamati dalam iklan kemudian disusun sebagai berikut :

Table 3. 1 Operasionalisasi Konsep

No	Konsep	Dimensi	Aspek Yang Digali
1.	Manusia Modern (Inkeles dalam (Suwarsono & Y.So, 2013))	1. Terbuka terhadap pengalaman baru	a.Selalu berkeinginan untuk mencari sesuatu yang baru b.Menerima hal baru dan terbuka untuk perubahan
		2. Memiliki sikap untuk semakin independen	a. Memiliki sikap untuk berdiri sendiri dan tidak terikat pada orang lain
		3. Percaya terhadap ilmu pengetahuan	a. Percaya akan kemampuannya untuk menundukkan alam semesta.

		4. Memiliki orientasi mobilitas dan ambisi hidup yang tinggi	a. Berkehendak untuk meniti tangga jenjang pekerjaan dan pendidikannya b. Memiliki motivasi untuk mewujudkan cita-cita
		5. Memiliki rencana jangka panjang	a. Merencanakan sesuatu jauh di depan b. Mengetahui apa yang akan dicapai di masa depan
		6. Aktif terlibat dalam percaturan politik	a. Bergabung dengan organisasi kekeluargaan b. Berpartisipasi aktif dalam urusan masyarakat lokal
2.	Semiotika Charles Sanders Peirce (Vera, Nawiroh 2014)	<i>Sign</i> (tanda)	a. Pesan Verbal b. Pesan Non Verbal c. Teks iklan dan gambar visual yang berisi pesan yang memiliki makna
		<i>Object</i>	Semua peristiwa yang ada dalam iklan Flip versi “Ada Flip Buat Semua Transaksimu” yang menjadi acuan utama, seperti para pemeran iklan, hal yang dilakukan dan pengisi suara.
		<i>Interpretant</i>	Semua hal dirujuk pada gambar mulai dari manusianya sebagai pelaku utama, tempat kegiatan yang sedang terjadi, dan ekspresi wajahnya.
3.	Representasi (Danesi dalam Shabrina, Iffah 2015)	Penggunaan tanda (gambar atau bunyi) untuk menghubungkan sesuatu yang dilihat indera dalam bentuk fisik tertentu.	a. Keterkaitan gambar visual pada iklan dengan teori b. Keterkaitan suara audio pada iklan dengan teori

3.5 Teknik Penentuan Informan

Pada penelitian kali ini, teknik penentuan informan yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*, yaitu informan menjadi sumber informasi yang mengetahui tentang penelitian yang akan diteliti. Dengan mempertimbangkan bahwa merekalah orang yang paling tahu tentang informasi penelitian, dipilih dengan sengaja dan pertimbangan yang matang. Informan yang dimaksud adalah informan yang terlibat langsung dalam lingkup penelitian atau informan yang mempunyai kemampuan serta mengerti tentang objek penelitian yaitu Representasi Manusia Modern dalam iklan Flip.

Adapun beberapa informan yang akan diwawancarai dalam penelitian ini yaitu Ibu Ichmi Yani Arinda sebagai pakar Sosiologi, Ibu Annisa Fakhira Wallad sebagai *Graphic Design* dan juga tambahan 2 informan lainnya guna sebagai sumber informasi lain yang akan digunakan sebagai data triangulasi di akhir penelitian

Table 3. 2 Daftar Informan

No	Nama	Jabatan/Status	Alasan Dipilih menjadi Informan
1.	Ichmi Yani Arinda Rh., M. Sosio	Dosen Prodi Sosiologi, Universitas Nasional	Mengetahui informasi mengenai manusia modern dalam bidang sosiologi
2.	Annisa Fakhira Wallad	<i>Graphic Design</i> di PT Rahasia Gadis Nusantara	Bertanggung jawab dengan pembuatan konten yang di Instagram

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data salah satu cara yang digunakan dalam metode penelitian untuk mencapai tujuan penelitian. Jika teknik pengumpulan data

tidak dikuasai maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang diinginkan sebagai penunjang penelitiannya.

Pengumpulan data dapat melibatkan terutama melalui pengamatan dan wawancara (Moleong, Lexy J 2017: 238). Untuk dapat menghasilkan sebuah data dalam penelitian, peneliti memerlukan data primer dan data sekunder :

1. Data Primer dapat didapatkan dengan mengumpulkan data dalam bentuk dokumentasi yaitu cuplikan beberapa *scene* dari iklan Flip versi Ada Flip Buat Semua Transaksimu
2. Data Sekunder yang diperoleh dari berbagai bentuk sumber bacaan dan studi kepustakaan, yaitu seperti referensi iklan Flip versi Ada Flip Buat Semua Transaksimu dari artikel di internet maupun buku yang relevan dengan penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika model Charles Sanders Peirce yaitu *sign*, *object*, dan *interpretant*. Tiga elemen ini digunakan untuk memahami representasi manusia modern dalam iklan yang terkandung di setiap *scene* iklan Flip versi Ada Flip Buat Semua Transaksimu. Peirce menyebutnya salah satu bentuk tanda (*sign*) adalah kata, dengan syarat yang bisa dipersepsi oleh panca indera maupun pikiran atau perasaan, dan berfungsi sebagai tanda (mewakili sesuatu yang lain). *Object* adalah sesuatu yang dirujuk tanda, bisa berupa materi yang tertangkap panca indera atau bisa juga yang bersifat mental atau imajiner. Kemudian *interpretant* adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk oleh sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang, maka muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut.

3.8 Uji Keabsahan Data

Hasil penelitian kualitatif sering diragukan kebenarannya karena beberapa hal, yakni subjektifitas peneliti, kelemahan wawancara dan observasi sebagai alat penelitian ketika dilakukan secara terbuka dan tanpa kontrol, serta sumber

data yang kurang kredibel akan mempengaruhi akurasi hasil penelitian. Oleh karena itu, penelitian kualitatif juga membutuhkan pemeriksaan keabsahan data.

Untuk keabsahan data didalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Model triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi dengan sumber mencoba untuk membandingkan dan mengecek kembali suatu informasi yang berbeda dalam metode kualitatif. Dilakukan dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. Teknik informan untuk triangulasi sumber menggunakan teknik *purposive*, yaitu informan ditunjuk langsung.