

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di media *YouTube* pada iklan *Joe Taslim X Fadhil Jaidi: "Siapakah Brand Ambassador Head & Shoulders Selanjutnya?"* Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan mulai dari bulan November 2022 sampai Januari 2023.

3.2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskripsif. Pendekatan deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai status gejala yang ada, yaitu gejala yang ada pada saat penelitian dilakukan. Penelitian deskriptif tidak bertujuan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan "apa adanya" tentang suatu variabel, gejala atau keadaan. Memang adaakalnya dalam penelitian deskriptif ingin juga membuktikan keadaan, tetapi hal ini tidak terlalu lazim terjadi. Secara umum penelitian tipe deksriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis (Suharsini, 2005).

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur kuantifikasi, perhitungan statistik, atau bentuk cara-cara lainnya yang menggunakan angka. Penelitian kualitatif prinsipnya untuk memahami obyek yang diteliti secara mendalam (Rukajat, 2018)

Penelitian kualitatif disebut juga dengan *interpretative research*, Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), serta lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif juga lebih mementingkan proses daripada hasil akhir. Oleh karena itu urutan kegiatan dapat berubah-ubah tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala-gejala yang ditemukan.

Tujuan utama yang menggunakan pendekatan kualitatif adalah pengertian, konsep-konsep, yang pada akhirnya menjadi teori. Tahap ini dikenal sebagai “*grounded theory research*” (Rukin, 2021)

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan deskriptif yang artinya data yang nantinya dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Hal ini disebabkan karena penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif.

a. Observasi

Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan (Semiawan, 2010). Proses observasi dimulai dengan mengidentifikasi, mentranskrip iklan, dan menelusuri jejak digital identitas produk tersebut. Setelah diidentifikasi, dilanjutkan dengan membuat pemetaan, sehingga diperoleh gambaran umum tentang sasaran penelitian.

Observasi yang dilakukan dengan cara melihat iklan media sosial YouTube pada *channel Head & Shoulders* pada iklan *Joe Taslim X Fadhil Jaidi*: “*Siapakah Brand Ambassador Head & Shoulders Selanjutnya?*”

Bagian-bagian iklan yang diobservasi adalah teks, gambar, visual, dan pesan moral.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode yang digunakan untuk mencari data-data otentik yang bersifat dokumentasi, baik data itu berupa catatan harian, memori atau catatan penting lainnya. Adapun yang dimaksud dengan dokumentasi disini adalah data atau dokumen yang tertulis (Sarlito, 2000). Data yang dianalisis adalah data dari hasil dokumentasi yang didapatkan dari data dan teks iklan Shampo Head & Shoulders.

3.4. Teknik Analisis Data dan Uji Keabsahan Data

A. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif yang dilakukan melalui analisa data, menemukan tanda, menemukan pola, dan menemukan hal yang penting untuk kemudian dituangkan melalui penjelasan berupa kalimat, yang meliputi proses pemaknaan.

Di dalam penelitian juga terdapat analisis deskriptif yang berfungsi untuk mendeskripsikan data penelitian. Adapun proses analisa data dilakukan melalui

1. Mengumpulan tangkapan layar berupa gambar dan teks, lalu selanjutnya juga mengumpulkan audio atau dialog pada *scene* iklan *Joe Taslim X Fadhil Jaidi: "Siapakah Brand Ambassador Head & Shoulders Selanjutnya?"*
2. Mendeskripsikan makna pesan dalam *scene* iklan *Joe Taslim X Fadhil Jaidi: "Siapakah Brand Ambassador Head & Shoulders Selanjutnya?"*
3. Kemudian data didefinisikan secara menyeluruh, lalu peneliti menarik kesimpulan. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan semiotika Charles Sanders Peirce mengenai makna pesan dalam iklan *Joe Taslim X Fadhil Jaidi: "Siapakah Brand Ambassador Head & Shoulders Selanjutnya?"*.

B. Uji Keabsahan Data

Dalam menguji keabsahan data, penulis menggunakan teknik triangulasi. (Suparno, 2008) Triangulasi adalah melihat sesuatu realitas dari berbagai sudut pandang atau prespektif, dari berbagai segi sehingga lebih kredibel dan akurat. Untuk membuat triangulasi, kita perlu mengkoleksi tipe data yang berbeda-beda, menggunakan sumber data berbeda, dalam waktu yang berbeda-beda pula, bahkan juga meminta bantuan orang lain untuk meneliti dan mencatat data.

Dalam buku (Denzim.K, Norman. Lincoln, 2009) mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Sampai saat ini, konsep Denkin ini dipakai oleh para peneliti kualitatif di berbagai bidang. Menurutnya, triangulasi meliputi empat hal, yaitu: (1) triangulasi metode, (2) triangulasi antar-peneliti (jika penelitian dilakukan dengan kelompok), (3) triangulasi sumber data, dan (4) triangulasi teori. Berikut penjelasannya :

1. Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berdeda. Sebagaimana dikenal, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, obervasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Atau, peneliti menggunakan wawancara dan obervasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya. Dengan demikian, jika data itu sudah jelas, misalnya berupa teks atau naskah/transkrip film, novel dan sejenisnya, triangulasi tidak perlu dilakukan. Namun demikian, triangulasi aspek lainnya tetap dilakukan.
2. Triangulasi antar-peneliti dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Teknik ini diakui memperkaya khasanah pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penelitian.

Tetapi perlu diperhatikan bahwa orang yang diajak menggali data itu harus yang telah memiliki pengalaman penelitian dan bebas dari konflik kepentingan agar tidak justru merugikan peneliti dan melahirkan bias baru dari triangulasi.

3. Triangulasi sumber adalah menggali kebenaran informai tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.
4. Terakhir adalah triangulasi teori. Hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau *thesis statement*. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan peneliti mampu menggali pengetahuan teoretik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh. Diakui tahap ini paling sulit sebab peneliti dituntut memiliki *expert judgement* ketika membandingkan temuannya dengan perspektif tertentu, lebih-lebih jika perbandingannya menunjukkan hasil yang jauh beda.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Triangulasi sumber (*trianguasi data*). Merujuk pada upaya penulis untuk mengakses sumber-sumber yang lebih bervariasi guna memperoleh data berkenaan dengan

persoalan yang sama, hal ini peneliti bermaksud mengkaji data yang diperoleh dari satu sumber (untuk dibandingkan) dengan data dari sumber lain. Adapun sumber-sumber keabsahan data peneliti, adalah sebagai berikut:

1. Iklan *Joe Taslim X Fadhil Jaidi*: “*Siapakah Brand Ambassador Head & Shoulders Selanjutnya?*” yang diunduh dari *chanel* YouTube *Head & Shoulders*
2. Capture iklan yang merupakan olahan peneliti.
3. Data dari buku, jurnal, artikel, skripsi terdahulu, *YouTube* dan internet.
4. Komentar-komentar dari viewer iklan YouTube *Joe Taslim X Fadhil Jaidi*: “*Siapakah Brand Ambassador Head & Shoulders Selanjutnya?*”