

## **BAB 3**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan melalui media YouTube iklan Nike versi "Play New", serta dilakukan mulai dari bulan Maret 2023 sampai dengan bulan Juli 2023.

#### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Dalam bukunya (Feny, Wasil dan Sri 2022 : 91) bahwa penelitian kualitatif ini sebagai rancangan penelitian yang berkembang selama proses penelitian yang ditujukan untuk memahami, mencari makna dibalik data, menemukan kebenaran, baik kebenaran empiris sensual dan empiris logis. Karakteristik penelitian kualitatif adalah subjek yang diteliti, data yang dikumpulkan, sumber data yang dibutuhkan dan alat pengumpul data bisa berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan peneliti, yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme menurut Feny, Wasil dan Sri (2022 : 90) yang beranggapan bahwa realita memiliki dimensi jamak dan interaktif. Dapat pula diartikan sebagai upaya pertukaran pengalaman sosial yang dapat didefinisikan lewat hasil penelitian. Pembentukan pengetahuan menurut konstruktivisme memandang subyek aktif menciptakan struktur- struktur kognitif dalam interaksinya dengan lingkungan. Dengan bantuan struktur kognitifnya ini, nantinya akan disusun pengertian realitasnya. Interaksi kognitif akan terjadi sejauh realitasnya

tersebut disusun melalui struktur kognitif yang diciptakan oleh subyek itu sendiri.

Menurut Kriyantono (2022) ada dua sifat paradigma, yaitu bersifat membatasi pandangan kita dan selektif. Artinya, perilaku orang ditentukan oleh paradigmanya tentang realitas. Berdasarkan paradigma itu, dia memperhatikan, menginterpretasi, dan memahami stimuli dari realitas yang ditemui serta mengabaikan stimuli lainnya, lalu berperilaku berdasarkan pemahamannya lewat paradigma itu. Jadi, realitas yang kita tangkap dan tafsirkan bukanlah realitas yang utuh, melainkan realitas yang telah kita pilih beberapa aspek tertentu saja yang kita anggap menarik dan penting sehingga membatasi perilaku kita sesuai pilihan paradigma kita.

Munanjar & Qona'ah (2021:109) mengungkapkan bahwa teori konstruktivisme adalah pandangan yang melihat bahwa kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif, Konstruktivisme mengacu pada studi tentang bagaimana struktur mental manusia diskonstruksi dari waktu ke waktu dan bagaimana jaringan neural yang sebelumnya dilatih untuk menjalankan tindakan simbolik tertentu menjadi kondisi bagi Tindakan selanjutnya. Paradigma konstruktivis ini memiliki pandangan bahwa kenyataan itu dibentuk dari manusia itu sendiri atau hasil konstruksi, dan bersifat ganda, dapat dibentuk, dan merupakan satu keutuhan. Kenyataan ada sebagai hasil bentukan dari kemampuan berpikir seseorang yang dalam penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan kebenaran dari suatu realitas sosial yang merupakan hasil dari konstruksi sosial yang digambarkan melalui sebuah Iklan Nike versi "*Play New*".

### **3.3 Metode Penelitian**

Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure untuk mengetahui makna pesan motivasi melalui Penanda dan Petanda pada iklan Nike versi "*Play New*".

Alasan peneliti menggunakan metode penelitian ini bertujuan untuk menganalisis petanda dan penanda dalam iklan ini agar dapat dimaknai

sehingga dapat merepresentasikan makna pesan motivasi yang disampaikan dengan tatanan penandaan Ferdinand De Saussure. Yang menjelaskan bahwasanya dalam tanda memiliki unsur yang saling berhubungan yaitu penanda dan petanda yang dihubungkan dengan realitas eksternal yang ada pada konstruksi realitas yang dibangun dalam iklan Nike versi "*Play New*"

### 3.4 Definisi Operasional

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Konsep**

KONSEP	DIMENSI	ASPEK YANG DIGALI
Semiotika Ferdinand De Saussure  (Vera, 2015, hal 18)	Penanda (Signifier)	1. Non-Verbal (Gambar, Suara & Kinesics) 2. Verbal (Narasi & Text)
	Petanda (Signified)	1. Non-Verbal (Gambar, Suara & Kinesics) 2. Verbal (Narasi & Text)

Operasional konsep ini berguna agar hal yang ingin dianalisis menjadi terstruktur. Dalam konsep penelitian ini yang akan dilakukan yakni mencari makna pesan motivasi dalam iklan Nike versi "*Play New*".

### 3.5 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 sumber asli dalam hal ini berupa video iklan Nike versi "*Play New*"), sementara data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti melalui studi

kepuustakaan dari sumber yang sudah ada seperti, e-book, jurnal online, artikel maupun literatur yang lainnya.

Untuk mendapatkan Makna pesan motivasi pada iklan Nike versi "*Play New*", peneliti mendapatkan file dengan mengunduh dari internet. Iklan inilah yang kemudian akan dijadikan bahan untuk menganalisis penelitian ini.

Untuk melengkapi data penelitian, Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka



Melalui catatan peristiwa yang sudah berlalu, Dokumen bisa berupa catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, dan kebijakan. Dokumentasi yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain (Sugiyono, 2016), 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 Nike tersebut. melalui pencarian literatur-literatur dari beberapa buku pendukung yang berhubungan dengan ilmu komunikasi, iklan dan semiotika untuk mencari informasi yang penting. Selain itu data-data juga diperoleh dari kamus, internet dan penelitian-penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian dan relevan untuk digunakan dalam penelitian ini.

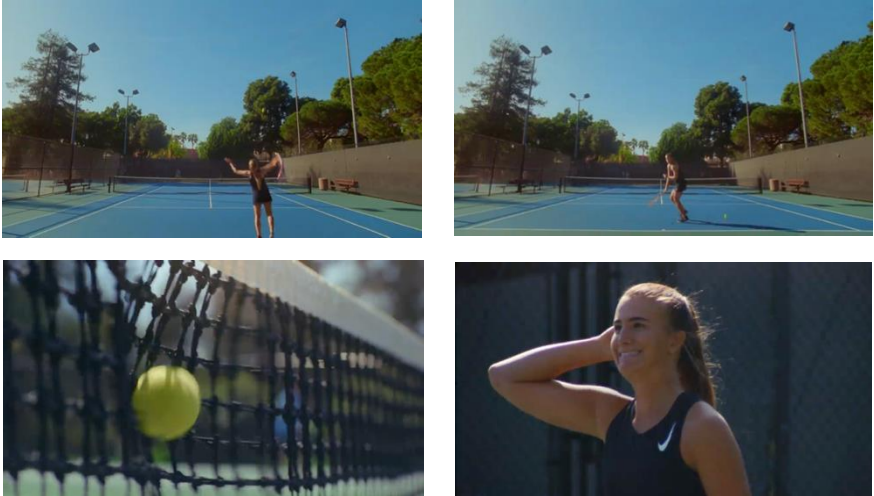

### 3.6 Unit Analisis


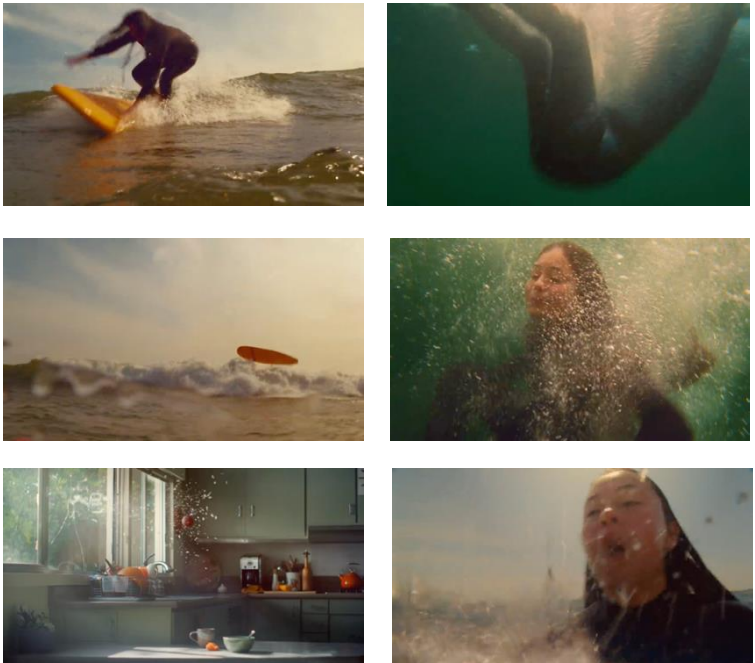
Unit analisis penelitian ini berupa tanda-tanda verbal dan nonverbal yang diambil dari scene-scene pada tayangan iklan Nike versi "*Play New*" di media online Youtube. Iklan tersebut menggunakan audio dan visual yang mencerminkan atau mengandung suatu unsur motivasi dalam pesannya, Peneliti mengumpulkan data unit analisis dengan menangkap layar dari scene-scene yang memiliki penanda dominan yang terdapat pada iklan Nike Versi "*Play New*" lalu akan dianalisa. lalu peneliti akan mendeskripsikan unit yang ditangkap dan dianalisa lebih dalam berdasarkan pada apa yang telah dipelajari

oleh peneliti menggunakan teori dan data pendukung lainnya, seperti sumber-sumber literasi sebagai fakta yang menguatkan peneliti pada penelitian ini lalu, peneliti membandingkan dan memadukan hasil temuan dengan data dan argumentasi lalu melakukan interpretasi secara keseluruhan.

**Tabel 3. 2 Unit Analisis Iklan Nike Versi “Play New”**



No	Informasi Penanda Waktu & Capture Iklan Nike “Play New”
1	<p>Scene : 1 Shot : 1,2,3 Durasi : 00;00 – 00;08</p> 
2.	<p>Scene : 2 Shot : 1 Durasi : 00;08 – 00;12</p> 

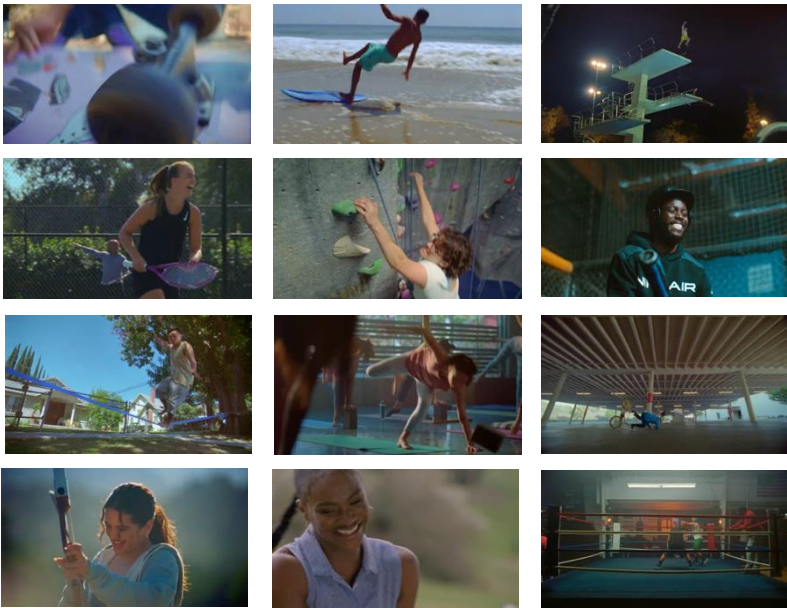

No	Informasi Penanda Waktu & Capture Iklan Nike "Play New"
3.	<p data-bbox="448 450 703 539">Scene : 3 Shot : 2,4,5 Durasi : 00;08 – 00;12</p> 
4.	<p data-bbox="448 1137 703 1227">Scene : 4 Shot : 1,2 Durasi : 00;17 – 00;19</p> 

No	Informasi Penanda Waktu & Capture Iklan Nike "Play New"
5.	<p>Scene : 5 Shot : 2,3,4 Durasi : 00;20 – 00;24</p> 
6.	<p>Scene : 2 Shot : 1 Durasi : 00;24 – 00;29</p> 

No	Informasi Penanda Waktu & Capture Iklan Nike "Play New"
7.	<p>Scene : 7            Shot : 1,2,3,4            Durasi : 00;32 – 00;35</p> 
8.	<p>Scene : 8            Shot : 1,2,3,4,5,6            Durasi : 00;36 – 00;40</p> 



No	Informasi Penanda Waktu & Capture Iklan Nike "Play New"
9.	<p data-bbox="448 450 703 539"> <b>Scene : 9</b>  <b>Shot : 1,2,3,4</b>  <b>Durasi : 00;41 – 00;44</b> </p> <div data-bbox="496 577 1295 1025">  </div>
10.	<p data-bbox="448 1111 703 1200"> <b>Scene : 10</b>  <b>Shot : 1,2,3</b>  <b>Durasi : 00;44 – 00;46</b> </p> <div data-bbox="496 1238 1302 1704">  </div>

No	Informasi Penanda Waktu & Capture Iklan Nike "Play New"
11.	<p>Scene : 11 Shot : Montage Durasi : 00;46 – 00;55</p> 
12	<p>Scene : 12 Shot : 1,2 Durasi : 00;55 – 01;00</p> 

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teori semiotika Ferdinand De Saussure untuk mengetahui Penanda dan Petanda untuk menemukan makna motivasi yang ada pada pesan iklan Nike versi "Play New".

Menurut Sugiyono (2016: 335) analisis data merupakan proses dalam mencari dan menyusun secara sistematis setiap data yang didapat baik melalui hasil wawancara, catatan di lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data berdasarkan kategori, menjabarkannya kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola-pola, memilih mana yang perlu dan penting untuk dipelajari, dan membuat kesimpulan agar lebih mudah untuk dipahami baik untuk diri sendiri ataupun orang lain.

Di penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman seperti yang dikutip oleh Sugiyono (2016:337) dengan tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi Data : Menurut Sugiyono (2016:338) reduksi data artinya meringkas, memilih hal yang pokok, fokus pada hal yang penting, mencari tema dan polanya dan selanjutnya membuang yang tidak diperlukan. Dalam hal ini peneliti sudah mereduksi data dari awal yaitu pada saat memilih dan menentukan waktu dan lokasi penelitian, menentukan rumusan masalah serta fokus penelitian, memilih teori yang sesuai, membuat kerangka fikir, serta dilakukan pada saat pengumpulan data seperti memilih informan, menyusun daftar pertanyaan dan lain sebagainya.
2. Penyajian Data : (Data Display) di dalam penelitian jenis kualitatif penyajian data bisa dijabarkan dalam bentuk bagan, uraian yang singkat, hubungan antar kategori dan tabel ataupun yang sejenis. Tetapi yang umum digunakan adalah dalam bentuk teks naratif (Sugiyono, 2016: 341).
3. Tahap penarikan kesimpulan dilakukan setelah melalui tahap penyajian data dan tahap ini dilakukan berulang ulang. Tahap ini akan mencoba menyimpulkan makna sebuah pesan motivasi yang ada dalam iklan Nike versi "Play New".

### **3.7 Uji Keabsahan Data**

Menurut (Suswanto & Setiawati, 2020) Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif adalah salah satu bagian yang sangat penting untuk mengetahui derajat kepercayaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan

dengan menggunakan teknik triangulasi sumber data, dalam pengumpulan data, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten sehingga menjadi suatu data yang bisa dikatakan valid dan bisa dipertanggung jawabkan.

Menurut Sugiyono (2015:83) triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada. Menurut Wijaya (2018:120-121), triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu, pada penelitian ini triangulasi yang di gunakan adalah triangulasi sumber.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip, maupun dokumen lainnya.

2. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu digunakan untuk validitas data yang berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Untuk mendapatkan data yang sah melalui observasi peneliti perlu mengadakan pengamatan tidak hanya satu kali pengamatan saja.

3. Triangulasi Teori

Triangulasi teori memanfaatkan dua teori atau lebih untuk diadu atau dipadu. Untuk itu diperlukan rancangan penelitian pengumpulan data dan analisis data yang lebih lengkap.

4. Triangulasi Peneliti

Tiangulasi Peneliti menggunakan lebih dari satu peneliti dalam mengadakan observasi atau wawanca. Hal ini dikarenakan masing-masing mempunyai gaya, sikap, dan persepsi yang berbeda dalam mengamati suatu fenomena maka hasil pengamatan akan berbeda pula..

5. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah usaha mengecek keabsahan data, atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama.

Dalam penelitian ini peneliti perlu melakukan wawancara secara mendalam kepada informan sebagai triangulator, antara lain :

**Tabel 3.3**  
**Informan**

<b>Nama</b>	<b>Alasan</b>	<b>Kriteria</b>
Mufqi Rafif Darmawan, S.I.KOM	1. Peneliti berusaha untuk menggali informan melalui wawancara secara mendalam. 2. Peneliti mengusahakan kepada informan selaku sumber data memberikan informasinya dengan sebenarnya untuk mengisi data dalam penelitian ini.	1. Praktisi Iklan, selama 9 Tahun 2. Membuat karya iklan, dan Karya tulis sebagai Jurnalis 3. Memiliki latar belakang pendidikan Ilmu Komunikasi
Inayah Mardiah, S. Psi.	3. Peneliti berharap kepada informan untuk memberikan pendapat dan ide-idenya.	1. Praktisi Psikologi Selama 11 Tahun 2. Memiliki Latar Belakang Pendidikan Sarjana Psikologi 3. Melakukan Pelatihan untuk peningkatan Sumber daya manusia pada perusahaan. 4. Melakukan Bimbingan konseling terhadap siswa pada ruang lingkup sekolah

Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran. Oleh karena itu, peneliti beranggapan bahwa pendekatan dan teknik pengumpulan data tersebut merupakan cara yang tepat, karena akan sesuai dengan permasalahan yang akan peneliti bahas yaitu bagaimana "Makna pesan motivasi dalam iklan Nike versi "Play New".