

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di media YouTube Channel Apple video iklan Versi 'Privacy on iPhone – Data Auction'. Penelitian ini dilaksanakan dari 11 Oktober 2023 – 14 Januari 2024.

#### B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Aktivitas ilmiah yang dimana mengumpulkan data dengan mendeskripsikan secara sistematis dan menginterpretasikan secara sistematis merupakan aktivitas penelitian kualitatif, data yang diperoleh dapat melalui wawancara, percakapan, observasi dan dokumentasi. Didalam penelitian kualitatif ini kedalaman lebih ditekankan dibanding keluasan dalam memahami sebuah fenomena-fenomena. Yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang proses interaksi, makna, nilai, pengalaman, perilaku dan lainnya secara mendalam (Sugiyono, 2019:19).

#### C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika. Penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisa dan mencerna makna dari suatu hal yang berkaitan dengan manusia (Creswell, 2019:4). Pendekatan semiotika yang digunakan pada penelitian ini adalah semiotika dengan model Roland Barthes. Untuk menganalisa dan meneliti objek penelitian berupa audio dan visual serta mengetahui makna representasi perlindungan data pribadi pada iklan berdasarkan makna konotasi, denotasi dan mitos yang terdapat didalam iklan Apple versi 'Privacy on iPhone – Data Auction'.

Berdasarkan model semiotika Roland Barthes analisis penelitian pada iklan Apple versi 'Privaci on iPhone – Data Auction' ini akan dibagi menjadi dua tataran. Tataran yang pertama merupakan analisa terkait visual, audio, teks, dialog dan jenis shot pada tayangan. Sedangkan pada tataran kedua berisi analisis dari Penanda (*Signifier*) dan Pertanda (*Signified*). Sehingga setelah mencari makna denotasi, konotasi dan mitos melalui dua

tataran analisa, selanjutnya melakukan mencari representasi perlindungan data pribadi pada Apple versi 'Privacy on iPhone – Data Auction'.

#### **D. Paradigma Penelitian**

Pada dasarnya paradigma ialah sebuah prinsip , kepercayaan terhadap perspektif atau pandangan dunia didalam seseorang atau individu, adapun sebuah upaya untuk menemukan kebenaran atau untuk membuat kebenaran absolut disebut penelitian. Para filsuf, peneliti ataupun para praktisi berusaha mengejar kebenaran melalui berbagai macam model, dan model tersebut disebut paradigma (Moleong, 2019). Teori tentunya sangat dalam pengaruh penting paradigma, tidak ada teori dan pandangan yang bersifat objektif dan netral tetapi teori dan pandangan tersebut diantaranya bergantung pada paradigma apa yang digunakan. Secara garis besar, untuk memandang kompleksitas dunia nyata, maka paradigma digunakan sebagai salah satu cara pandang.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dimana pada dasarnya pendekatan melalui paradigma konstruktivis ini bahwasanya realitas tidaklah dibentuk dengan ilmiah dan keikutsertaan tuhan. Namun, realitas dikonstruksi dan dibentuk sedemikian rupa (Butsi, 2019). Menelusuri pemikiran Weber, paradigma konstruktivis menilai perlakuan individu dengan fundamental, dan ini berbeda dengan perilaku alam karena pada dasarnya manusia berlaku sebagai individu yang mengkonstruksi realita sosial mereka, baik itu pemberian makna dan pemahaman. Konstruktivisme merupakan golongan atau pemahaman dalam ajaran yang memandang bahwasanya pengetahuan itu ialah sebuah upaya membentuk seseorang atas individunya sendiri (Solichin, 2021:5).

#### **E. Definisi Operasional Konsep**

Operasional konsep bertujuan agar hal yang ingin dianalisis tidak menjadi luas. Dalam konsep penelitian ini yang akan dilakukan ini yakni mencari makna denotasi, konotasi dan mitos pada iklan Apple versi Privacy on iPhone – Data Auction. Teknik Penentuan Informan.

Tabel 3.1 Operasional Konsep

Konsep	Dimensi	Aspek yang digali
Semiotika Roland Barthes	1. Denotasi	a) Narasi
	2. Konotasi	b) Visual
	3. Mitos	c) Teknik Pengambilan Gambar d) Ekspresi dan mimik wajah yang muncul di setiap <i>scene</i> . e) Makna yang muncul yang belum diketahui kebenarannya atau suatu wacana yang belum terjadi f) Suatu tradisi yang bisa dimaknai didalam sebuah iklan.

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangatlah vital dan menjadi langkah awal yang penting dalam sebuah penelitian kualitatif. Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan sebagai bahan kajian dalam penelitian. Tanpa adanya teknik pengumpulan data yang tepat, peneliti tidak akan mampu memperoleh data yang relevan dan akurat sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, proses pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi dan wawancara secara langsung ke

lapangan atau ke kondisi alamiah tempat dan subjek penelitian berada (natural setting). Hal ini untuk mendapatkan data-data detail, lengkap, komprehensif, valid, dan faktual sebagai representasi kondisi yang sesungguhnya dari subjek yang diteliti. Pengumpulan data di lapangan secara langsung sangat penting dalam penelitian kualitatif agar data yang didapatkan benar-benar mampu menjawab fokus dan rumusan masalah penelitian dengan baik dan mendalam. (Tinarbuko, 2016:182).

#### **a. Dokumentasi**

Teknik dokumentasi adalah teknik dimana peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen objek penelitian dan segala sesuatu yang berkaitan dengan objek tersebut. Dokumen ini dapat berupa catatan, foto, video, atau segala sesuatu yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini dokumentasi tersebut berupa iklan yang diteliti dan riset terdahulu mengenai kelas sosial, Apple, dan semiotika sosial. Peneliti mengumpulkan data objek penelitian, informasi, serta berbagai kajian yang berkaitan dengan penelitian. Berdasarkan sumber data, maka data dapat dibagi ke data primer dan data sekunder.

##### **1. Data Primer**

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data utama dalam penelitian ini yaitu berupa video iklan dari YouTube Apple versi 'Privacy on iPhone – Data Auction', dengan link YouTube: [youtu.be/NOXK4EVFmJY](https://youtu.be/NOXK4EVFmJY)

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari wawancara, e-book, jurnal online, artikel maupun literatur yang ada di perpustakaan.

#### **G. 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 Apple versi 'Privacy on iPhone – Data Auction'.

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.

Adapun untuk teknik analisis data dari triangulasi sumber yang digunakan didalam penelitian ini memiliki tiga langkah yaitu (Miles et al, 2018) :

### **1. Reduksi Data**

Reduksi data adalah suatu hal penekanan pada pemokusannya yang diambil oleh peneliti. Reduksi data diproses mulai dari sejak awal mulainya penelitian sampai dengan sudah terkumpulnya data-data didalam penelitian.

Reduksi data dikumpulkan dari berbagai narasumber, reduksi data merupakan proses dalam pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi data masih dikumpulkan selama proses pengumpulan data masih berlangsung dan pada tahap ini peneliti juga meringkas dari hasil penelitian.

### **2. Penyajian Data**

Penyajian data didalam penelitian kualitatif dilakukan dengan bentuk uraian yang singkat, bagan, hubungan antar kategori. Tujuan di ada Tekni penyajian data ini sebagai mempermudah untuk memahami apa yang terjadi selama penelitian dan merancang kerja selanjutnya sesuai dengan yang telah dipahami.

### **3. Penarikan Kesimpulan**

Sugiyono (2017) menjelaskan didalam (Nurmalasari & Erdiantoro, 2020) penarikan kesimpulan yaitu hasil dari kesimpulan yang bersifat sementara dan akan bisa berubah seketika jika tidak ditemukan bukti apa-apa yang kuat didalam penelitian ini. Jika kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal dan didukung oleh beberapa bukti yang valid dan konsisten maka kesimpulan tersebut bisa disimpulkan dan memiliki hasil yang kredibel.

## **H. Uji Keabsahan Data**

### **1. Triangulasi Sumber**

Uji keabsahan penelitian ini akan menggunakan Teknik analisis triangulasi sumber. Triangulasi sumber menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data data yang diperoleh tidak bisa disamaratakan seperti dalam penelitian kuantitatif. Namun, dideskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, berbeda, dan mana spesifikasi dari tiga sumber tersebut. Selanjutnya dianalisis oleh peneliti untuk mengambil data kesimpulan dan dilakukan kesepakatan. Triangulasi adalah suatu usaha dalam pengecekan kebenaran data atau informasi yang diperoleh oleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda sehingga dan triangulasi didalam penelitian kualitatif merupakan suatu cara ntuk meningkatkan validitas dan memperkuat kredibilitas penelitian (Hidayat, 2016).

Triangulasi sumber diambil dari sumber yang berbeda seperti dengan membandingkan hasil observasi dan wawancara antara informasi yang disampaikan dihadapan umum dengan yang disampaikan secara pribadi dan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.

Wawancara merupakan suatu proses komunikasi untuk mengumpulkan beberapa informasi dengan cara tanya jawab antara informan dengan subjek penelitian. Dengan kemajuan teknologi yang sangat maju maka wawancara bisa dilakukan dengan cara tidak langsung atau tidak dengan bertatap muka, hakikat yang sebenarnya wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dimana kegiatan ini bertujuan untuk

meperoleh suatu informasi yang mendalam tentang suatu tema penelitian yang di angkat. Adapun data dari informan triangluator sebagai berikut.

**Tabel 3.2 Data Informan Triangulator**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Alasan Dipilih Menjadi Informan</b>
1	Dr. Nani Nurani Muksin, M.Si	Akademisi	Sebagai akademisi peneliti perlindungan data pribadi
2	Final Toto	Praktisi Advertising	Sebagai Art Director didalam dunia periklanan sejak tahun 2002, Founder Katamata Production, dan Digital Imaging Artist