

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai sejak Agustus 2021 sampai Januari 2022. Objek penelitian ini adalah iklan Perawatan Tubuh Pria Produk Rexona Men dan Axe. Iklan ini di tayangkan pada awal tahun 2021 dan sudah tayang di berbagai media seperti; media elektronik, media sosial, dan media internet. Iklan ini berdurasi 16 dan 30 detik dengan total scene 4 scene.

3.2 Metodologi Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan semiotika Roland Barthes untuk mengetahui apa saja representasi maskulinitas serta makna denotasi, konotasi dan mitos yang terdapat dalam iklan iklan Perawatan Tubuh Pria Produk Rexona Men dan Axe.

3.3 Pendekatan Penelitian

Pendekatan kualitatif (qualitative reserch) adalah suatu pendekatan 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,2011:60)

Sedangkan menurut pendapat Djunaidi dan Fauzan penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada *quality* atau hal terpenting suatu barang atau jasa yang berupa kejadian, fenomena dan gejala sosial adalah makna dibalik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi pengembangan konsep teori. (Djunaidi dan Fauzan 2012 :25)

3.4 Operasionalisasi Konsep

Untuk mempermudah proses penelitian iklan Rexona Men versi “Segar Tahan Lama dan Pecaya Diri” dengan Iklan Axe versi “Wangi Segar Auto Bebas Bau Keringat”, berikut adalah operasionalisasi konsep yang sesuai dengan tinjauan pustaka.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep

No	Konsep	Dimensi	Aspek yang digali
1.	Teori Semiotika Roland Barthes	1. Denotasi	a. Menghasilkan makna yang langsung, jelas. (tanda visual dan gerakan, <i>voice over</i> , <i>setting</i> , dan warna)
		2. Konotasi	a. Mengetahui makna ganda yang ada di iklan
		3. Mitos	a. Representasi maskulinitas di Indobesia

2.	Maskulinitas (R.W Connel)	1. Keberanian	a. Bersedia menyelesaikan sesuatu meskipun ada resiko
		2. Kuat	a. Tenaga b. Fisik
		3. Kemandirian	a. Tanggung jawab b. Bekerja keras
		4. Ketegasan	a. Mengendalikan emosi b. Cepat dan tepat waktu dalam mengambil keputusan

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Mengingat pentingnya data dalam suatu penelitian, maka data tersebut harus dicari atau dikumpulkan dengan melakukan teknik tertentu (Sugiono 2012:63). Adapun untuk pelaksanaan dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui ;

1. Dokumentasi

Informasi juga bisa diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam. Peneliti perlu memiliki kepekaan teoretik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekadar barang yang tidak bermakna. Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang tertulis, metode dokumentasi berarti tata cara pengumpulan

data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif (yusuf, 2014).

2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penelitian. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung foto-foto atau karya tulis akademik dan karya seni yang telah ada. Studi pustaka dalam penelitian ini diantaranya buku-buku, artikel dan jurnal maupun sumber dari internet yang terkait dengan representasi maskulinitas.

3.6 Unit Analisis Data

Unit analisis yang akan diteliti adalah scene iklan iklan Perawatan Tubuh Pria Produk Rexona Men dan Axe, yang dianggap mempresentasikan maskulinitas. Terhadap 4 unit analisis penelitian yang terdiri dari 4-8 scene yang berdurasi 16 dan 30 detik.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasinarasi, baik yang diperoleh dari wawancara atau observasi. Tahap analisa data memegang peran penting dalam riset kualitatif yaitu sebagai faktor utama penilaian kualitas baik atau tidaknya riset. Artinya, kemampuan periset memberi makna kepada data merupakan kunci apakah data yang diperoleh memenuhi unsur realibilitas dan validitas atau tidak. (Kriyantono 2006:196)

Dalam analisis ini menggunakan analisis semiotik model Roland Barthes yang menggunakan dua tahap signifikan dalam melakukan analisa terhadap iklan dengan harapan dapat menemukan Representasi Maskulinitas dalam iklan Rexona Men versi “Segar Tahan Lama dan Pecaya Diri” dengan Iklan Axe versi “Wangi Segar Auto Bebas Bau Keringat”.

Tahap pertama tahap signifikasi denotasi, dalam tahap ini hubungan antara signifer dan signified dalam sebuah tanda pada realitas eksternal, yaitu makna paling nyata dengan tanda. Penanda (*signifer*) adalah citraan atau kesan mental dari sesuatu yang bersifat verbal atau visual, seperti suara, tulisan atau tanda. Sedangkan petanda (*signified*) adalah konsep abstrak atau makna yang dihasilkan oleh tanda. Sedangkan dalam tahap kedua, tahap ini dinamakan konotasi. Dalam tahap ini akan terjadi jika si penafsir akan bertemu dengan emosi serta nilai-nilai kebudayaan yang ada.

Gambar 3.1 Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative sign (Tanda Denotatif)	
4. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotative Signified (Penanda Konotatif)
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

Dalam melakukan penelitian, terlebih dahulu membuat kerangka analisis semiotik yang berisikan elemen-elemen dari iklan tersebut yang diklasifikasikan kedalam elemen audio dan visual. Setelahnya, membedakan penanda dan petandanya dan makna denotasi dan juga konotasi. Melalui uraian diatas, secara rinci teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Melihat iklan iklan Perawatan Tubuh Pria Produk Rexona Men dan Axe
2. Melakukan pengamatan adegan dalam setiap *scene*, iklan iklan Perawatan Tubuh Pria Produk Rexona Men dan Axe
3. Mengklasifikasikan data dengan melakukan perekaman gambar/ screenshot yang dianggap mewakili/ merepresentasikan maskulinitas

4. Penentuan tiap-tiap *scene* untuk mencari penanda, petanda, denotasi, konotasi serta mitos
5. Menganalisa data untuk membahas makna konotasi, sehingga dapat menangkap mitos serta ideologi yang ada didalamnya
6. Mengklasifikasikan hasil analisa dengan sifat-sifat maskulinitas
7. Penarikan kesimpulan, penilaian terhadap data-data yang ditemukan selama penelitian

3.8 Uji Keabsahan Data

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. (Moloeng 2014:330)

Dalam penelitian ini, teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal tersebut dapat dicapai dengan jalan :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dan hasil wawancara

2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang-orang berpendidikan menengah dan tinggi, orang berada, orang pemerintahan
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. (Moloeng 2014:331)

Dalam penelitian ini, pembahasan akan mengambil data melalui metode triangulasi dengan dua narasumber, yaitu 1 narasumber dari praktisi iklan dan 1 orang fashion stylist.

No	Nama	Pekerjaan	Alasan dipilih menjadi informan
1.	Dylan Ardyansyah, M.Ikom	Praktisi Periklanan	Mengetahui sifat-sifat maskulinitas dalam iklan karna beliau selaku pembuat iklan televisi streaming
2.	Virdha Yustisia	Fashion stylist	Mengetahui gaya dan model berpakaian yang dalam hal ini yaitu maskulinitas karna selaku perancang pakaian