

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan analisis semiotika Roland Barthes untuk menganalisis secara detail mengenai makna perempuan yang ada dalam Iklan Gopay Versi “No Clickbait: Pevita Murka” ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengetahui dan menganalisis apa yang justru tidak terlihat, atau dengan kata lain penelitian kualitatif justru ingin melihat komunikasi yang tersirat, penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2018)

Pendekatan kualitatif yaitu pendekatan yang digunakan karena beberapa pertimbangan yang bersifat luwes, tidak lazim mengidentifikasi suatu konsep serta memberi kemungkinan bagi perubahan-perubahan manakala ditemukan fakta yang lebih mendasar, menarik, dan unik di lapangan. Atau juga penelitian yang bisa didefinisikan sebagai jenis penelitian ilmu sosial yang mengumpulkan dan bekerja dengan data non-numerik dan yang berupaya menafsirkan makna dari data ini sehingga dapat membantu kita memahami kehidupan sosial melalui studi populasi atau tempat yang ditargetkan.

Menurut (Sugiyono, 2008, hal. 7-8) Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, metode penelitian kualitatif bersifat subjektif dari sudut pandang partisipan secara deskriptif sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan. Dengan kata lain, metode riset ini lebih bersifat memberikan gambaran secara jelas suatu permasalahan sesuai dengan fakta di lapangan.

Berdasarkan sifat realitas, metode kualitatif mengandung persepsi subjektif bahwa realitas (komunikasi) bersifat ganda, rumit, semu, dinamis (mudah berubah), dikonstruksikan, dan holistik, kebenaran realitas bersifat relatif (Mulyana D. , 2013, hal. 147)

Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya pula, yang menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti dan suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya data yang pasti dan merupakan suatu nilai di balik data yang tak nampak. Oleh karena itu, penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan kepada makna. (Afifuddin, 2012, hal. 57-59)

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, untuk mengetahui secara detail makna perempuan dalam iklan Gopay Versi “No Clickbait: Pevita

Murka”, alasan digunakannya model Roland Barthes, karena model inilah yang memberikan kedalaman ketika memaknai sebuah iklan dengan mendasarkan pada pemaknaan yang ada pada *scene-scene* iklan tersebut.

Analisis semiotik model Roland Barthes yang fokus perhatiannya tertuju pada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*two order of signification*). Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified di dalam sebuah tanda realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda-tanda. Konotasi adalah istilah Barthes untuk menyebut signifikasi tahap kedua yang menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan kenyataan atau emosi dari pembaca/penonton serta nilai-nilai dari kebudayaan. Konotasi memiliki nilai yang subyektif atau intersubyektif, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap subjek, sedang konotasi adalah bagaimana menggambarannya. Pada signifikasi tahap dua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (*myth*). Mitos adalah semiotika tingkat dua, teori mitos dikembangkan Barthes untuk melakukan kritik atas ideologi budaya massa (atau budaya media). Namun, sudah bukan menjadi persoalan baru bahwa setiap metode pasti memiliki kelemahan tidak terkecuali pada metode dengan pendekatan semiotik juga terdapat kelemahan yang sangat berhubungan erat dengan peneliti sendiri. Sedikitnya ada dua kelemahan tersebut, yaitu pertama semiotik sangat tergantung pada kemampuan analisis individual dan kedua pendekatan semiotik membuat

peneliti hanya menangkap makna-makna yang dikonstruksikan dari sekian banyak pesan yang ada.

3.1.2 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian ini mengacu pada paradigma konstruktivisme. Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang (Mulyana D. , 2013, hal. 9)

Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog interpretative, Peter L.Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bisa disebut berada diantara teori fakta sosial dan defenisi sosial (Eriyanto, 2004, hal. 13)

Paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai

analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara / mengelola dunia sosial mereka. Paradigma konstruktivis memiliki beberapa kriteria yang membedakannya dengan paradigma lainnya, yaitu ontologi, epistemologi, dan metodologi. Level ontologi, paradigma konstruktivis melihat kenyataan sebagai hal yang ada tetapi realitas bersifat majemuk, dan maknanya berbeda bagi tiap orang. Dalam epistemologi, peneliti menggunakan pendekatan subjektif karena dengan cara itu bisa menjabarkan pengkonstruksian makna oleh individu. Dalam metodologi, paradigma ini menggunakan berbagai macam jenis pengkonstruksian dan menggabungkannya dalam sebuah konsensus.

Proses ini melibatkan dua aspek : hermeunetik dan dialetik. Hermeunetik merupakan aktivitas dalam menrangkai teks – percakapan, tulisan atau gambar. Sedangkan dialetik adalah penggunaan dialog sebagai pendekatan agar subyek yang diteliti dapat ditelaah pemikirannya dan membandingkannya dengan cara berpikiri peneliti. Dengan begitu, harmonitas komunikasi dan interaksi dapat dicapai dengan maksimal

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merujuk pada masalah atau tema yang sedang diteliti. Objek penelitian ini ialah iklan Gopay Versi “No clickbait: Pevita Murka” yang upload di kanal youtube Gopay Indonesia dengan durasi 1 menit, untuk dianalisis potongan gambar yang terdapat dalam video yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian.

Tabel 4 3.1 Waktu Penelitian

No.	KEGIATAN	JADWAL PENELITIAN TAHUN 2020							
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.		X	X	X	X				
2.		X	X	X	X				
3.		X	X	X	X	X			
4.	Seminar Proposal Skripsi					X			
5.	Perbaikan Proposal Skripsi					X	X		
6.	Pelaksanaan Penelitian					X	X	X	X
7.	Observasi Awal						X	X	X
8.	Penyusunan Proposal Skripsi						X	X	X
9.	Bimbingan Proposan Skripsi	X	X	X	X	X	X	X	X
10.	Ujian Naskah Skripsi								X
11.	Ujian Sidang Skripsi								X
12.	Perbaikan Skripsi								X

Sumber: Data Usulan Penelitian 2020

3.3 Data dan Sumber Data

3.3.1 Data

Data penelitian ini adalah kumpulan scene pada iklan Gopay Versi “No Clickbait: Pevita Murka” yang mengiklankan dopet digital yang bisa digunakan untuk pembayaran gim pada ponsel. Adapun scene yang akan dianalisis adalah 5 scene dalam iklan Gopay Versi ”No Clickbait: Pevita Murka”

3.3.2 Sumber Data

Sumber data didapat dalam iklan Gopay Versi “No Clickbait: Pevita Murka” yang diupload di kanal Youtube Gopay Indonesia.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat diperlukan dalam sebuah penelitian. Data dalam penelitian ini berupa peristiwa kehadiran perempuan dalam sebuah iklan. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu teknik studi kepustakaan dan teknik dokumentasi.

3.4.1 Teknik Studi Kepustakaan

Studi pustaka tidak terlepas dari teori yang mendasari masalah yang akan diteliti. Peneliti juga bisa mendapatkan informasi tentang penelitian sejenis yang berkaitan dengan penelitiannya, serta mengetahui metode yang

digunakan dalam penelitian dengan membaca berbagai sumber yang tersedia, baik berbentuk buku maupun buku elektronik.

3.4.2 Teknik Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa sudah berlalu. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2018, hal. 240)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan situs internet youtube untuk mengunduh vidio iklan yang terdapat dalam kanal Youtube Gopay Indonesia dan mendokumentasikan scene-scene yang ada pada iklan Gopay Versi “No Clickbait: Pevita Murka”

3.5 Unit Analisis Data

Peneliti ini mengambil unit analisis berupa sebuah iklan Gopay Versi “No Clickbiat: Pevita Murka”, yang ditayangkan pada kanal Youtube Gopay Indonesia pengambilannya hanya satu iklan tetapi dibagi menjadi beberapa bagian, yang akan diteliti pada penelitian ini merupakan tanda atau makna yang terdapat pada iklan tersebut. Teori yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu analisis Semiotika Roland Barthes, maka akan diungkap makna denotasi, konotasi, dan mitos yang terkandung di dalam iklan Gopay. Tanda yang akan diteliti didalam iklan tersebut terbagi ke dalam dua bagian verbal dan nonverbal. Tanda verbal merupakan narasi

atau percakapan yang dilakukan pada iklan tersebut. Sedangkan tanda nonverbal mencakup ekspresi wajah, pakaian yang digunakan, dan teknik pengambilan gambar.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan & Biklen mengatakan teknik analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong L. , 2017, hal. 248)

1. Identifikasi *scene-scene* iklan yang heterogen agar dapat diketahui strukturnya.
2. Analisis *scene-scene* iklan sesuai dengan model semiotika yang dipilih, sesuaikan dengan elemen-elemen semiotika dari model tersebut.
3. Proses pemaknaan oleh peneliti sesuai dengan teori yang digunakan.

(Vera N. , 2014, hal. 30)

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini yakni bagaimana makna perempuan dalam iklan Gopay versi “No Clickbait: Pevita Murka”, dan teori yang peneliti jadikan dasar dalam penelitian ini yakni teori semiotika Roland Barthes, maka peneliti akan fokus pada model beserta tanda-tanda yang ditampilkan oleh sang model itu sendiri.

Adapun tanda-tanda yang dimaksud adalah tanda yang dihasilkan oleh tiga generator makna yang umumnya ditemui dalam iklan yakni narasi, visual mencakup *appearance* (penampilan), *expression* (ekspresi), *gestures* (gerakan tubuh), *make up* (riasan) dan suara (mencakup dialog atau percakapan) yang ditampilkan melalui sang model Ketiganya berkaitan membentuk sebuah sistem pertandaan yang bekerja untuk memproduksi makna.

3.7 Validasi Data

Validasi data dalam penelitian komunikasi kualitatif lebih menunjukkan pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh telah secara akurat mewakili realitas atau gejala yang diteliti (Pawito, 2008). Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji kredibilitas (derajat kepercayaan) salah satu caranya dengan proses triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber. Jenis triangulasi yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi pengamat dan triangulasi teori.

3.7.1 Triangulasi Pengamat

Triangulasi Pengamat dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data dalam iklan Gopay Versi “No Clickbait: Pevita Murka”. Teknik ini akan memperkaya pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penelitian. Selain itu, Triangulasi ini juga dilakukan untuk menghindari subjektivitas peneliti.

3.7.2 Triangulasi Teori

Triangulasi teori memanfaatkan teori yang diperlukan untuk rancangan riset, pengumpulan data, dan analisis data yang lengkap supaya hasilnya komprehensif. (Sugiyono, 2008, hal. 274)