



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan suatu kepercayaan atau prinsip dasar yang ada dalam diri seseorang tentang pandangan dunia dan membentuk cara pandangnya terhadap dunia. R. Bailey berpendapat bahwa paradigma merupakan jendela mental (*mental window*) seseorang untuk melihat dunia.

Paradigma konstruktivis berbasis pada pemikiran umum tentang teori-teori yang dihasilkan oleh peneliti dan teoritisasi aliran konstruktivis. Little John mengungkapkan bahwa teori-teori aliran ini berlandaskan pada ide bahwa realitas bukan bentukan yang objektif, tetapi dikonstruksi melalui proses interaksi dalam kelompok, masyarakat, dan budaya (Wibowo, 2011:40).

Paradigma konstruktivis dapat dijelaskan melalui empat dimensi seperti yang diutarakan oleh Dedy N Hidayat, yaitu:

- a. Ontologis: *relativism*, realitas merupakan konstruksi sosial. Keberadaan suatu realitas bersifat relatif, berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial.
- b. Epistemologis: *transactionalist/ subjrcivist*, pemahaman tentang sesuatu realitas atau temuan suatu penelitian merupakan produk interaksi antara peneliti dengan yang diteliti.
- c. Axiologis: Nilai, etika, dan pilihan moral merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari suatu penelitian. Peneliti sebagai *passionate participant*, fasilitator yang menjembatani keragaman subjektivitas pelaku sosial. Tujuan penelitian lebih kepada rekonstruksi realitas social secara dialektis antara peneliti dengan pelaku social yang diteliti.
- d. Metodologis: menekankan empati, dan interaksi dialektis antara peneliti melalui metode-metode kualitatif seperti participant observation. Criteria kualitas penelitian *authenticity* dan *reflectivity*, sejauh mana temuan merupakan refleksi otentik dari realitas yang dihayati oleh para pelaku sosial.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian terhadap iklan *Portugese Commission The Universal Declaration Of Human Rights* yaitu menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Denzin dan Lincoln (2009:2) menguraikan penelitian kualitatif merupakan focus perhatian dengan beragam metode yang mencakup pendekatan interpretative dan naturalistic terhadap subjek kajiannya. Penelitian kualitatif mencakup subjek yang dikaji dan kumpulan berbagai data empiris studi kasus, pengalaman pribadi, instrospeksi, perjalanan hidup, wawancara, teks-teks hasil pengamatan, historis, interaksional, dan visual yang menggambarkan saat-saat dan makna keseharian problematic dalam kehidupan seseorang (Putra, 2013:62).

Penelitian deskriptif menurut Kenneth D. Bailey adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu fenomena secara detail (untuk menggambarkan apa yang terjadi). Penelitian deskriptif bertujuan memberikan gambaran suatu gejala sosial tertentu, sudah ada informasi mengenai gejala social seperti yang dimaksudkan dalam suatu permasalahan peneliti namun belum memadai.

Penelitian ini bersifat deskriptif, dimana penelitian ini ingin menganalisis representasi rasisme dalam iklan masyarakat Portugis. Pendekatan interpretatif ini mempunyai dua varian, yakni konstruktivis dan kritis (Kriyantono, 2006:51).

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika sebagai pisau analisis untuk mengetahui makna di balik suatu program acara televisi. Metode analisis semiotika yang digunakan untuk mengetahui representasi anti rasisme dalam iklan *Portugese Commission The Universal Declaration Of Human Rights* ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang mengacu pada semiotika pragmatis. Dimana Peirce melihat tanda sebagai sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain.

3.4 Unit Analisis

Unit analisis pada penelitian ini adalah iklan *Portugese Commission The Universal Declaration Of Human Rights* berupa potongan-potongan adegan atau gambar. Penelitian dilakukan terhadap tindak rasisme yang ada dalam iklan ini. Dalam hal ini yang dapat diteliti lebih lanjut adalah anti rasisme yang ditampilkan di dalam program acara tersebut melalui aspek

visual dan juga non visual. Aspek visual dan non visual dari iklan tersebut, yaitu:

1. Tokoh: seseorang yang berperan langsung dalam suatu film atau program acara televisi yang mempunyai peran dan karakternya masing-masing.
2. Kostum dan *make-up*: menggambarkan karakter dan identitas seseorang. Warna dan juga desain dari kostum tersebut memperkuat karakter seseorang dalam menjalani perannya dalam sebuah film.
3. Acting: penampilan seorang tokoh dalam memerankan perannya dalam sebuah film dengan melihat gerakan, ekspresi, dan sikap.

Sedangkan aspek nonvisual yang dapat menjadi unit analisis dari penelitian ini yaitu narasi yang diucapkan oleh tokoh.

UMMN

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi dimana dokumentasi merupakan instrument pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuesioner atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, 2006). Pengumpulan data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer berasal dari tayangan-tayangan program acara yang dipilih oleh peneliti. Peneliti mengamati dari aspek visual dan juga non visual yang diperlukan selama penelitian. Sementara untuk data sekunder berasal dari studi kepustakaan atau literatur. Selain itu peneliti juga mengumpulkan berbagai bacaan yang relevan dengan topik penelitian yaitu literatur yang terkait dengan representasi rasisme di media massa.

UMMN

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika yang dikemukakan oleh Charles Sander Peirce. Pada penelitian ini analisis data yang menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang membedakan lambang menjadi tiga kategori pokok yaitu ikon, indeks, dan simbol. Melalui teknik ini penulis akan mencoba melihat adanya representasi anti rasisme dalam iklan *Portugese Commission The Universal Declaration Of Human Rights*.

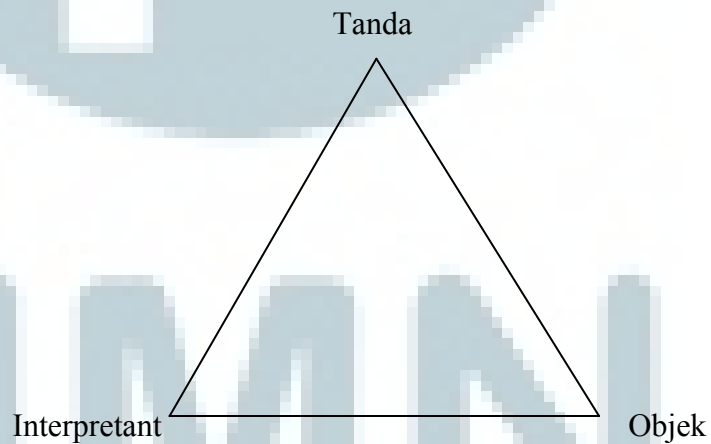
Salah satu tokoh semiotika yaitu Peirce (Pateda, 2001:44) mengungkapkan, tanda adalah sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi yang disebut ground. Oleh karena itu teori dari Peirce seringkali disebut sebagai grand theory dalam semiotika. Peirce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal (Wibowo, 2013:17).

Berdasarkan objeknya Peirce membagi tanda atas ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah atau dengan kata lain, ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan seperti prototipe dan peta. Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan

alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. (Wibowo, 2013:18)

Tanda dapat pula mengacu ke denotatum melalui konvensi. Tanda seperti itu adalah tanda konvensional yang biasa disebut simbol. Jadi, simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya. Hubungan di antaranya bersifat abitrer atau semena, hubungan berdasarkan perjanjian masyarakat (Sobur, 2009:41-42).

Gambar 3.1 Segitiga Makna Peirce



Menurut Peirce, salah satu bentuk tanda adalah kata. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretant adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang, maka muncul makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut. Dalam teori segitiga ini makna adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi (Sobur,2001:115).

Upaya klasifikasi yang dilakukan oleh Pierce terhadap tanda memiliki kekhasan meski tidak bisa dibilang sederhana. Pierce membedakan tipe – tipe tanda menjadi, ikon (*icon*), indeks (*index*), dan simbol (*symbol*) yang didasarkan atas relasi di antara representamen dan objeknya (Wibowo, 2006:14).

- Ikon adalah tanda yang mengandung kemiripan ‘rupa’ sehingga tanda itu mudah dikenali oleh para pemakainya. Di dalam ikon hubungan antara representamen dan objeknya terwujud sebagai kesamaan dalam beberapa kualitas. Contohnya sebagian besar rambu lalu lintas merupakan tanda yang ikonik karena ‘menggambarkan’ bentuk yang memiliki kesamaan dengan objek yang sebenarnya.

- Indeks adalah tanda yang memiliki keterkaitan fenomenal atau eksistensial diantara representamen dan objeknya. Di dalam indeks, hubungan antara tanda dengan objeknya bersifat kongkret, aktual dan biasanya melalui suatu cara yang sekuensial atau kausal. Contohnya jejak telapak kaki di atas permukaan tanah, misalnya, merupakan indeks dari seseorang atau binatang yang telah lewat disana, ketukan pintu merupakan indeks dari kehadiran seorang ‘tamu’ di rumah kita.
- Symbol, merupakan jenis tanda yang bersifat arbiter dan konvensional sesuai kesepakatan atau konvensi sejumlah orang atau masyarakat. Tanda – tanda kebahasaan pada umumnya adalah symbol – symbol. Tak sedikit dari rambu lalu lintas yang bersifat simbolik.

UMMN

Tabel 3.1 Jenis Tanda dan Cara Kerjanya

Jenis Tanda	Ditandai dengan	Contoh	Proses Kerja
Ikon	<ol style="list-style-type: none">1. Persamaan (kesamaan)2. Kemiripan	Gambar, foto, dan patung	Dilihat
Indeks	<ol style="list-style-type: none">1. Hubungan sebab akibat2. Keterkaitan	<ol style="list-style-type: none">1. Asap – api2. Gejala – penyakit	Diperkirakan
Simbol	<ol style="list-style-type: none">1. Konvensi, atau2. Kesepakatan sosial	<ol style="list-style-type: none">1. Kata – kata2. Isyarat	Dipelajari

Sumber : Wibowo, Semiotika Komunikasi – Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi, 2006, hlm 14

Menurut Marcel Danesi, pakaian dapat ditafsirkan sebagai tanda yang mewakili hal-hal seperti kepribadian, status sosial, dan karakter keseluruhan yang memakainya. Pakaian merupakan sistem tanda yang saling terkait dengan sistem-sistem tanda lainnya dalam masyarakat, dan melaluinya seseorang dapat mengirimkan pesan tentang sikap seseorang, status sosial, kepercayaan politik, dan sebagainya (Danesi, 2012:205,208).

Marcel Danesi dalam bukunya *Understanding Media Semiotics* (2002: 41) menyatakan bahwa warna juga dapat menjadi suatu tanda. Ada delapan macam tanda warna yang dikategorikan oleh Danesi, yaitu:

1. Putih melambangkan kemurnian, kemurnian, kepolosan, kebaikan, kesucian, dan kelakuan baik.
2. Hitam melambangkan kejahatan, kekotoran, kesalahan, sifat buruk, kejahatan moral, tingkah laku tidak baik, tidak bermoral, dan kegelapan.
3. Merah melambangkan darah, kemarahan, pemimpin, kuat dan keberanian.
4. Hijau melambangkan harapan, kegelisahan, kenafian, keterusterangan dan kepercayaan.
5. Kuning melambangkan kegembiraan, kegiatan, sinar matahari, kebahagiaan, ketenangan, kemakmuran, dan kedamaian.
6. Biru melambangkan harapan, langit, surga, ketenangan, mistisisme, dan misteri
7. Coklat melambangkan rendah hati, kealamian, dan keteguhan.

8. Abu-abu melambangkan ketidaktenangan, keadaan samar-samar, ketidakjelasan, misteri.

Pada level biologis, pakaian mempunyai fungsi untuk meningkatkan tubuh manusia untuk dapat bertahan hidup. Oleh karena itu cara berpakaian juga ditentukan oleh faktor geografis dan topografi, namun pakaian dalam makna konotasinya juga dapat menunjukkan suatu latar sosial seseorang. Makna ini dibangun berdasarkan kode pakaian yang memberitahu bagaimana seharusnya seseorang berpakaian dalam berbagai situasi sosial (Danesi, 2012:208).

3.7 Asas Keabsahan Data

Setiap riset harus bisa dinilai. Ukuran kualitas sebuah riset terletak pada kesahihan atau validitas data riset kualitatif terletak pada proses sewaktu periset mengumpulkan data dan sewaktu proses analisis interpretative data (Kriyantono, 2006:70).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teori dalam mengukur kesahihan (validitas) data dimana triangulasi ada di dalam trustworthiness. Triangulasi teori yaitu memanfaatkan dua atau lebih teori untuk diadu atau dipadu. Untuk itu diperlukan rancangan riset, pengumpulan

data, dan analisis data yang lengkap supaya hasilnya komprehensif (Kriyantono, 2006:71).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teori dan konsep seperti teori semiotika dan juga konsep rasisme yang kemudian diadu atau dipadukan dengan data-data yang ada untuk memperoleh hasil yang sesuai dan komprehensif. Data-data yang dipakai yaitu data visual maupun non visual.

The logo of Universitas Muhammadiyah Negeri (UMMN) is displayed. It consists of a circular emblem containing a stylized figure with a raised right hand, set against a background of a grid of squares. Below the emblem, the letters 'UMMN' are written in a large, bold, blue, sans-serif font.