



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

Penelitian pada hakikatnya merupakan suatu upaya untuk menemukan kebenaran atau untuk lebih membenarkan kebenaran. Usaha untuk mencari kebenaran tersebut dilakukan melalui model-model tertentu. Model tersebut dikenal dengan istilah paradigma. Paradigma, menurut Bogdan dan Biklen (1982), adalah sekumpulan asumsi yang dipegang bersama, konsep yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian (Moleong, 2013:49).

Dalam penelitian ilmu komunikasi terdapat empat paradigma, yaitu positivisme, postpositivisme, konstruktivisme dan kritis (Guba dan Lincoln, 1994:109).

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis dalam penelitian ini. Pada konstruktivisme, penelitian merupakan upaya untuk memahami realitas pengalaman manusia, dan realitas itu sendiri dibentuk oleh kehidupan sosial. Ide dasar dari pandangan ini berupa anggapan bahwa manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosialnya (Bungin, 2008: 11).

Denzin dan Lincoln (1994:108) membagi paradigma menjadi tiga elemen yaitu ontology, epistemology dan metodologi. Ontology berkaitan dengan objek atau realitas sosial yang diteliti. Epistemologi berkaitan dengan asumsi mengenai hubungan antara peneliti dengan yang diteliti. Sedangkan metodologi

memfokuskan pada cara peneliti memperoleh pengetahuan. Berikut akan diuraikan elemen-elemen dalam paradigma konstruktivis.

Tabel 3.1 Karakteristik Paradgima Konstruktivis

Ontologi	<p>Relativisme dan realistik.</p> <p>Realitas bisa dipahami dalam bentuk konstruksi mental yang beragam dan tidak dapat diindra, yang didasarkan secara sosial dan pengalaman, berciri lokal dan spesifik, serta bentuk isinya bergantung pada manusia atau kelompok individual yang memiliki konstruksi tersebut.</p>
Epistemologi	<p>Transaksional atau subjektif.</p> <p>Peneliti dan objek penelitian dianggap terhubung secara timbal balik sehingga hasil penelitian tercipta secara literal seiring berjalannya proses penelitian.</p>
Metodologi	<p>Hemenereutis/Dialektis.</p> <p>Konstruksi individu diciptakan dan disempurnakan melalui interaksi antara dan di antara peneliti dengan para responden.</p>

Sumber Denzin, Norman K., dan Lincoln, Yvonna S. Hanbook of Qualitative Research. 1994, hal 109.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Denzin dan Lincoln (1987) mendefinisikan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi

dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Moleong, 2013:5).

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode analisis semiotik yang akan dibahas pada subbab selanjutnya. Menurut Sarantakos, seperti yang dikutip Poerwandari (2007:31), secara umum dapat disampaikan bahwa pendekatan kualitatif mencoba menerjemahkan pandangan-pandangan dasar interpretif dan fenomenologis antara lain: (1) realitas sosial adalah sesuatu yang subjektif dan diinterpretasikan, bukan sesuatu yang lepas di luar individu; (2) manusia tidak secara sederhana disimpulkan mengikuti hukum-hukum alam di luar diri, melainkan menciptakan rangkaian makna menjalani hidupnya; (3) ilmu didasarkan pada pengetahuan sehari-hari, bersifat induktif, idiografis dan tidak bebas nilai, serta (4) penelitian bertujuan untuk memahami kehidupan sosial.

Menurut Tohirin (2012:62), dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrument yang paling efektif untuk mengumpulkan data. Hal ini karena dalam penelitian kualitatif data dikumpulkan umumnya secara partisipatif (pengamatan berperan serta). Manusia sebagai instrument penelitian harus memenuhi ciri-ciri sebagai berikut, responsif, dapat menyesuaikan diri, menekankan keutuhan, mendasarkan diri atas perluasan pengetahuan, memproses data secepatnya, memanfaatkan kesempatan untuk mengklarifikasikan dan mengikhtisarkan, serta memanfaatkan kesempatan untuk mencari respon yang tidak lazim.

Seperti yang dikutip oleh Sugiyono (2012:223), Nasution (1988) menyatakan:

“Dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain daripada menjadikan manusia sebagai instrument penelitian utama. Alasannya ialah bahwa, segala sesuatunya belum emmpunyai bentuk yang pasti. Masalah, fokus penelitian, prosedur penelitian hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan, itu semua tidak dapat ditentukan secara pasti dan jelas sebelumnya. Segala sesuatu masih perlu dikembangkan sepanjang penelitian itu. Dalam keadaan yang serba tidak pasti dan tidak jelas itu, tidak ada pilihan lain dan hanya peneliti itu sendiri sebagai alat satu-satunya yang dapat mencapainya”

Walaupun berbagai alat pengumpulan data yang biasa kita kenal dimungkinkan untuk digunakan, namun alat penelitian utamanya adalah peneliti sendiri. Sebagai alat penelitian utama, penelitian dapat berjalan lebih dinamis dan bersifat terbuka terhadap kondisi baru dan mungkin berubah dengan realitas yang juga mungkin dijumpai.

3.3 Unit Analisis

Unit analisis penelitian ini adalah tanda-tanda yang ada dalam iklan televisi *Tri Always On Bebas Kini Semakin Nyata*. Selain itu, ada dua unsur pembentuknya, yaitu unsur naratif dan sinematik yang mana kedua unsur tersebut saling berinteraksi satu sama lain untuk membentuk sebuah iklan televisi. Unsur

naratif adalah bahan atau materi yang akan diolah, sedangkan unsur sinematik adalah cara dan gaya untuk mengolahnya. (Prastista, 2008:1)

Unsur naratif berhubungan dengan aspek cerita atau tema yang terdiri dari tokoh, konflik, lokasi, waktu, dan lainnya sehingga bisa membentuk unsur naratif secara keseluruhan. Dalam unsur sinematik, aspek teknis menjadi hal utama seperti *mise-en-scene*, sinematografi, editing, serta audio. *Mise-en-scene* adalah segala hal yang terletak didepan kamera yang akan diambil gambarnya dalam proses produksi film. Ada empat aspek utama yaitu setting atau latar, kostum dan *make up*, *lighting*, serta pemain dan pergerakannya. Aspek sinematografi umumnya dibagi menjadi tiga yaitu kamera dan film, *framing*, durasi gambar. Semua unsur yang ada dalam iklan televisi tersebut dapat dikategorikan sebagai tanda.

Tanda yang akan diteliti terdiri atas unsur yang membentuk tayangan iklan ini meliputi:

1. Tanda verbal dalam iklan ini, berupa dialog atau narasi yang ditampilkan, serta tanda non verbal berupa bahasa tubuh dari subjek yang ada sepanjang iklan sehubungan dengan sarkasme atau sindiran yang peneliti angkat sebagai tema penelitian.
2. *Scene* dan *Shot* yang meliputi unsur *mise-en-scene* seperti, setting atau latar, kostum atau *make up*, *lighting* atau pencahayaan serta pemain dan pergerakannya selama iklan tersebut berlangsung.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data adalah informasi yang didapat melalui pengukuran tertentu, untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun argumentasi logis menjadi fakta. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi. Dokumen resmi eksternal menurut Moleong (1989) adalah dokumen yang berisi bahan-bahan informasi yang dihasilkan oleh suatu lembaga sosial misalnya majalah, buletin, pernyataan dan berita yang disiarkan kepada media massa (Wibowo, 2013:167).

Dokumen bersifat eksternal karena disiarkan kepada masyarakat, sehingga dapat dimanfaatkan untuk menelaah konteks sosial, kepemimpinan dan lain-lain. Menurut Sugiyono (2012:240), dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Sehingga dapat disimpulkan, dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk memberikan informasi bagi proses penelitian. Selain itu, peneliti juga akan mengumpulkan dokumen berupa data-data terkait yang dapat menunjang proses penelitian ini, berhubungan dengan tema penelitian yang didapat dari buku, artikel serta situs internet.

3.5 Keabsahan Data

Sebelum menganalisis lebih dalam, data yang diperoleh melalui penelitian kualitatif, terlebih dahulu harus dilakukan pengecekan data untuk memastikan apakah data yang diperoleh sudah benar-benar dapat dipercaya atau belum. Untuk

menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Menurut Moleong (2013:324), ada empat kriteria yang digunakan yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

Tabel 3.2 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Kriteria	Teknik Pemeriksaan
Kredibilitas	(1) Perpanjangan keikut-sertaan, berarti peneliti tinggal di lapangan penelitian hingga kejenuhan pengumpulan data tercapai, sehingga bisa membatasi gangguan konteks dan bias.
	(2) Ketekunan pengamatan, berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan agar penelitian dapat lebih mendalam.
	(3) Triangulasi, merupakan teknik yang memanfaatkan sesuatu yang lain, untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data.
	(4) Pengecekan Sejawat melalui diskusi, dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dari diskusi.
	(5) Kecukupan referensi
	(6) Kajian kasus negative, dilakukan dengan

	mengumpulkan contoh dan kasus yang tidak sesuai dengan pola dan kecenderungan informasi yang telah dikumpulkan dan digunakan sebagai bahan pembandingan.
	(7) Pengecekan Anggota yang terlibat dalam proses pengumpulan data untuk memberikan reaksi dari segi pandangan dan situasi mereka sendiri terhadap data yang telah diorganisasikan oleh peneliti.
Kepastian	(8) Uraian Rinci, menuntut peneliti agar melaporkan hasil penelitiannya dengan cermat untuk menggambarkan konteks tempat penelitian diselenggarakan.
Kebergantungan	(9) Audit Kebergantungan
Kepastian	(10) Audit Kepastian

Sumber: Moleong M.A.2013.Metodologi Penelitian Kualitatif, hal 327

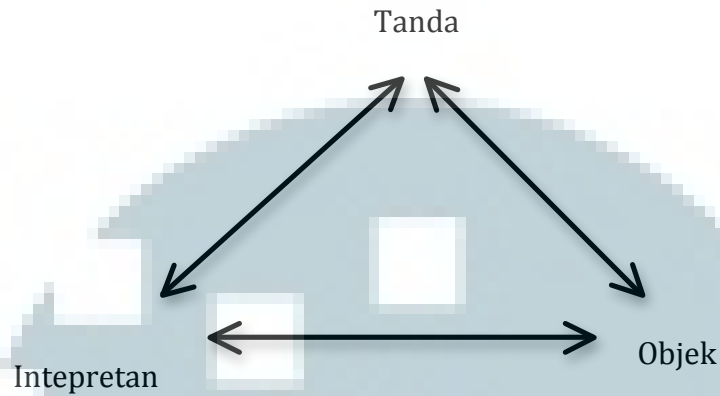
Peneliti menggunakan teknik Triangulasi dalam memeriksa keabsahan data penelitian ini. Denzin (1978) seperti yang dikutip oleh Moleong (2013:330) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Pada triangulasi dengan metode, dilakukan pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik penumpulan data dan pengecekan beberapa sumber dengan metode yang sama.

Teknik selanjutnya, triangulasi dengan penyidik memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk pengecekan kembali sehingga mampu mengurangi kesalahan dalam pengumpulan data. Triangulasi dengan teori, yang didasarkan pada anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Dalam mengecek keabsahan data penelitian, maka akan digunakan model triangulasi berdasarkan penyidik atau peneliti lain untuk pengecekan kembali. Pemanfaatan peneliti lain dapat mengurangi kemelencengan dalam pengumpulan data.

3.6 Teknik Analisis Data

Setelah proses pengumpulan data dilakukan, proses selanjutnya adalah melakukan analisis data. Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan. Dalam hal ini, Nasution (1988) menyatakan, analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian (Sugiyono, 2012:245). Penelitian ini menggunakan teknik analisis semiotika Charles Sanders Peirce, yaitu menggunakan segitiga pemaknaan yang terdiri atas representemen, intepretan dan objek.

Gambar 3.1 Segitiga Pemaknaan Peirce



Sumber: Fiske, John. Pengantar Ilmu Komunikasi.2012.hlm70

Sebuah tanda mengacu pada sesuatu di luar dirinya (objek), dan dipahami oleh seseorang, yaitu bahwa tanda memiliki efek di dalam benak pengguna (intepretan). Intepretan merupakan konsep mental yang diproduksi oleh tanda dan juga oleh pengalaman yang dimiliki oleh pengguna terhadap objek. Jika ketiga elemen makna ini berinteraksi dalam benak seseorang, maka akan muncul sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut.

Peirce membagi tanda menjadi tiga tipe, yaitu simbol, indeks dan ikon. Sebuah ikon memiliki kesamaan dengan objek seperti sebuah portrait atau peta. Indeks adalah tanda dengan sebuah hubungan langsung yang nyata dengan objek yang diwakilinya, misalnya asap adalah indeks dari api. Sedangkan simbol adalah sebuah tanda yang keterkaitannya dengan objek merupakan permasalahan konvensi, persetujuan, atau aturan.

Tabel 3.3 Jenis Tanda dan Cara Kerjanya

Jenis Tanda	Ditandai dengan	Contoh	Proses Kerja
Ikon	-persamaan -kemiripan	Gambar, foto dan patung	dilihat
Indeks	-hubungan sebab akibat -keterkaitan	- asap---api -gejala---penyakit	diperkirakan
Simbol	-konvensi atau -kesepakatan sosial	-kata-kata -isyarat	dipelajari

Sumber : Wibowo, Indiwana Seto Wahyu. 2013. Semiotika Komunikasi : Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi, hal 19.

Peneliti menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce, karena pada dasarnya iklan terdiri atas banyak tanda. Untuk mengkaji iklan dalam perspektif semiotika, peneliti akan mengkajinya melalui sistem tanda dalam iklan. Iklan menggunakan sistem tanda yang terdiri atas lambang. Pada dasarnya, lambang yang digunakan dalam iklan terdiri atas dua jenis, yaitu verbal dan nonverbal. Lambang verbal adalah bahasa yang kita kenal. Sedangkan lambang nonverbal adalah bentuk dan warna yang disajikan dalam iklan, yang tidak secara khusus meniru rupa atas bentuk realitas. Semua unsur yang ada dalam iklan televisi termasuk dalam *mise en scene* akan dianalisa dengan semiotika Peirce. Tanda yang ada dalam iklan ini dapat diklasifikasikan kedalam tabel berikut.

Tabel 3.4 Tabel Elemen Bahasa Gambar

Penanda Komposisi	Makna
<i>Simetric</i>	Tenang, stabil, religiusitas
<i>Asimetric</i>	Keseharian, alamiah
<i>Static</i>	Ketiadaan, konflik
<i>Dynamic</i>	Disorientasi, gangguan

Penanda Pengambilan Gambar	Makna
<i>Big Close Up</i>	Emosional, dramatic, peristiwa penting.
<i>Close Up</i>	Keintiman
<i>Medium Shot</i>	Hubungan personal dengan subjek
<i>Long Shot</i>	Konteks, jarak publik
<i>Full Shot</i>	Hubungan sosial

Penanda Fokus	Makna
<i>Selective focus</i>	Meminta dan mengarahkan perhatian pada bagian tertentu
<i>Soft focus</i>	Romantis, nostalgia
<i>Deep focus</i>	Semua unsur adalah penting

Penanda Angle Kamera	Makna
<i>High</i>	Dominasi, kekuatan, kewenangan
<i>Eye Level</i>	Kesetaraan
<i>Low</i>	Kelemahan, pengecilan

Penanda Pencahayaan	Makna
<i>High key</i>	Kebahagiaan, keindahan, mencolok
<i>Low key</i>	Kesedihan, kesuraman
<i>High contrast</i>	Dramatis, teatrikal
<i>Low contrast</i>	Realistis, dokumenter

Sumber: Selby, Keith dan Ron Cowdery. 1995. *How to Study Television*, hal 57-58.

UMMN