



### **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 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian pada hakikatnya merupakan suatu upaya untuk menemukan kebenaran atau untuk lebih membenarkan kebenaran. Usaha untuk mengejar kebenaran dilakukan oleh para filsuf, peneliti, maupun oleh para praktisi melalui model-model tertentu. Model tersebut biasanya disebut dengan paradigma (Moleong, 2012: 49).

Pada umumnya paradigma diartikan sebagai cara atau sudut pandang yang dipakai oleh seseorang atau satu kelompok dalam melihat, memandang, atau mendekati suatu gejala yang ada dan atau yang muncul dalam masyarakat. Bogdan dan Biklen menyatakan bahwa, paradigma adalah kumpulan longgar dari sejumlah asumsi yang dipegang bersama konsep atau proposisi yang mengarah cara berpikir dan penelitian (Soewadji, 2012:38).

Deddy N. Hidayat (2002:203) dalam *Metodologi Penelitian dalam Sebuah Multi-Paradigm Science* mengutip Denzin dan Lincoln yang mengatakan bahwa, setiap paradigma dapat dibedakan berdasarkan dimensi-dimensi yang berkaitan dengan epistemologi, ontologi dan metodologi. Di luar dimensi-dimensi tersebut, sejumlah pakar lain

menilai sebuah paradigma juga memuat elemen axiologis. Hidayat (2002:203-204) menjabarkan perbedaan antar paradigma tersebut yang dibahas dari empat dimensi, yakni:

- 1) Epistemologis: menyangkut asumsi tentang hubungan antara peneliti dan yang diteliti dalam proses untuk memperoleh pengetahuan mengenai objek yang diteliti. Kesemuanya menyangkut teori pengetahuan (*theory of knowledge*) yang melekat dalam perspektif teori dan metodologi.
- 2) Ontologis: berkaitan dengan asumsi mengenai objek atau realitas sosial yang diteliti.
- 3) Metodologis: menyangkut asumsi-asumsi tentang bagaimana cara memperoleh pengetahuan mengenai objek pengetahuan,
- 4) Sedangkan aksiologis; menyangkut posisi *value judgments*, etika dan pilihan moral peneliti dalam suatu penelitian.

Pengertian dasar dari paradigma konstruktivis adalah bahwa pandangan ini beranggapan bahwa manusia adalah aktor kreatif dari realitas sosialnya (Bungin, 2008: 11). Manusia memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur, nilai dan pranata sosial di daerah mereka, sehingga manusia secara kreatif dapat memilih nilai-nilai yang ia percaya dan dapat menciptakan atau mengkonstruksi realitas sosial secara bebas.

Paradigma konstruktivis memandang komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna (Eriyanto, 2002: 42). Paradigma ini tidak memandang gambaran atau representasi realitas yang ditunjukkan oleh media merupakan sesuatu yang nyata dan benar, melainkan sebuah hasil konstruksi yang didasarkan oleh nilai-nilai atau konteks sosial yang dibuat oleh pihak konstruktur.

Paradigma konstruktivis memiliki pandangan yang berbeda dengan positivisme dan post-positivisme dalam mengungkap realitas dunia. Paradigma konstruktivis berhubungan dengan teori-teori yang dihasilkan oleh para peneliti dan teoritis aliran konstruktivis. Aliran-aliran konstruktionis ini berlandaskan pada ide bahwa realitas bukanlah bentukan yang objektif, tetapi dikonstruksi melalui proses interaksi dalam kelompok, masyarakat dan budaya (LittleJohn, 2002: 163). Paradigma konstruktivis dapat dijelaskan melalui empat dimensi seperti di atas yakni:

<b>Dimensi</b>	<b>Subjective-Constructivism</b>
<b>Ontologis</b>	<b>Relativism:</b> Realitas merupakan konstruksi sosial. Kebenaran suatu realitas bersifat relatif, berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. Realitas adalah hasil konstuksi mental dari individu pelaku sosial, sehingga realitas dipahami secara beragam dan dipengaruhi oleh pengalaman, konteks dan waktu.
<b>Epistemologis</b>	<b>Transactionalist/Subjectivist:</b> Pemahaman tentang suatu realitas atau temuan suatu penelitian merupakan

	<p>produk interaksi antara peneliti dengan yang diteliti.</p> <p>Peneliti dan objek atau realitas yang diteliti merupakan kesatuan realitas yang tidak terpisahkan.</p>
<b>Axiologis</b>	<p>Nilai, etika dan pilihan moral merupakan bagian tak terpisahkan dari suatu penelitian.</p> <p>Peneliti sebagai <i>passionate participant</i>, fasilitator yang menjembatani keragaman subjektivitas pelaku sosial.</p> <p>Tujuan penelitian: rekonstruksi realitas sosial secara dialektis antara peneliti dengan pelaku sosial yang diteliti.</p>
<b>Metodologis</b>	<p>Reflective/Dialectical:</p> <p>Menekankan empati dan interaksi dialektis antara peneliti-responden untuk merekonstruksi realitas yang diteliti, melalui metode-metode kualitatif seperti obeservasi partisipan.</p>

Tabel 3.1 Empat Dimensi Paradigma Konstruktivis, Sumber: Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, hlm. 51-52

Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Periset sudah mempunyai konsep (biasanya suatu konsep) atau kerangka konseptual. Melalui kerangka konseptual (landasan teori), periset melakukan operasionalisasi konsep yang akan menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel (Kriyantono, 2006:68). Penelitian deksriptif juga mencari atau menganalisis bagaimana saling hubungannya antara berbagai variabel atau berbagai fenomena atau berbagai gejala sosial tersebut (Soewadji, 2012:34).

Penelitian deskriptif memungkinkan berlangsungnya penelitian yang bersifat mendalam sehingga kedalaman dan tingkat representatif data menjadi pertimbangan penting. Oleh sebab itu, karena upaya untuk mencapai tingkat kedalaman tersebut, penelitian ini sering memakan waktu yang lebih lama (Bungin, 2007:69).

Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Pertanyaan dengan kata tanya mengapa, alasan apa dan bagaimana terjadinya akan senantiasa dimanfaatkan oleh peneliti (Moleong, 2012:11).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dan memiliki jenis dan sifat penelitian yang deskriptif untuk mengkaji dan melihat bagaimana propaganda luar negeri Amerika Serikat dalam film *Argo* (2012) dikonstruksikan.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode Penelitian pada penelitian ini merupakan metodologi penelitian kualitatif dengan jenis penelitian bersifat deksriptif dan memakai teknik penelitian teks yaitu analisis semiotika menggunakan teknik analisis Charles S. Peirce dalam melihat propaganda luar negeri AS dalam film *Argo* (2012), karya sutradara Ben Affleck.

Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling* bahkan populasi atau *sampling* yang digunakan sangat terbatas. Yang ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data dan bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2006: 57).

Moleong (2012:6) mengutip Bogdan dan Taylor yang mendefinisikan metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sejalan dengan definisi tersebut, Moleong juga mengutip Kirk dan Miller yang mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

Dari kajian tentang definisi-definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lainnya. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus dan alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2012:6).

Menurut Moleong dalam bukunya *Metodologi Penelitian Kualitatif* (2012: 7), penelitian kualitatif memiliki beberapa karakteristik, seperti berikut:

- 1) Latar alamiah: penelitian kualitatif melakukan penelitian pada latar alamiah atau pada konteks pada suatu keutuhan.
- 2) Manusia sebagai alat: peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama.
- 3) Metode kualitatif: penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan jamak. Metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan responden. Metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.
- 4) Analisis data secara induktif: upaya pencarian data bukan dimaksudkan untuk membuktikan hipotesis telah yang dirumuskan sebelum penelitian diadakan, namun mendorong penciptaan teori baru.
- 5) Teori dan dasar: penyusunan teori berasal dari bawah ke atas (*grounded theory*), yaitu sejumlah data yang banyak dikumpulkan dan yang saling berhubungan.
- 6) Deskriptif: data penelitian yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka.

- 7) Lebih mementingkan proses daripada hasil
- 8) Adanya batas yang ditentukan oleh fokus: penetapan fokus sebagai pokok masalah penelitian penting artinya dalam usaha menemukan batas penelitian.
- 9) Adanya kriteria khusus untuk keabsahan data.
- 10) Desain yang bersifat sementara: penelitian kualitatif menyusun desain yang secara terus menerus disesuaikan dengan kenyataan di lapangan.
- 11) Hasil penelitian dirundingkan dan disepakati bersama.

Penelitian kualitatif sendiri terdiri dari tiga model, yaitu dengan format deskriptif, verifikatif, dan *ground research*. Penelitian kualitatif deskriptif memiliki tujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi dan fenomena realitas sosial menjadi suatu objek penelitian dan memiliki upaya untuk menarik realitas permukaan sebagai suatu karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang fenomena tertentu (Bungin, 2007: 68).

Oleh sebab itu, penelitian semiotika ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan metode kualitatif dan bersifat deskriptif dengan data utama film *Argo* (2012) yang diproduksi oleh Warner Bros Studio dan disutradarai oleh Ben Affleck, ini bertujuan untuk mencari penjelasan detail mengenai fenomena sistem tanda yang menunjukkan adanya interpretasi konstruksi nilai-nilai propaganda didalam film tersebut secara komprehensif.

### 3.3 Unit Analisis

Unit analisis dari penelitian ini adalah tanda-tanda ikonik, simbolik dan indeksial baik secara visual maupun non-visual pada film *Argo* (2012) yang merepresentasikan propaganda. Film sebagai media memiliki karakter audio dan visual dalam memberikan informasinya kepada audiens. Lebih jelasnya, tanda-tanda tersebut dalam unit analisis penelitian ini dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu:

- 1) Tanda non-visual (verbal): tanda verbal dapat berupa dialog (percakapan) antara tokoh di dalamnya, pernyataan, dan suara-suara lainnya yang dapat diterima indera pendengaran. Intonasi dari nada suara para aktor dalam film tersebut, juga bisa memberikan unsur emosi didalam pernyataan pesan dari karakter film tersebut. Sedangkan tanda non-visual dapat berupa konsep pemikiran dan pandangan yang tidak berwujud visual dalam film *Argo*.
- 2) Tanda visual (non-verbal): berupa tanda-tanda yang berwujud visual dalam film *Argo* yang terdiri atas *scene and shot*. John Gibbs dalam bukunya *Mise-En-Scene: Film Style And Interpretation* (2002:5) menyatakan bahwa unsur *screen and shot* terdapat pada *mise-en-scene* yang kurang lebih adalah sebagai berikut:

- a) Pencahayaan: berperan untuk memandu penonton untuk fokus pada tokoh tertentu, serta untuk pembentukan mood.
- b) Dekorasi ruang dan komposisi: berperan bagaimana sebuah tokoh digambarkan dan diposisikan dalam pengambilan gambar. Penempatan memberikan keseimbangan atau ketidakseimbangan bagi sebuah *shot* dan memberikan pengaruh pada audiens.
- c) Akting: Penampilan aktor dalam menekankan unsur visualnya bisa dilihat dari sikap, gerak, gestur, tampilan dan ekspresinya.

Dilihat dari unit-unit analisis tersebut, penelitian ini mengacu pada tanda visual dan non-visual dalam meneliti representasi propaganda politik luar negeri dalam film *Argo* (2012).

### 3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisa semiotika.

Segala hal yang berhubungan dengan tanda, cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakan adalah hal-hal yang dianalisa dalam semiotika. Ilmu semiotika mempelajari sistem-sistem,

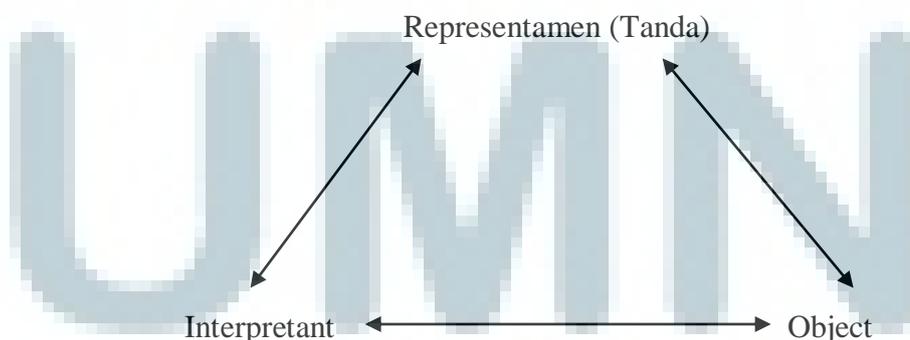
aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti (Kriyantono, 2006:265).

Analisis semiotik berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi dibalik sebuah tanda (teks, iklan, berita). Karena sistem tanda sifatnya amat kontekstual dan bergantung pada pengguna tanda tersebut. Pemikiran pengguna tanda merupakan tanda tersebut berada (Kriyantono, 2006:266).

Analisis semiotika yang digunakan pada penelitian ini adalah semiotika yang dikemukakan oleh Charles S. Peirce. Menurut Peirce tanda dibentuk oleh hubungan segitiga yaitu Representamen yang oleh Peirce juga disebut sebagai tanda (sign) yang berhubungan dengan objek yang dirujuknya. Hubungan itu menghasilkan interpretant.

**Gambar 3.1**

### **Hubungan Tanda, Objek dan Interpretan (Triangle of Meaning)**



Sumber: Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, hlm. 268

Tanda atau representament adalah bagian tanda yang merujuk pada sesuatu cara atau berdasarkan kapasitas tertentu. Peirce mengistilahkan representament sebagai benda atau objek yang berfungsi sebagai tanda (Cobley dan Jansz, 2002: 21).

Objek adalah sesuatu yang dirujuk oleh tanda. Biasanya objek merupakan sesuatu yang lain dari tanda itu sendiri atau objek dan tanda bisa jadi merupakan entitas yang sama (Noth, 1990: 42).

Terdapat beberapa macam object dalam teori semiotika yang dikemukakan Peirce, yaitu:

- 1) Objek Representasi: Objek yang direpresentasikan oleh tanda.
- 2) Objek Dinamik: Objek yang tidak bergantung pada tanda, objek inilah yang merangsang penciptaan tanda

Interpretant merupakan efek yang ditimbulkan dari proses penandaan atau bisa juga interpretant adalah tanda sebagaimana dicerap oleh benak kita, sebagai hasil penghadapan kita dengan tanda itu sendiri (Cobley dan Jansz, 2002:23)

Cobley dan Jansz (2002:24) menjelaskan bagaimana objek menurut Peirce, interpretant dibagi menjadi tiga macam:

- 1) Immediate interpretant (makna pertama)

Makna yang muncul ketika kita memahami tanda secara bebas. Efek pertama atau potensi makna sebuah tanda, sebelum ada penafsiran.

2) Dynamic interpretant (makna dinamis)

Makna yang merupakan efek langsung yang betul-betul dihasilkan sebuah tanda pada penafsir, yang berbeda dari satu penafsiran lainnya.

3) Final interpretant (makna akhir)

Makna yang merupakan efek tanda yang relatif jarang secara penuh berfungsi pada setiap contoh penggunaan. Sesuatu yang pada akhirnya diputuskan sebagai tafsiran sebenarnya.

Apabila ketiga elemen makna tersebut berinteraksi dalam benak seseorang maka muncul makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut (Sobur, 2001: 115). Yang dimaksud “tanda” ini sangat luas. Peirce membedakan tanda atas lambang (symbol), ikon (icon), dan indeks (index).

Kriyantono (2006: 266) menjelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

- 1) Lambang: suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya merupakan hubungan yang sudah terbentuk secara konvensional. Lambang adalah tanda yang dibentuk karena adanya consensus dari para pengguna tanda.
- 2) Ikon: suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya berupa hubungan berupa kemiripan. Jadi, ikon adalah bentuk tanda yang dalam berbagai bentuk menyerupai objek dari tanda tersebut.

3) Indeks: suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya timbul karena ada kedekatan eksistensi. Jika indeks adalah suatu tanda yang mempunyai hubungan langsung (kausalitas) dengan objeknya

TANDA	IKON	INDEKS	SIMBOL
<b>Ditandai dengan:</b>	Persamaan (kesamaan)	Hubungan sebab akibat	Konvensi
<b>Contoh:</b>	Gambar-gambar Patung-patung Tokoh besar	Asap / api, Gejala /penyakit,	Kata-kata Isyarat
<b>Proses:</b>	Foto Reagan Dapat dilihat	Bercak merah/campak Dapat diperkirakan	Harus dipelajari

**Tabel 3.2** Trikotomi ikon, indeks, dan simbol Peirce, Sumber : Alex Sobur, 2009, *Semiotika Komunikasi*, hal. 34

Menurut Peirce, sebuah analisis tentang esensi tanda mengarah pada pembuktian bahwa setiap tanda ditentukan oleh obyeknya. Pertama, dengan mengikuti sifat obyeknya, ketika kita menyebutkan tanda sebuah ikon. Kedua, menjadi kenyataan dan keberadaannya berkaitan dengan obyek individual, ketika kita menyebutkan tanda sebuah indeks. Ketiga, kurang lebih perkiraan yang pasti bahwa hal itu diinterpretasikan sebagai obyek denotatif sebagai akibat dan suatu kebiasaan ketika kita menyebut tanda sebuah simbol (Zoest, 1996:43).

Untuk menganalisa gambar atau visual pada sebuah film pun perlu diperhatikan konstruksi tanda yang dikomunikasikan melalui film tersebut kepada khalayak, sehingga makna dari tanda tersebut dapat

tersalurkan. Terdapat teknik-teknik pengambilan gambar yang dapat membentuk visualisasi film yang bisa dikategorikan sebagai tanda, seperti pada tabel berikut ini:

<b>Penanda</b>	<b>Menandakan</b>
<b>Pengambilan gambar</b> <i>Big close up</i> <i>Close up</i> <i>Medium Shot</i> <i>Long Shot</i>	Emosional, dramatik, peristiwa penting Intimitas, kedekatan Hub. Personal yang intens dengan subjek Konteks, perbedaan publik
<b>Kamera</b> <i>High</i> <i>Eye Level</i> <i>Low</i>	Dominasi, kekuatan, kewenangan Kesetaraan Kekaleman, menekankan kekuatan
<b>Jenis Lensa</b> <i>Wide</i> <i>Normal</i> <i>Tele</i>	Dramatis Keseharian, normalitas Dramatis, keintiman, kerahasiaan
<b>Komposisi</b> <i>Simetric</i> <i>Asimetric</i> <i>Static</i> <i>Dynamic</i>	Tenang, stabil, religiositas Keseharian, alamiah Ketiadaan, konflik Disorientasi, gangguan
<b>Fokus pengambilan gambar</b> <i>Selective focus</i>  <i>Soft focus</i> <i>Deep Focus</i>	Meminta dan mengarahkan perhatian pada bagian tertentu Romantis, nostalgia Semua unsur dinilai penting untuk diperhatikan
<b>Pencahayaan</b> <i>High key</i> <i>Low key</i> <i>High contrast</i> <i>Low contrast</i>	Ruang cerah Suram, muram Dramatis, teatrikal Realistis, dokumenter

Tabel 3.3 Tabel elemen-elemen bahasa gambar, Sumber: Keith Selby dan Ron Cowdery, 1995, *How to Study Television*, hal. 57-58

Marcel Danesi dalam bukunya *Understanding Media Semiotics* (2002:41) menyatakan bahwa warna juga dapat menjadi suatu tanda yang timbul dari kovensi sosial yang dapat membentuk suatu representasi. Ada delapan macam tanda warna yang dikategorikan oleh Danesi, yakni:

- 1) Putih menandakan kemurnian, kepolosan, kebaikan, kesucian, dan kelakuan baik.
- 2) Hitam menandakan kejahatan, kekotoran, kesalahan, sifat buruk, kejahatan moral, tingkah laku tidak baik, tidak bermoral, dan kegelapan.
- 3) Merah menandakan darah, nafsu, seksualitas, kesuburan, kemarahan, dan sensualitas.
- 4) Hijau menandakan harapan, kegelisahan, kenaifan, keterusterangan, dan kepercayaan.
- 5) Kuning menandakan kegembiraan, kegiatan, sinar matahari, kebahagiaan, ketenangan, kemakmuran, dan kedamaian.
- 6) Biru menandakan harapan, langit, surga, ketenangan, mistisisme, dan misteri.
- 7) Coklat menandakan rendah hati, kealamian, tempat asal, dan keteguhan.
- 8) Abu-abu menandakan ketidaktenangan, keadaan samar-samar, ketidakjelasan, misteri.