



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 ini menggunakan analisis semiotika, karena itu jenis pendekatan kualitatiflah yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2010, h. 4), metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh).

Penelitian deskriptif bermaksud memberikan gambaran suatu gejala sosial tertentu, sudah ada informasi mengenai gejala sosial seperti yang dimaksudkan dalam suatu permasalahan penelitian namun belum memadai.

Penelitian deskriptif menjawab pertanyaan apa dengan penjelasan yang lebih terperinci mengenai gejala sosial seperti yang dimaksudkan dalam suatu permasalahan penelitian yang bersangkutan. Penelitian deskriptif dilakukan terhadap variabel mandiri, yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu

keutuhan. Menurut Kick dan Miller dalam Moleong (2010, h. 4), penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya (Moleong, 2010, h. 4).

Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit. Definisi ini lebih melihat perspektif emik dalam penelitian yaitu memandang sesuatu upaya membangun pandangan subjek penelitian yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit.

Dari kajian tentang definisi-definisi tersebut dapatlah disintesis bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2010, h. 6).

Penelitian kualitatif memiliki sejumlah cirri-ciri yang membedakannya dengan penelitian jenis lainnya. Menurut Bogdan dan Biklen & Lincoln dan Guba dalam Moleong (2010, h. 8) ada 11 ciri penelitian kualitatif :

1. Latar alamiah : Penelitian dilakukan pada situasi alamiah dalam suatu keutuhan.

2. Manusia sebagai alat (instrumen) : Manusia/peneliti merupakan alat pengumpulan data yang utama.
3. Metode kualitatif : Metode yang digunakan adalah metode kualitatif.
4. Analisis data secara induktif : Mengacu pada temuan lapangan.
5. Teori dan dasar (*grounded theory*) : Menuju pada arah penyusunan teori berdasarkan data.
6. Deskriptif : Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.
7. Lebih mementingkan proses daripada hasil.
8. Adanya batas yang ditentukan oleh fokus : Perlunya batas penelitian atas dasar fokus yang timbul sebagai masalah dalam penelitian.
9. Adanya kriteria khusus untuk keabsahan data : Berhubungan dengan validitas, reliabilitas, dan objektivitas.
10. Desain yang bersifat sementara : Desain penelitian terus berkembang sesuai dengan kenyataan lapangan.
11. Hasil penelitian dirundingkan dan disepakati bersama : Hasil penelitian dirundingkan dan disepakati bersama antar peneliti dengan sumber data.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, yang merupakan bagian dari penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Rachmat Kriyantono (2006, h. 58) bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data.

Rachmat Kriyantono (2006, h. 51-52) dalam bukunya menjelaskan bahwa paradigma konstruktivis dilihat dari empat hal, yaitu: ontologis (kaitannya dengan realitas), epistemologis (kaitannya dengan pengetahuan yang didapat oleh peneliti dari yang diteliti), aksiologis (kaitannya dengan nilai-nilai), dan metodologis (kaitannya dengan teknik-teknik yang digunakan untuk menemukan pengetahuan).

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika. Semiotika menurut Peirce adalah suatu hubungan antara tanda, objek dan makna. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (sign), berfungsinya tanda dan produksi makna.

Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain. Menurut Peirce, tanda-tanda dalam gambar dapat digolongkan ke dalam ikon, indeks dan simbol (Tinarbuko, 2009, h. 12-13).

Ikon adalah tanda yang mirip dengan objek yang diwakilinya atau tanda yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksudkan. Indeks adalah tanda yang memiliki hubungan sebab akibat dengan apa yang diwakilinya atau disebut juga sebagai bukti.

Simbol adalah tanda berdasarkan konvensi, peraturan, atau perjanjian yang disepakati bersama. Simbol baru dapat dipahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati sebelumnya (Tinarbuko, 2009, h. 12-13).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti merencanakan iklan yang akan diteliti dan memilih iklan Ponds's Flawless White Versi Sandra Dewi sebagai iklan yang akan diteliti melalui analisis semiotika. Kemudian peneliti melakukan pengumpulan data, menganalisis tanda-tanda yang ada, menafsirkan makna dari setiap tanda yang ada, dan melaporkan hasil penelitian yang telah dilakukan.

3.4 Unit Analisis

Unit analisis dari penelitian ini adalah tanda verbal, tanda non verbal dan *mise-en-scene* (*camera angle, frame size, dan lighting*) yang ada di dalam iklan Pond's Flawless White Versi Sandra Dewi. Kajian dari unit analisis ini akan digunakan untuk menunjukkan adanya representasi kecantikan wanita dalam iklan.

Tanda non verbal adalah semua aspek komunikasi yang bukan berupa kata-kata. Tidak hanya gerakan dan bahasa tubuh, tetapi juga bagaimana mengucapkan kata-kata: nada suara, warna suara, volume, dll. Aspek-aspek non verbal inilah yang akan mempengaruhi makna dari kata-kata yang diucapkan (Wood, 2013, h.124).

Mulyana (2008, h. 353-436) membagi tanda-tanda non verbal menjadi beberapa bagian:

Tabel 3.1 Tanda Non Verbal dan Maknanya

Tanda Non Verbal	Makna
Bahasa tubuh (isyarat tangan, gerakan kepala, postur tubuh, dan posisi kaki)	Memperteguh pesan verbal, mengkomunikasikan etnis, emosi
Ekspresi wajah dan tatapan mata	Fungsi pengatur (memberi tahu orang lain apakah akan melakukan hubungan dengan orang tersebut atau menghindari), fungsi ekspresif (memberi tahu orang lain bagaimana perasaannya terhadap orang lain)
Sentuhan	Menunjukkan status atau kekuasaan, bersifat persuasif
Parabahasa	Mengekspresikan emosi dan pikiran
Penampilan fisik (kostum, karakteristik fisik)	Mengkomunikasikan budaya, keyakinan, kebiasaan atau perilaku, tuntutan lingkungan, pencitraan
Bau-bauan	Mengidentifikasi keadaan emosional, menarik lawan jenis
Orientasi ruang dan jarak pribadi	Mengkomunikasikan hubungan kedekatan seseorang dengan yang lain
Waktu	Mengkomunikasikan perasaan hati dan perasaan manusia
Diam	Memberikan waktu untuk berpikir, merasa diancam, memiliki hubungan

	antara orang-orang yang bersangkutan, durasi diam
Warna	Menunjukkan suasana emosional, cita rasa, afiliasi politik, keyakinan agama
Artefak	Mengkomunikasikan kecerdasan, keadaan ekonomi berdasarkan kebutuhan

Baksin (2013, h. 120-124) membagi lima sudut pengambilan gambar (*camera angle*). Masing-masing mempunyai fungsi berbeda sehingga karakter dan pesan yang dikandung dalam setiap *shot* akan berbeda pula.

1. *Bird Eye View*: Teknik pengambilan gambar yang dilakukan dengan posisi kamera di atas ketinggian objek yang direkam. Maknanya untuk memperlihatkan objek-objek lemah dan tak berdaya. Sehingga penonton merasa terlibat, seolah-olah melihat kondisi kejadian sebenarnya.
2. *High Angle*: Teknik pengambilan gambar dari atas objek. Maknanya menimbulkan kesan ‘lemah’, ‘tak berdaya’, ‘kesendirian’, dan kesan lain yang mengandung konotasi ‘dilemahkan atau dikerdilkan’.
3. *Low Angle*: Teknik pengambilan gambar dari bawah objek. Maknanya menggambarkan seseorang yang berwibawa atau berpengaruh baik dalam soal ekonomi, politik, sosial, dan lainnya.
4. *Eye Level*: Teknik pengambilan gambar yang sejajar dengan objek dan tidak mengandung kesan tertentu.

5. *Frog Eye*: Teknik pengambilan gambar yang dilakukan juru kamera dengan ketinggian kamera sejajar dengan dasar (alas) kedudukan objek atau dengan ketinggian yang lebih rendah dari dasar (alas) kedudukan objek. Maknanya menimbulkan kesan dramatis untuk memperlihatkan suatu pandangan yang aneh, ganjil, ‘kebesaran’, atau ‘sesuatu’ yang menarik tapi diambil dengan variasi tidak biasanya.

Baksin (2013, h. 124-128) membagi *frame size* menjadi beberapa bagian:

Tabel 3.2 *Frame Size* dan Maknanya

<i>Frame Size</i>	Ukuran	Makna
ECU (<i>extreme close-up</i>)	Sangat dekat sekali	Menunjukkan detail suatu objek
BCU (<i>big close-up</i>)	Dari batas kepala hingga dagu	Menonjolkan objek untuk menimbulkan ekspresi tertentu
CU (<i>close-up</i>)	Dari batas kepala sampai leher bagian bawah	Memberi gambaran objek secara jelas
MCU (<i>medium close-up</i>)	Dari batas kepala hingga dada atas	Menegaskan profil seseorang
MS (<i>mid shot</i>)	Dari batas kepala sampai pinggang (perut bagian bawah)	Memperlihatkan seseorang dengan sosoknya
KS (<i>knee shot</i>)	Dari batas kepala hingga lutut	Memperlihatkan sosok objek (sama dengan MS)
FS (<i>full shot</i>)	Dari batas kepala hingga	Memperlihatkan objek

	kaki	dengan lingkungan sekitar
LS (<i>long shot</i>)	Objek penuh dengan latar belakangnya	Memperlihatkan objek dengan latar belakangnya
1 S (<i>one shot</i>)	Pengambilan gambar satu objek	Memperlihatkan seseorang dalam frame
2 S (<i>two shot</i>)	Pengambilan gambar dua objek	Adegan dua objek saling berinteraksi
3 S (<i>three shot</i>)	Pengambilan gambar tiga objek	Menunjukkan tiga orang berinteraksi
GS (<i>group shot</i>)	Pengambilan gambar dengan memperlihatkan objek lebih dari tiga orang	Menunjukkan lebih dari tiga orang berinteraksi

Pratista (2008, h. 79-80) membagi pencahayaan menurut rancangan tata lampu. Adapun rancangan tata lampu secara umum dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu *high key lighting* dan *low key lighting*.

Tabel 3.3 *Lighting* dan Maknanya

<i>Lighting</i>	Teknik	Makna
<i>High Key Lighting</i>	Tata cahaya yang menciptakan batas yang tipis antara area gelap dan terang. Teknik ini lebih mengutamakan pada	Digunakan pada adegan-adegan formal dan biasa.

	warna, bentuk, dan garis yang tegas pada tiap elemen <i>mise-en-scene</i> . Efek bayangan diusahakan seminimal mungkin	
<i>Low Key Lighting</i>	Tata cahaya yang menciptakan batasan yang tegas antara area gelap dan terang. Teknik ini lebih mengutamakan unsur bayangan yang tegas dalam <i>mise-en-scene</i> . Teknik ini menampilkan efek kontras antara area gelap dan terang	Digunakan dalam adegan-adegan bersifat intim, mencekam, suram, serta mengandung misteri

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Semiotika menurut Peirce adalah suatu hubungan antara tanda, objek dan makna.

Analisis semiotik berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah tanda (teks, iklan, berita). Karena sistem tanda sifatnya amat konstektual dan bergantung pada pengguna tanda tersebut (Kriyantono, 2006, h. 266).

Pemikiran pengguna tanda merupakan hasil pengaruh dari berbagai konstruksi sosial dimana pengguna tanda tersebut berada. Yang dimaksud “tanda” ini sangat luas (Kriyantono, 2006, h. 266).

Peirce membedakan tanda menjadi tiga, yaitu Ikon (*icon*), Indeks (*index*), dan Simbol (*symbol*).

1. Ikon (*icon*)

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. Patung kuda adalah ikon dari seekor kuda.

2. Indeks (*index*)

Suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya timbul karena ada kedekatan eksistensi. Jadi indeks adalah suatu tanda yang mempunyai hubungan langsung (kausalitas) dengan objeknya. Asap merupakan indeks dari adanya api.

3. Simbol (*symbol*)

Suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya merupakan hubungan yang sudah terbentuk secara konvensional. Simbol adalah tanda yang dibentuk karena adanya kesepakatan dari para pengguna tanda. Warna merah bagi masyarakat Indonesia adalah lambang berani, mungkin di Amerika bukan (Kriyantono, 2006, h. 266).