



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

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif bersifat deskriptif di mana peneliti mendeskripsikan semua isi tanda dalam iklan layanan masyarakat Sayang Bandung termasuk cara penyampaiannya dan istilah-istilah yang digunakan dalam iklan tersebut.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode semiotik. Paradigma penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Konsep paradigma konstruktivis secara ontologis, sebuah realitas merupakan konstruksi sosial (Dedy N Hidayat dalam Wibowo, 2013, h. 37). Penulis tidak menilai ada ideologi apa di balik iklan layanan masyarakat Sayang Bandung. Yang dilihat melalui paradigma konstruktivis adalah bahwa iklan ini adalah hasil konstruksi dari pembuatnya untuk mempersuasi warga menggunakan prinsip yang ada untuk membuang sampah pada tempatnya, juga untuk mengkonstruksi pola pikir warga Bandung bahwa membuang sampah sembarangan adalah hal yang mengerikan karena dapat didenda hingga 50 juta rupiah.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan adalah dengan mencari dan mengumpulkan iklan cetak resmi Sayang Bandung.

3.3.2 Studi Literatur

Studi literatur yang akan dilakukan adalah dengan mengumpulkan, membaca, mempelajari, dan menganalisis dokumen-dokumen serta sumber data yang ada baik dari buku, internet, maupun karya ilmiah. Selain itu, penulis juga akan mempelajari skripsi dari peneliti terdahulu untuk mendukung hasil analisis penulis.

3.4 Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.

Data mengenai iklan layanan masyarakat Sayang Bandung yang diambil oleh penulis terpercaya karena penulis telah melakukan riset sebelumnya melalui pengunjungan secara berkala pada sosial media milik walikota Bandung, Ridwan Kamil, juga mengunjungi secara langsung Kota Bandung untuk menemukan iklan Sayang Bandung yang resmi dari

pemerintah, karena pada media internet ditemukan banyak “iklan” yang diedit oleh warga dengan kreativitas masing-masing sehingga rawan terjadinya bias atau kekeliruan data.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis semiotika, yaitu suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda (Sobur, 2013, h.15-16).

Sementara itu, penulis menggunakan pendekatan dari kerangka analisis semiotik yang dikembangkan oleh Charles S. Peirce untuk mengkaji iklan layanan masyarakat Sayang Bandung dengan teori segitiga maknanya.

Melalui teori segitiga makna yang dikembangkan oleh Peirce, tanda dalam gambar dapat digolongkan dalam ikon, indeks, dan simbol.

Maka, langkah analisis semiotik yang akan dilakukan peneliti adalah:

1. Mengidentifikasi tanda dalam iklan layanan masyarakat Sayang Bandung
2. Menginterpretasikan tanda dalam iklan layanan masyarakat Sayang Bandung satu persatu.
3. Memaknai representasi persuasi menjaga kebersihan dalam iklan layanan masyarakat Sayang Bandung berdasarkan hasil interpretasi tanda.