



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 jenis penelitian kualitatif dan sifat penelitian deskriptif yaitu penelitian yang nantinya akan menghasilkan analisis yang jelas, terdeskripsi. Fenomena yang akan diteliti nantinya akan dijelaskan secara detail dalam penelitian ini. Menurut Kountur penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejelas mungkin tanpa adanya perlakuan terhadap obyek yang diteliti (Kountur, 2003, h. 105)

Sementara itu, Arikunto mengatakan bahwa pada umumnya penelitian deskriptif merupakan penelitian non hipotesis sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis (Arikunto, 1998, h. 245). Maksudnya di sini adalah, penelitian kualitatif juga memiliki hipotesis tetapi sedikit berbeda dengan penelitian kuantitatif. Hipotesis pada penelitian kualitatif bersifat sementara dan dapat berubah-ubah sewaktu pengumpulan dan analisis data dan tidak membutuhkan pengujian statistik (Kountur, 2003, h. 27).

Penelitian deskriptif akan memberikan jawaban terhadap gejala sosial atau fenomena yang terjadi di masyarakat selama ini. Mungkin sebelumnya sudah ada penjelasan tentang fenomena yang terjadi, tetapi penjelasan tersebut belum cukup rinci sehingga masih harus dijelaskan kembali menggunakan penelitian deskriptif.

Penelitian metode kualitatif memiliki pendekatan interpretif (subjektif) yang kemudian menghasilkan dua varian paradigma, yaitu konstruktivis dan kritis (Kriyantono, 2006, h. 51). Dalam penelitian ini, paradigma yang akan digunakan merupakan paradigma konstruktivis. Paradigma merupakan cara pandang yang digunakan peneliti untuk menjadi dasar pemikiran analisisnya. Guba dalam Wibowo mengatakan bahwa paradigma adalah seperangkat kepercayaan dasar yang menjadi prinsip utama, pandangan tentang dunia yang menjelaskan pada penganutnya tentang alam dan dunia (Wibowo, 2013, h. 165).

Paradigma konstruktivis menggambarkan tentang struktur sosial yang dibangun terus menerus oleh masyarakat sehingga realitas atau kenyataan hanyalah bersifat abstrak. Realitas atau kenyataan dianggap bukan sesuatu yang sebenarnya karena semua dikonstruksi oleh masyarakat.

Untuk melihat perbedaan konstruktivis dan kritis bisa digunakan empat landasan falsafahnya, yaitu ontologis, epistemologis, aksiologis, dan metodologis (Kriyantono, 2006, h. 51).

Landasan Falsafah	<i>Subjective-Constructivism</i>
Ontologis	<p><i>Relativism :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Realitas merupakan konstruksi sosial. Kebenaran suatu realitas bersifat relatif, berlaku sesuai

	<p>konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Realitas adalah hasil konstruksi mental dari individu pelaku sosial, sehingga realitas dipahami secara beragam dan dipengaruhi oleh pengalaman, konteks, dan waktu.
Epistemologis	<p><i>Transactional/Subjectivist :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Pemahaman tentang suatu realitas atau temuan suatu penelitian merupakan produk interaksi antara peneliti dengan yang diteliti. – Peneliti & objek atau realitas yang diteliti merupakan kesatuan realitas yang tidak terpisahkan.
Axiologis	<ul style="list-style-type: none"> – Nilai, etika, dan pilihan moral merupakan bagian tak terpisahkan dari suatu penelitian. – Peneliti sebagai <i>passionate participant</i>, fasilitator yang

	<p>menjembatani keragaman subjektivitas pelaku sosial.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tujuan penelitian: rekonstruksi realitas sosial secara dialektis antara peneliti dengan pelaku sosial yang diteliti.
Metodologis	<p><i>Reflective/Dialectical:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Menekankan empati dan interaksi dialektis antara peneliti-responden untuk merekonstruksi realitas yang diteliti, melalui metode-metode kualitatif seperti observasi partisipan.

Sumber : Rachmat Kriyantono, Ph.D., *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, 2006, halaman 51-52

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, artinya analisis yang dihasilkan nantinya akan berupa data deksriptif baik ucapan maupun tulisan. Basrowi Sadikin dalam Wibowo mengatakan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang

menghasilkan penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya (Wibowo, 2013, h. 162).

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang datanya adalah data kualitatif, umumnya dalam bentuk narasi atau gambar-gambar (Kountur, 2003, h. 16). Jika penelitian kuantitatif mengikuti proses deduktif-induktif dalam penelitiannya, berbeda dengan kualitatif yang menggunakan proses berpikir induktif-deduktif dalam penelitiannya. Yang dimaksud dari proses induktif adalah penelitian ini akan mengambil kesimpulan dari khusus ke umum.

Moleong menjelaskan bahwa penelitian kualitatif dimanfaatkan untuk keperluan (2010, h. 7):

- Pada penelitian awal di mana subjek penelitian tidak didefinisikan secara baik dan kurang dipahami
- Pada upaya pemahaman penelitian perilaku dan penelitian motivasional
- Untuk penelitian konsultatif
- Memahami isu-isu rumit suatu proses
- Memahami isu-isu rinci tentang suatu situasi dan kenyataan yang dihadapi seseorang
- Untuk memahami isu-isu yang sensitif
- Untuk keperluan evaluasi
- Untuk meneliti latar belakang fenomena yang tidak dapat diteliti melalui penelitian kuantitatif

- Digunakan untuk menemukan perspektif baru tentang hal-hal yang sudah banyak diketahui
- Digunakan oleh peneliti bermaksud meneliti sesuatu secara mendalam
- Digunakan oleh peneliti yang berkeinginan untuk menggunakan hal-hal yang belum banyak diketahui ilmu pengetahuan

Melalui pernyataan Moleong di atas, penelitian mengenai representasi maskulinitas dalam iklan rokok Djarum Super dan Gudang Garam pun ada di jalur kualitatif karena peneliti berusaha memahami fenomena sosial melalui gambaran secara keseluruhan dalam penelitian ini peneliti menemukan perspektif baru tentang maskulinitas melalui metode Greimas.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumen. Studi dokumen di sini berarti menjadikan si peneliti menjadi orang yang mencari, mengumpulkan, menganalisis, dan menyimpulkan hasil penelitiannya. Menurut Arikunto, bila peneliti menggunakan studi dokumentasi maka dokumen atau catatlah yang menjadi sumber data, sedang isi catatan adalah subjek penelitian atau variabel penelitian (Arikunto, 1998, h. 114).

Dokumen yang akan digunakan bisa diambil dari tulisan, gambar, buku, jurnal, majalah, agenda, koran, tabloid, dan lain-lain. Unit observasi dari penelitian ini

adalah visual iklan rokok Djarum Super. Iklan ini dipilih peneliti karena ingin melihat tanda-tanda yang mengkonstruksi representasi maskulinitas dalam iklan tersebut.

Dibandingkan dengan teknik pengumpulan data lainnya, studi dokumen masih terbilang agak ringan atau tidak begitu sulit karena yang diamati adalah benda mati bukan benda hidup. Dengan kata lain, apabila ada yang keliru sumber datanya masih tetap, tidak berubah.

Dari dokumen atau teks iklan yang sudah didapatkan, peneliti akan melakukan studi dokumentasi dengan cara mencari, membaca, dan menganalisis dokumen dan sumber-sumber data yang sudah diperoleh melalui buku, informasi di internet, jurnal ilmiah, artikel, atau bentuk-bentuk dokumen publikasi lainnya yang bisa mendukung penelitian ini.

3.4 Unit Analisis

Sasaran dalam penelitian ini adalah tanda dalam iklan rokok Djarum Super My Life My Adventure versi Bull Race yang berdurasi 45 detik dan iklan rokok Gudang Garam Gold Sentuhan Gold yang berdurasi 60 detik. Penelitian ini hanya akan menganalisis iklan yang ada di televisi saja.

Unit analisis diperlukan untuk menganalisis iklan-iklan rokok ini menggunakan *semiotic square*. Unit analisis merupakan bagian penting dalam penelitian dan dianggap pula sebagai subjek penelitian. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan maskulinitas sinema Beynon yang didasarkan

konstruksi film dan representasi maskulinitas milik Kirkham dan Thumin (Beynon, 2002, h. 65) yang membaginya ke dalam empat arena, yaitu:

1. *The Body* → Unit ini ingin menunjukkan bahwa lelaki maskulin di depan layar dapat dilihat dari tubuhnya. Istilah yang akan diteliti adalah *strength* (kekuatan).
2. *Action* → Unit ini ingin menunjukkan bahwa lelaki maskulin dinilai dari tindakannya. Unit analisis yang akan diteliti adalah *tough* (kegigihan) dan *endurance* (daya tahan).
3. *External world* → Pada ranah ini, Kirkham dan Thurmin mengatakan bahwa seorang pria sepatutnya memiliki wibawa dan berperilaku yang berani. *External world* berarti dunia luar atau gambaran di luar yang diciptakan seorang pria mengenai dirinya sendiri. Maka, unit analisis ini akan meneliti istilah *courage* (berani).

Unit-unit analisis ini akan diteliti secara terpisah sekaligus secara keseluruhan menggunakan *semiotic square*. Makna yang diberikan pada setiap tanda akan didasarkan atas pengetahuan dan latar belakang budaya sosial yang dimiliki peneliti dan dibantu dari informasi-informasi dari sumber lain yang didapatkan peneliti.

3.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, semiotika A.J. Greimas dan akan menggunakan analisis *semiotic square* dalam prosesnya. Data yang bersifat kualitatif

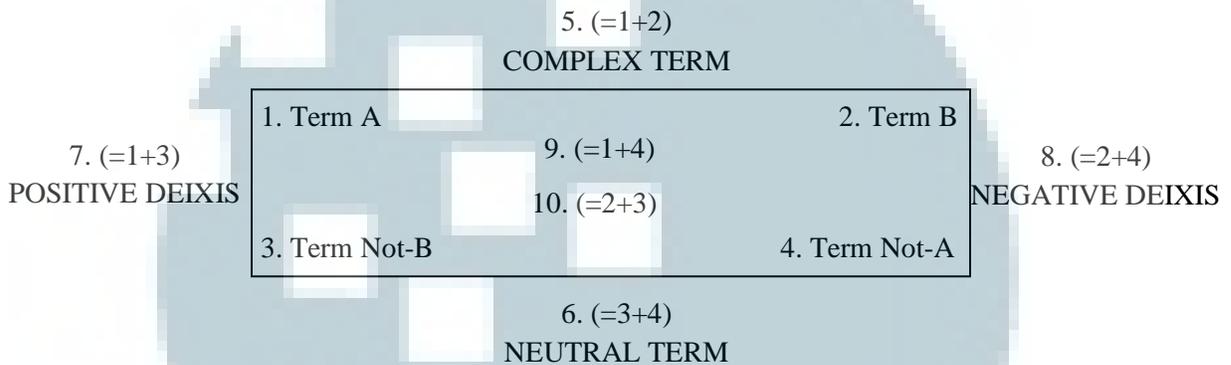
yaitu dengan yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan (Arikunto, 1998, h. 245). Morissan mengatakan semiotika adalah studi mengenai tanda dan simbol yang merupakan tradisi penting dalam tradisi komunikasi (Morissan, 2013, h. 32).

Iklan yang akan dianalisis yaitu iklan rokok Djarum Super My Life My Adventure versi Bull Race dan iklan Gudang Garam Gold Sentuhan Gold. Kedua iklan ini akan diekspos berdasarkan penempatan budaya, termasuk dalam nilai-nilai, rasa, dan gaya estetika yang saling berhubungan antar produk (Oswald, 2015, h. 42). Peneliti akan mencari adegan-adegan yang sesuai dengan unit analisis maskulinitas yang digunakan dalam penelitian. Selanjutnya, setelah menentukan adegan-adegan yang menunjukkan maskulinitas, penelitian akan berlanjut pada analisis *semiotic square* yang didalamnya nanti akan ditemukan *binary analysis* atau analisis pasangan. Sesuai dengan teori *semiotic square* Greimas, dimensi pasangan ini akan dibagi ke dalam tiga bagian, yakni:

1. Istilah yang bertentangan (*contrary*) yaitu hubungan antara istilah A dan istilah B, dan istilah not-A dan istilah not-B.
2. Implikasi (*implication*) yaitu hubungan antara istilah not-B dan istilah A, dan istilah not-A dan istilah B.
3. Pembantahan (*contradiction*) yaitu hubungan antara istilah A dan istilah not-A, dan istilah B dan istilah not-B.

Setelah semua bagian sudah ditentukan, barulah peneliti akan menganalisis kedua iklan ini menggunakan *semiotic square* untuk menemukan definisi yang paling tepat bagi setiap adegan yang menunjukkan maskulinitas.

Berikut ini merupakan struktur dari *Semiotic Square* berdasarkan Louis Hebert.



Position 1: (term A)

Position 2: (term B)

Position 3: (term not-B)

Position 4: (term not-A)

Position 5: A + B, the complex term

Position 6: not-B + not-A, the neutral term

Position 7: A + not-B, the positive deixis

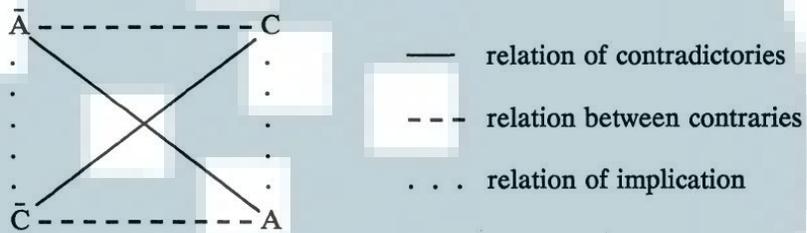
Position 8: B + not-A, the negative deixis

Position 9: A + not-A, unnamed

Position 10: B + not-B, unnamed

Sumber: Louis Herbert, *Tools for Text and Image Analysis An Introduction to Applied Semiotics*, 2005

Korelasi antara A vs negasi A dan C vs negasi C didasarkan pada pemahaman yang bisa dimengerti sebagai struktur semantik mudah yang bisa direpresentasikan dengan struktur dasar akan makna, yakni *semiotic square*. Korelasi dalam dua hubungan antara istilah A vs negasi A dan C vs negasi C disebut Greimas sebagai *semiosis* (Budniakiewicz, 1992, h. 205).



Sumber: Therese Budniakiewicz, *Fundamentals of Story Logic Introduction to Greimassian Semiotics*, 1992

UMMN