



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

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif. Creswell (dalam Emzir, 2012, h. 1) mendefinisikan penelitian kualitatif yang kurang bertumpu pada sumber-sumber informasi, tetapi membawa ide-ide yang sama. Penelitian kualitatif berasal dari pendekatan interpretative (subjektif).

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2006, h. 56).

Sedangkan, Lodico, Spaulding, dan Voegtle (dalam Emzir, 2012, h. 2) menjelaskan penelitian kualitatif adalah suatu metodologi yang dipinjam dari disiplin ilmu seperti sosiologi dan antropologi dan diadaptasi ke dalam *setting* pendidikan. Penelitian kualitatif menggunakan metode penalaran induktif dan sangat percaya bahwa terdapat banyak perspektif yang akan dapat diungkapkan. Penelitian kualitatif berfokus pada fenomena sosial dan pada pemberian suara pada perasaan dan persepsi dari partisipan.

Penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif, dimana proses penelitiannya berawal dari suatu observasi atau gejala dan sifatnya yakni menjelajah. Sehingga, teori yang digunakan hanya membantu proses penelitian dalam memaknai data yang ada (Kriyantono, 2009, h. 45). Penelitian kualitatif cenderung berasumsi

bahwa realitas sosial selalu berubah, dan penelitian kualitatif ini merupakan hasil dari konstruksi sosial yang berlangsung antara para pelaku dan institusi sosial (Hidayat, 2002, h. 212).

Paradigma penelitian ini dengan paradigma konstruktivis. Denzin dan Lincoln (1999, h. 123) mencatat paradigma adalah serangkaian keyakinan dasar yang membimbing tindakan. Paradigma berkaitan dengan prinsip-prinsip dasar yang kemudian menentukan pandangan peneliti.

Denzin dan Lincoln (1994) dalam Poerwandari (2009, h. 21) menyebutkan bahwa semua paradigma untuk memahami realitas manusia sebenarnya dapat disebut paradigma-paradigma interpretif karena paradigma sesungguhnya bicara mengenai 'cara memahami', 'cara menginterpretasi', suatu kerangka pikir, set dasar keyakinan yang memberikan arahan pada tindakan.

Guba dan Lincoln (1994) dalam Hidayat (2002, h. 200) menjajakan tipologi yang mencakup empat paradigma, yakni *Positivism*, *Postpositivism*, *Critical Theories*, dan *Constructivism*.

Guba (1990, h. 18) juga menjelaskan bahwa dalam paradigma terdapat karakteristik yang memiliki pertanyaan mendasar, yaitu *ontological*, *epistemological*, dan *methodological*. Ontologi yang mempertanyakan mengenai hakikat sebuah realitas. Epistemologi yang mempertanyakan tentang hubungan antara peneliti dengan apa yang diteliti.

Guba dan Lincoln (1985) memetakan tipologi paradigma berdasarkan pada perspektif utama atau pertanyaan-pertanyaan mendasar dari paradigma itu sendiri terdapat dalam struktur penelitian kualitatif terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Garis Besar Perbedaan Utama Paradigma

	POSITIVISME	POST-POSITIVISME	TEORI KRITIS	KONSTRUKTIVISME
ONTOLOGI	Realisme naif: Realitas 'nyata' namun bisa dipahami	Realisme kritis : realitas 'nyata' namun hanya bisa dipahami secara tidak sempurna dan probabilistic	Realisme historis : realitas maya yang dibentuk oleh nilai sospolek, etnik, dan gender, serta mengkristal seiring perjalanan waktu	Relativisme : realitas yang dikonstruksikan secara lokal dan spesifik
EPISTEMOLOG	Dualis/obyektivis: temuan yang benar	Dualis/obyektivis yang dimodifikasi; tradisi/komunitas kritis; temuan-temuan yang mungkin benar	Transaksional/subyektivis; temuan-temuan yang dipertentangi oleh nilai	Transaksional/subyektivis; temuan-temuan yang diciptakan
METODOLOGI	Eksperimental/manipulative; verifikasi hipotesis; terutama metode-metode kuantitatif	Eksperimental/manipulative yang dimodifikasi; tradisi/komunitas kritis; temuan-temuan yang mungkin benar	Dialogis/dialektis	Hermeneutis/dialektis

Sumber: Denzin, N.K dan Y.S Lincoln. *Handbook of Qualitative Research*. 2009, h. 135

Berdasarkan penjelasan dari keempat paradigma dalam penelitian, Penelitian ini menggunakan Paradigma Konstruktivis. Terlihat pada tabel bahwa

penelitian ini hanya memahami untuk merekonstruksikan perspektif yang menjadi objek penelitian.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian ini jelas menggunakan metode penelitian analisis semiotika. Metode analisis semiotika yang digunakan adalah untuk mengetahui makna analisis gaya kepemimpinan dari tayangan parodi kampanye yang dilakukan oleh Cameo Project. Metode ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang mengacu pada semiotika pragmatis. Peirce melihat tanda sebagai sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain.

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif berfungsi untuk menjelaskan suatu fenomena atau objek penelitian sekomprensif mungkin melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2006, h. 56-57).

3.3 Unit Analisis Data

Tayangan video yang berjudul “*CAMEO Fun Campaign : Prabowo & Jokowi*” dalam situs youtube, menjadi unit analisis data. Video parodi dengan durasi 07:33 menit, dibagi menjadi 6 segmen diantaranya 3 segmen tentang Jokowi, 3 segmen tentang Prabowo.

Unit analisis penelitian yang diteliti yaitu tanda verbal maupun nonverbal yang terkandung dalam video ini. Tanda verbal seperti dialog, pernyataan, dan sebagainya yang mana terdengar dari indra pendengaran dan dapat dipahami

sebagai tanda simbol yang dimaksudkan dalam model semiotika Peirce. Tanda nonverbal adalah tanda yang terlihat merupakan unsur visual yang didapat dari indra penglihatan sebagaimana tanda ikon dan indeks dalam model semiotika Peirce.

Pesan verbal menurut Mulyana (2008, h. 260) adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Masih berkaitan, Mulyana (2008, h. 261) menegaskan bahwa bahasa verbal menggunakan kata-kata yang merepresentasikan berbagai aspek realitas individual manusia.

Mulyana (2008, h. 343) mendefinisikan pesan nonverbal sebagai semua isyarat yang bukan kata-kata. Mengutip Samovar dan Porter dalam Mulyana (2008, h. 343), komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) yang mempunyai nilai pesan bagi pengirim atau penerima pesan tersebut.

Adapun Indikator pesan nonverbal yang dibagi oleh Rakhmat (2008, h. 289-292);

Tabel 3.2 Indikator Pesan Nonverbal

No.	Pesan Nonverbal	Indikator	Makna
1	Kinesik	Fasial (air muka)	Ekspresi senang dan tak senang, ada atau tidaknya pengertian, minat atau tidak minat, tertarik atau tidak tertarik, pengendalian emosi individu, intensitas keterlibatan dalam suatu situasi.

		Gestural (gerakan anggota badan)	Mendorong atau membatasi, menyesuaikan atau mempertentangkan, perasaan positif atau negatif, memperhatikan atau tidak memperhatikan, menyetujui atau menolak, responsif atau tidak responsif.
		Postural	Kesukaan atau ketidaksukaan terhadap individu lain, status dari komunikator, respon negatif atau positif.
2	Proksemik atau Pengaturan Jarak	Jarak antar individu	Keakraban, jauh atau dekatnya sebuah hubungan.
3	Artifaktual	Pakaian, alas kaki	Keadaan ekonomi.

Unit analisis data dilengkapi dengan teknik ukuran pengambilan gambar atau dikenal dengan nama *Frame size*. Dijelaskan oleh Baksin (2006, h. 120), *frame size* adalah ukuran *shot* pada proses pengambilan gambar untuk memperlihatkan situasi objek bersangkutan. Baksin (2006, h. 124-128), membagi *frame size* menjadi delapan bagian yaitu *Extreme Close-Up*, *Big Close-Up*, *Close-Up*, *Medium Close-Up*, *Mid Shot*, *Knee Shot*, *Full Shot*, dan *Long Shot*, kemudian dijabarkan dalam tabel berikut;

Tabel 3.3 Frame Size

No	Jenis	Ukuran	Makna
1	<i>Extreme Close-Up</i>	Sangat dekat sekali, misal; hidungnya saja atau telinga saja	Menunjukkan detail sesuatu.

2	<i>Big Close-Up</i>	Dari batas kepala hingga dagu objek.	Menonjolkan objek atau ekspresi tertentu.
3	<i>Close Up</i>	Dari batas kepala sampai leher bagian bawah.	Memberi gambaran objek secara jelas.
4	<i>Medium Close-Up</i>	Dari batas kepala hingga dada atas.	Menegaskan profil seseorang.
5	<i>Mid Shot</i>	Dari batas kepala sampai pinggang (perut bagian bawah).	Memperlihatkan seseorang dengan sosoknya
6	<i>Knee Shot</i>	Dari batas kepala hingga lutut.	Memperlihatkan sosok objek.
7	<i>Full Shot</i>	Dari batas kepala hingga kaki.	Memperlihatkan objek dengan lingkungan sekitar
8	<i>Long Shot</i>	Objek penuh dengan latar belakangnya	Memperlihatkan objek dengan latar belakangnya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dengan cara studi dokumentasi. Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang secara tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian. Teknik ini diterapkan

untuk melihat dokumen–dokumen yang berhubungan dengan subjek penelitian dalam menginterpretasikan data hasil observasi (Kriyantono, 2009, h. 115-116).

Dokumen yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah video “*CAMEO Fun Campaign : Prabowo & Jokowi*”, dokumen mengenai komunikasi khususnya komunikasi politik, dan pembahasan mengenai representasi dan semiotika. Dokumen pendukung lainnya mengenai teknik pengambilan gambar serta, portal berita online yang mana dipakai untuk mendukung pada penelitian ini.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah semiotika yang dikemukakan oleh Charles Sander Peirce. Analisis semiotika pada dasarnya berupaya untuk menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah tanda.

Analisis semiotik berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah tanda (teks, iklan, berita) (Burton, 2008, h.35). Cara berfikir Peirce yang dipengaruhi aliran filsafat pragmatisme yang cenderung bersifat empirisme radikal (Pawito, 2009, h. 82).

Dalam memahami sebuah tanda, ketiganya saling berhubungan., begitu juga dengan representamen bisa diposisikan sebagai objek, objek bisa diposisi interpretan, dan interpretan dapat diposisikan sebagai representamen. Rangkaian proses semiosis ini tidak akan berujung dari awal hingga akhir. (Budiman, 2011, h. 76).

Peirce dalam Pawito (2009, h. 82-83) membedakan ketiga tanda sebagai kategori pokok: ikon, indeks, dan simbol. Ikon yang dimaksudkan adalah “*a sign which is determined by its virtue of its own intern nature*” (suatu tanda ditentukan oleh objek yang dinamis karena sifat-sifat internal yang ada). Hal-hal seperti kemiripan, kessesuaian, tiruan, dan kesan-kesan atau citra menjadi kata kunci untuk memberikan makna terhadap tanda yang bersifat ikonik.

Indeks menunjuk pada tanda yang cara pemaknaannya lebih ditentukan objek dinamik dengan cara “*being in a real to it*”. Proses pemaknaan tanda-tanda bersifat indeks tidak dapat bersifat langsung, tetapi harus dengan cara memikirkan dan mengaitkannya.

Simbol biasanya dipahami sebagai “*a sign which is determined by its dynamic object only in the sense that it will be so interpreted*” (suatu tanda yang ditentukan oleh objek dinamikanya dalam arti ia harus benar-benar diinterpretasi). Dalam hal ini, interpretasi tanda simbolik melibatkan proses belajar, pengalaman dan kesepakatan - kesepakatan dalam masyarakat.

Penulis menggunakan Teknik semiotika Pierce dalam penelitian ini untuk menganalisis video “*CAMEO Fun Campaign : Prabowo & Jokowi*” pada situs *youtube*. Teknik ini dirasa tepat karena dapat mengupas sebuah video parodi yang kontennya berupa ragam tanda dan memiliki makna tertentu yang dapat merepresentasikan sesuatu bagi manusia.