



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 Paradigma Penelitian

Paradigma juga bisa disebut dengan pendekatan atau perspektif. Paradigma didefinisikan sebagai cara pandang dalam memberikan tafsiran terhadap suatu peristiwa (Kriyantono, 2020, p. 19). Dalam menafsirkan suatu peristiwa, ada banyak cara pandang. Tidak jarang juga terjadi perbedaan penafsiran terhadap suatu peristiwa. Misalnya, menangis bisa ditafsirkan sebagai perasaan haru, sedih ataupun gembira, tergantung dari cara pandang seseorang terhadap peristiwa tersebut. Perbedaan penafsiran ini disebabkan oleh perbedaan paradigma dalam menafsirkan suatu objek atau realitas (Kriyantono, 2020, p. 20).

Terdapat beberapa paradigma, mulai dari positivistik, konstruktivis hingga kritis. Menurut Kriyantono (2020, p. 23-24), perbedaan antarparadigma ini berasal dari perbedaan landasan atau asumsi, yaitu ontologis, epistemologis dan aksiologis, yang kemudian akan memengaruhi metodologi (bagaimana proses dan metode penelitiannya). Dalam penelitian ini, paradigma yang akan digunakan adalah konstruktivis. Menurut Kriyantono (2020, p. 24-26), paradigma konstruktivis bisa dibedakan berdasarkan landasan sebagai berikut:

- a. Secara ontologis, paradigma konstruktivis memandang realitas sebagai suatu konstruksi sosial. Realitas dipersepsi oleh individu dan dipengaruhi oleh pengalaman, konteks serta waktu, sehingga realitas itu diciptakan interaksi dan kepercayaan individu. Hal ini menyebabkan kebenaran

suatu realitas itu bersifat relatif dan berlaku sesuai konteks yang telah dinilai relevan oleh para pelaku sosial.

- b. Secara epistemologis, paradigma ini memandang hubungan peneliti dengan objek penelitian atau realitas yang diteliti sebagai suatu kesatuan yang tidak dipisahkan, karena peneliti dan partisipan terlibat dalam proses konstruksi suatu realitas. Paradigma konstruktivis mengkaji pemaknaan dari individu dengan cara mendorongnya untuk berpikir, berekspresi dan memberikan perhatian terhadap rasa humanis. Jadi, paradigma ini memulai kajian dengan melihat individu, latar sosial dan fenomena sebagai entitas yang khas.
- c. Secara aksiologis, paradigma ini melihat etika, nilai dan moral sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari sebuah penelitian. Peneliti bertugas dalam menjembatani keragaman subjektivitas para pelaku sosial, dengan tujuan untuk rekonstruksi realitas sosial secara dialektis antara peneliti dengan pelaku sosial yang diteliti.
- d. Secara metodologi, paradigma ini akan mengungkap makna kultural yang terkandung dalam suatu realitas sosial.

Berdasarkan hal tersebut, paradigma konstruktivis ini dipilih sebagai cara pandang dalam penelitian ini dikarenakan bertujuan untuk memahami konstruksi yang diciptakan oleh pengiklan terkait konsep pria metroseksual yang dipresentasikan dalam iklan di media sosial.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yang bertujuan menafsirkan atau menjelaskan fenomena yang terjadi (Anggito & Setiawan, 2018, p. 8). Penelitian kualitatif berusaha untuk mendapatkan pemahaman terhadap suatu fenomena dan ekstrapolasi pada situasi yang sama. Anggito & Setiawan (2018, p. 14) menyebutkan ada dua tujuan penelitian kualitatif secara umum, yaitu untuk menggambarkan (*describe*) dan mengungkapkan (*explore*) serta menggambarkan (*describe*) dan menjelaskan (*explain*).

Penelitian ini juga bersifat deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu fenomena secara terperinci atau untuk menggambarkan apa yang terjadi (Kenneth D. Bailey dalam Wibowo, 2013, p. 35). Penelitian deskriptif juga bermaksud untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan berupa penjelasan terperinci mengenai gejala sosial, seperti yang dimaksudkan dalam suatu masalah penelitian yang bersangkutan.

Penelitian ini menempatkan seorang peneliti sebagai instrumen penelitian, yaitu alat dalam pengumpulan data utama. Analisis data dalam penelitian kualitatif deskriptif ini juga diperoleh secara induktif, yang berarti tidak mencari data fakta atau kepentingan bukti atau penolakan, tetapi mencari fakta beragam yang kemudian ditelaah dan dijadikan sebuah kesimpulan (Anggito & Setiawan, 2018, p. 12).

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah analisis semiotik. Menurut Vera (2014, p. 38), analisis semiotika bertujuan untuk menemukan makna tersembunyi atau laten dari suatu pesan yang berupa tanda (baik tanda verbal maupun nonverbal). Hal ini dikarenakan tidak semua pesan komunikasi dapat dimengerti secara langsung, terutama pesan iklan yang mengandung banyak makna tersembunyi. Kriyantono (2020, p. 223) juga menyebutkan bahwa iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang memiliki tanda-tanda dengan makna tersembunyi.

Kriyantono (2020, p. 223) juga menambahkan bahwa sistem tanda bersifat sangat kontekstual dan sangat bergantung pada pengguna tanda. Pemikiran dari pengguna tanda adalah hasil dari konstruksi sosial di masyarakat, tempat pengguna tanda tersebut berada. Analisis semiotik yang digunakan adalah semiotika Roland Barthes, yang menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan juga kultural dari penggunanya serta interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya (Kriyantono, 2020, p. 228). Hal ini sesuai dengan objek penelitian ini yang menggunakan iklan dari Korea Selatan, yaitu iklan Laneige Homme Ft. Park Seo Joon untuk representasi pria metroseksual di Korea Selatan dalam iklan tersebut.

3.4 Unit Analisis Data

Unit analisis data yang digunakan berupa potongan adegan dalam masing-masing versi iklan yang mencerminkan pria metroseksual (yang terdiri dari audio

dan visual), teknik pengambilan gambar, sudut pengambilan gambar, gerakan kamera, teknik pencahayaan, kualitas pencahayaan, tipografi, warna, bahasa tubuh dan paralinguistik.

Tabel 3.1 Teknik Pengambilan Gambar

| Nama Teknik | Makna |
|-------------------------|--|
| <i>Medium Shot</i> | Menjelaskan adegan eksposisi, yang berhubungan dengan gerakan ataupun percakapan. |
| <i>Close-Up</i> | Bertujuan untuk mengangkat arti penting dari suatu objek dan seringkali menunjukkan makna simbolis. |
| <i>Extreme Close-Up</i> | Menunjukkan emosi yang lebih mendalam, yang ditandai dengan semakin dekat gambarnya, maka emosinya juga akan semakin intens. |

(Sumber: Giannetti, 2013, p. 10-11)

Tabel 3.2 Sudut Pengambilan Gambar

| Nama Teknik | Makna |
|------------------------|--|
| <i>Eye Level Angle</i> | Teknik ini tidak memiliki makna yang khusus, biasanya digunakan untuk memperlihatkan gambaran yang ingin diperlihatkan secara jelas. |

(Sumber: Giannetti, 2013, p. 12)

Tabel 3.3 Gerakan Kamera (*Moving Camera*)

| Nama Teknik | Makna |
|----------------------|--|
| <i>Tilt Shots</i> | Bertujuan untuk menjaga subjek tetap berada dalam <i>frame</i> , menekankan hubungan sebab akibat dan menyiratkan perubahan psikologis dalam karakter. |
| <i>Crane Shots</i> | Tujuannya berkaitan dengan perasaan dan emosi dari penonton yang merasakan efek “masuk” atau “keluar” dari set. |
| <i>Zoom Shots</i> | Teknik ini ditandai dengan pembesaran yang tiba-tiba, seolah-olah adegan tersebut didorong ke arah penonton. Efeknya adalah perasaan menakutkan saat “diceburkan” ke dalam suatu <i>scene</i> atau bisa juga menyebabkan perasaan tersentak saat dicabut dari suatu <i>scene</i> |
| <i>Panning Shots</i> | Teknik ini ditandai dengan gerakan kamera secara horizontal, dengan tujuan untuk menjaga subjek tetap berada di dalam <i>frame</i> . Efek yang disebabkan oleh teknik ini adalah untuk menampilkan hubungan sebab akibat antara dua subjek dan menekankan pada solidaritas atau hubungan |

(Sumber: Giannetti, 2013, p. 114-124)

Tabel 3.4 Teknik Pencahayaan

| Nama Teknik | Makna |
|-------------------------------------|--|
| <i>Lighting as Characterization</i> | Ditandai dengan adanya pencahayaan dari belakang yang memberikan aura “spiritual” dari suatu karakter, seakan-akan subjek tersebut diberkati oleh Tuhan. |

(Sumber: Giannetti, 2013, p. 21)

Tabel 3.5 Kualitas Pencahayaan

| Nama Teknik | Makna |
|-------------------|---|
| <i>Soft Light</i> | Bersifat relatif halus dan cenderung menghaluskan fitur serta tekstur. Selain itu, <i>soft light</i> biasanya diterapkan untuk menyamarkan kerutan wajah atau ketidaksempurnaan dari model. |

(Sumber: Ascher & Pincus, 2012)

Tabel 3.6 Warna

| Warna | Makna |
|---------|--|
| Putih | Sering dikaitkan dengan profesionalitas. Baju yang berwarna putih sering diasosiasikan sebagai baju yang digunakan oleh seorang pebisnis. |
| Abu-Abu | Merupakan warna yang dewasa atau <i>mature</i> dan berkaitan dengan pakaian pebisnis. |
| Hitam | Biasanya mengomunikasikan suatu bentuk kepercayaan yang dewasa. |
| Biru | Diasosiasikan dengan kekuatan (<i>power</i>) dan kekuasaan (<i>authority</i>). Pemilihan warna biru bisa memberikan dampak yang kaya dan <i>hypnotic</i> , tergantung dari penggunaannya. Warna biru juga mencerminkan maskulinitas. |

(Sumber: Adams, 2017)

Tabel 3.7 Bahasa Tubuh (*Body Language*)

| Bahasa Tubuh | Makna |
|---|---|
| <i>Forehead Furrowing</i> (dahi berkerut) | Menandakan ada sesuatu yang salah, sebagai ekspresi ketika orang sedang berkonsentrasi atau ketika sedang memahami sesuatu dan bisa juga menandakan perasaan ragu, tegang ataupun kekhawatiran. |
| <i>Eyes Darting</i> (mata yang gusar, kurang fokus) | Perasaan ragu, cemas, takut ataupun khawatir. |
| Mulut yang sedikit terbuka | Ketakutan, kekhawatiran atau kecemasan. |
| <i>Long Stare</i> (tatapan mata yang dalam) | Menandakan orang yang sedang berpikir keras atau sedang memproses informasi. |

| | |
|---|---|
| <i>Relaxed Eyes</i> (mata yang terlihat rileks) | Kenyamanan dan kepercayaan diri, yang ditandai dengan otot-otot sekitar mata, dahi dan pipi yang rileks. |
| <i>True Smile</i> (senyuman) | Diasosiasikan sebagai pribadi yang berkarisma, yang ditandai dengan adanya gerakan mulut dan otot-otot di sekitar mata ketika seseorang tersenyum |
| <i>Gaze Engaging</i> (tatapan yang lembut) | Bertujuan untuk mendapatkan perhatian dari orang lain, yang ditandai dengan kelembutan yang tercermin dari wajah. |
| <i>Eyes Closing for Emphasis</i> (menutup mata singkat untuk penekanan) | Menekankan sesuatu. |
| <i>Crimping Corners of The Mouth</i> (sudut bibir tertarik ke arah samping) | Menunjukkan keangkuhan. |
| <i>Chin Up</i> (dagu yang sedikit terangkat) | Menandakan kepercayaan, kebanggaan atau bisa juga kesombongan, dalam beberapa kasus tertentu. |
| <i>Smile</i> | Merupakan cara yang instan untuk mengomunikasikan keramahan dan niat baik. |
| <i>Nervous Smile</i> (senyum yang gugup atau kaku) | Biasanya ditunjukkan untuk memperlihatkan bahwa keadaan baik-baik saja dan menunjukkan kecemasan, kekhawatiran ataupun stres. |
| <i>Eyebrows Arching</i> (<i>Tense</i>) | Ketegangan yang disebabkan ketika seseorang dihadapkan pada suatu situasi yang mengejutkan atau yang tidak diinginkan. |
| <i>Neck Stiffening</i> (leher yang tegang atau kaku) | Menandakan ada sesuatu yang salah, ditandai dengan situasi ketika seseorang beralih dari keadaan santai ke leher yang tegang atau kaku dengan cepat. |
| <i>Eyes Widening</i> (<i>Stiff</i>) | Menunjukkan stres, terkejut, ketakutan atau masalah yang signifikan. |
| <i>Eyes Avoidance</i> (mata yang mengindar) | Menunjukkan rasa malu. |
| <i>Frequent Blinking</i> (mata yang sering berkedip) | Menandakan orang yang gugup, tegang atau stres. |
| <i>Jaw Tensing</i> (rahang yang terlihat tegang) | Menandakan perasaan kesal, stress, marah atau takut, yang ditandai dengan ketegangan pada otot rahang di dekat telinga. |
| <i>Lip Narrowing</i> (bibir menyempit atau mengecil) | Menandai pikiran negatif, khawatir, takut, cemas atau kurang percaya diri. |
| <i>Mouth Stretching</i> | Ditandai dengan ketidaksengajaan mengekspos deretan gigi saat sudut mulut meregang ke bawah atau ke samping ketika seseorang ketakutan atau menyadari adanya kesalahan. |
| <i>Eyebrow Narrowing/ Knitting</i> | Menandakan adanya masalah, kekhawatiran, atau ketidaksukaan |

| | |
|---|--|
| <i>Hands Grooming</i> (kondisi tangan yang terawat) | Ditandai dengan jari-jari yang bersih, dengan kuku yang memiliki panjang yang tepat, yang menunjukkan bahwa orang tersebut peduli terhadap dengan diri mereka sendiri. |
| <i>Preening</i> (bersolek atau berdandan) | Seseorang cukup peduli untuk memberikan penampilan yang terbaik. |
| <i>Face Touching</i> (gerakan menyentuh wajah) | Memiliki banyak tujuan, tergantung konteksnya, salah satunya adalah untuk menarik perhatian. |
| Gerakan Memiringkan Kepala Sambil Tersenyum | Menandakan orang yang sedang bersikap centil atau ingin menarik perhatian orang lain. |
| <i>Emphasizing with Hands</i> (penekanan dengan tangan) | Menandakan perasaan nyaman seseorang, sehingga tangannya secara otomatis memberikan isyarat dan mempertegas maksudnya. |
| <i>Walking Behaviors</i> (cara berjalan) | Dimaknai untuk mengomunikasikan karakternya yang ingin diperhatikan. |
| <i>Elbows Spreading Out</i> | Menandakan rasa percaya diri. |
| <i>Playing with Hair (Palm Out)</i> | Perilaku ini biasanya dimaknai dengan rasa nyaman dari orang tersebut |
| Gerakan memasukkan tangan ke dalam saku | Rasa percaya diri. |
| Postur tubuh yang kaku dan otot rahang berkontraksi | Ketakutan. |

(Sumber: Navarro, 2018 & Kuhnke, 2016 & Glass, 2012)

Tabel 3.8 Paralinguistik

| Makna | Indikator |
|--|---|
| Kecemasan | Kalimat yang terburu-buru, napas yang terdengar dangkal, desahan dan nada suara yang terdengar lirih. |
| Persuasif | Suara yang terdengar santai dan tidak adanya tekanan atau perasaan cemas. |
| Mendapatkan perhatian orang | Nada suaranya rendah. |
| Merenung, mengingat kembali, mempertimbangkan, memproses atau tidak tertarik | Adanya jeda keheningan (<i>silence</i>). |

(Sumber: Kuhnke, 2016 & Navarro, 2018)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, data penelitiannya berupa data deskriptif, yang hanya merupakan kata-kata, gambar dan bukan angka (Wibowo, 2013, p. 35).

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode dokumentasi. Menurut Kriyantono (2020, p. 308), metode dokumentasi bisa berupa berita media massa, buku teks, cuitan dari Twitter, iklan ataupun *website*.

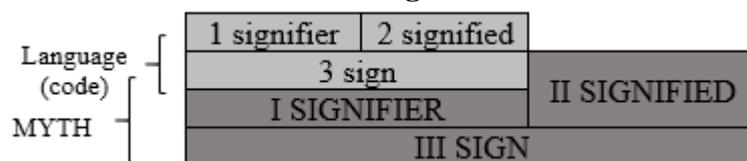
3.6 Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, tingkat keabsahan data dapat dilihat dari proses triangulasi data. Triangulasi data adalah kegiatan untuk menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris yang tersedia. Dalam Wibowo (2013, p. 38), terdapat beberapa macam triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi waktu, triangulasi teori, triangulasi periset dan triangulasi metode. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dalam menguji kredibilitasnya. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan atau memeriksa ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda, misalnya membandingkan antara hasil observasi dengan wawancara dengan sumber lain (Wibowo, 2013, p. 38). Tingkat keabsahan data dalam penelitian ini terletak dari beberapa sumber-sumber yang digunakan, yang telah dipilih berdasarkan kredibilitasnya, yang mencakup pada buku teks, jurnal penelitian, *website*, artikel dari media massa dan lainnya.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan semiotika Roland Barthes. Berikut gambar peta pemikiran dalam semiotika Roland Barthes:

Gambar 3.1 Semiologi Roland Barthes



(Sumber: Wibowo, 2018, p. 22)

Dari peta tersebut, dapat dilihat bahwa *sign* atau tanda denotatif (3) terdiri atas *signifier* atau penanda (1) dan *signified* atau petanda (2). Namun, pada saat yang bersamaan juga, *sign* atau tanda denotatif juga merupakan *signifier* atau penanda konotatif (I). Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekadar memiliki makna tambahan saja, tetapi juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi eksistensinya (Sobur, 2013, p. 69).

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat juga penjelasan tentang signifikansi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dengan *signified* yang disebut denotasi, yang merupakan makna sesungguhnya dari suatu tanda, sedangkan signifikansi tahap kedua disebut dengan konotasi, yang merupakan makna subjektif, yang berhubungan dengan isi, tanda dan bekerja melalui mitos (Wahjuwibowo, 2018, p. 22). Dalam praktiknya, makna konotatif seringkali dibaca sebagai fakta denotatif. Oleh karena itu, salah satu tujuan analisis semiotika adalah untuk menyediakan metode analisis dan kerangka berpikir dan mengatasi terjadinya salah baca atau salah dalam mengartikan makna suatu tanda (Wahjuwibowo, 2018, p. 22).

Mitos merupakan lapisan pertanda dan makna yang paling dalam. Mitos juga digunakan dalam kebudayaan untuk menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos juga merupakan suatu wahana bagi suatu ideologi berwujud. Mitos dapat terangkai menjadi mitologi, yang memainkan peranan penting dalam kesatuan-kesatuan budaya. Menurut Vera (2014, p. 28),

mitos dalam pandangan Barthes memiliki definisi yang berbeda dengan konsep mitos secara umum. Barthes mengemukakan mitos adalah bahasa, maka mitos adalah sistem komunikasi dan mitos juga adalah sebuah pesan. Mitos merupakan perkembangan dari konotasi yang sudah terbentuk sejak lama dalam masyarakat. Jadi, mitos di sini berbeda dengan mitos yang dianggap takhayul di masyarakat. Mitos menurut Barthes adalah gaya bicara atau *type of speech* seseorang.

Selain teori signifikansi dua tahap dan mitologi, Barthes mengemukakan lima jenis kode yang biasanya beroperasi dalam suatu teks, yaitu sebagai berikut (Vera, 2014, p. 30-31):

- a. Kode Hermeneutik atau disebut juga suara kebenaran (*the voice of truth*)
Berupa sebuah teka-teki atau enigma yang dapat dibedakan, diduga, diformulasikan, dipertahankan dan disikapi.
- b. Kode Proairetik atau suara empirik
Merupakan tindakan naratif dasar, yang terjadi dalam berbagai sikuen yang mungkin diindikasikan.
- c. Kode Budaya atau suara ilmu
Sebagai referensi kepada sebuah ilmu atau lembaga dari suatu ilmu pengetahuan. Biasanya diindikasikan pada tipe pengetahuan, seperti fisika, fisiologi, psikologi, sejarah dan arsitektur serta mencoba untuk mengkonstruksikan sebuah budaya yang berlangsung pada kurun waktu tertentu untuk diekspresikan.

d. Kode Semik

Merupakan kode relasi-penghubung atas konotasi dari orang, tempat dan objek, yang pertandanya adalah sebuah karakter (sifat, atribut dan predikat).

e. Kode Simbolik

Tema bersifat tidak stabil dan dapat ditentukan. Bentuknya beragam sesuai dengan pendekatan sudut pandang yang digunakan.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data akan dilakukan dengan dua proses, yaitu analisis kajian sintagmatik dan paradigmatis (Wahjuwibowo, 2018, p. 55-64). Kajian sintagmatik dilakukan dengan mengemukakan makna denotasi dan menentukan tanda-tanda leksia. Berangkat dari tanda-tanda leksia, akan dilakukan analisis kajian paradigmatis yang dibantu dengan menggunakan kelima kode dari Roland Barthes.