

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan kunci agar sebuah penelitian dapat disusun secara terstruktur dengan baik. Neuman (dalam Kriyantono 2020, p. 22) mengatakan bahwa paradigma adalah keseluruhan dari bagaimana seorang peneliti menyangkan pemikirannya. Dalam menafsirkan suatu peristiwa, ada banyak cara pandang dan tidak jarang terjadi perbedaan penafsiran. Sebagai contoh, menangis dapat ditafsirkan sebagai perasaan sedih, haru, gembira, tergantung dari cara pandang seseorang terhadap peristiwa tersebut. Perbedaan penafsiran ini disebabkan oleh perbedaan paradigma dalam menafsirkan suatu objek maupun realitas (Kriyantono, 2020, p. 20).

Kriyantono (2020, p. 20) menjelaskan dalam bukunya yang berjudul “Teknis Praktis Riset Komunikasi Edisi Kedua”, paradigma memiliki dua sifat yaitu membatasi pandangan dan membuatnya menjadi selektif. Kriyantono juga menyatakan bahwa paradigma yang seseorang anut akan memengaruhi dan menentukan bagaimana orang tersebut melihat sebuah realitas karena suatu realitas yang dilihat oleh seseorang tidak seluruhnya melainkan sudah terpilah dan diseleksi sesuai dengan kepentingannya, sehingga kegiatan yang dilakukan sudah terbatas sesuai dengan paradigmanya.

Terdapat tiga jenis paradigma, yaitu positivistik, konstruktivis, dan kritis (Kriyantono, 2020, p. 22). Penelitian ini memakai paradigma konstruktivis yang melihat kenyataan terkonstruksi dan bagaimana konstruksi itu dibentuk. Realitas sosial yang dilihat tidak bisa disamakan kepada semua orang. Paradigma konstruktivis adalah salah satu dari beberapa paradigma yang tersedia dalam ilmu sosial.

Kriyantono menjelaskan perbedaan antarparadigma berasal dari tiga landasan falsafahnya, yaitu ontologis, epistemologis, dan aksiologis (Kriyantono, 2020, p. 23).

Ontologis bersangkutan dengan sesuatu yang diasumsikan sebagai realitas. Dalam paradigma konstruktivis, realitas ini terdapat pada dunia subjektif, yaitu apa yang dipersepsi dan ditangkap setiap individu. Paradigma ini menjelaskan realitas dapat dianggap sebagai suatu konstruksi dalam hal sosial yang menyebabkan kebenaran suatu realitas menjadi relatif, sesuai dengan konteks spesifik yang memiliki nilai relevan oleh pelaku sosial tersebut. Realitas terbentuk melalui kepercayaan dan interaksi setiap individu (Kriyantono, 2020, p. 24).

Epistemologis menjelaskan bagaimana cara mendapatkan pengetahuan, yaitu berdasarkan hubungan antara periset dan yang diriset. Dalam paradigma konstruktivis, epistemologinya bersifat transaksional, subjektif, dan menghasilkan penemuan. Pemahaman terhadap suatu realitas dan penemuan riset adalah hasil interaksi antara periset dengan yang diriset. Periset dan partisipan terlibat dalam proses konstruksi realitas, sehingga keduanya merupakan kesatuan yang tidak bisa

dipisahkan. Kajian dimulai dari individu, tatanan sosial, dan fenomena sebagai entitas yang unik atau khas dengan mendorong rasa humanis manusia dalam rangka menemukan pemaknaan dari individu-individu (Kriyantono, 2020, p. 25).

Aksiologi bersangkutan dengan orientasi atau bertujuan untuk mempelajari suatu etika atau nilai. Dalam paradigma konstruktivis, riset memiliki komponen berupa etika, moral, maupun nilai yang tidak dapat dipisahkan. Keragaman subjektivitas pelaku sosial dijumpai oleh periset yang berlaku sebagai *passionate-participant* sekaligus fasilitator (Kriyantono, 2020, p. 25-26).

Paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini akan digunakan untuk mengartikan dan menafsirkan tanda yang ada dalam tayangan iklan Qtela 2020 versi drama #ParodiKuMenangis. Dengan menggunakan paradigma ini, penulis berharap dapat membantu penulis dalam mengkonstruksi makna-makna yang terkandung dalam iklan Qtela 2020 dan menemukan representasi kekerasan verbal dan nonverbal di dalamnya.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, guna menafsirkan atau menjelaskan fenomena yang terjadi (Anggito & Setiawan, 2018, p. 8). Pendekatan kualitatif berusaha mendapatkan pemahaman terkait 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 juga mengungkapkan (*explore*), serta menggambarkan (*describe*) dan menjelaskan (*explain*).

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif, dimana bertujuan untuk memberikan gambaran terkait suatu fenomena secara terperinci atau untuk menggambarkan apa yang terjadi (Kenneth D. Bailey dalam Wahjuwibowo, 2018, p. 35). Penelitian yang bersifat deskriptif juga dimaksudkan untuk memberikan jawaban terhadap berbagai pertanyaan berupa penjelasan terperinci mengenai gejala sosial, seperti yang dimaksudkan dalam suatu masalah penelitian terkait.

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

3.3 Metode Penelitian

Semiotika merupakan metode penelitian yang dipilih. Semiotika memiliki banyak model dan model yang peneliti gunakan dalam penelitian ini merupakan model semiotika Roland Barthes. Kriyantono (2020, p. 42) mengatakan bahwa semiotika Roland Barthes merupakan semiotika yang lahir dari Saussure. Saussure sendiri tertarik kepada cara kompleks dalam membentuk kalimat dan cara bnetuk kalimat tersebut dalam menentukan makna, namun kurang tertarik kepada fakta bahwa kalimat yang sama dapat menimbulkan hasil atau maksud yang berbeda pada orang yang berbeda pula situasinya.

Roland Barthes melanjutkan pemikiran Saussure dengan memfokuskan pemikirannya pada interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya. Hal tersebut menjadi dasar penggunaan signifikansi tanda (penanda dan petanda) serta sistem pemaknaan pertama dari Saussure (makna denotatif) dan sistem pemaknaan kedua yang dibangun oleh Roland Barthes, yaitu makna konotatif yang ditemukan menggunakan kajian kode serta makna mitos mengenai kekerasan verbal dan nonverbal yang terdapat pada iklan Qtela 2020 versi drama #ParodiKuMenangis yaitu mitos bahwa kekerasan yang digunakan sang ibu mertua untuk memperlihatkan kekuasaan, menekan serta mengatur anak dan menantunya.

Peneliti menonton video iklan dari Qtela 2020 versi drama #ParodiKuMenangis terlebih dahulu dan mendapatkan makna denotasi yang terkandung dalam iklan tersebut dan dikaitkan dengan visualisasi iklan serta teori representasi untuk menelaah makna konotatif yang terkandung.

3.4 Unit Analisis

Unit yang akan dianalisis oleh peneliti merupakan tanda-tanda visual seperti video dan gambar, juga tanda-tanda non-visual seperti dialog, narasi, dan latar musik yang terdapat pada setiap cuplikan adegan iklan Qtela 2020 versi drama #ParodiKuMenangis yang menampilkan pertikaian dalam sebuah keluarga kecil dan berujung pada memakan makanan ringan Qtela. Tanda visual dan non-visual tersebut dikemas dalam bentuk iklan produk dan diunggah melalui akun Instagram resmi milik Qtela (@qtelasnack) pada 1 September 2020, dan dipublikasikan pada beberapa stasiun televisi nasional pada periode September sampai Desember 2020.

Tabel 3.1 Teknik Pengambilan Gambar

Nama Teknik	Makna
<i>Medium Shot</i>	Menjelaskan adegan eskposisi, yang berhubungan dengan gerkaan ataupun percakapan.

Sumber: Giannetti, 2013, p. 10-11

Tabel 3.2 Sudut Pengambilan Gambar

Nama Teknik	Makna
<i>Eye Level Angle</i>	Digunakan untuk mengambil gambar yang sejajar dengan penglihatan mata serta untuk memperlihatkan gambaran adegan secara luas.

Sumber: Giannetti, 2013, p. 12

Tabel 3.3 Gerakan Kamera (*Moving Camera*)

Nama Teknik	Makna
<i>Panning Shots</i>	Teknik ini ditandai dengan gerakan kamera secara horizontal (kiri dan kanan), yang bertujuan untuk menjaga subjek tetap berada di tengah-tengah <i>frame</i> .
<i>Zoom Shots</i>	Teknik ini ditandai dengan pembesaran secara tiba-tiba atau perlahan sehingga memperlihatkan ilusi adegan tersebut didorong ke arah penonton.

Sumber: Giannetti, 2013, p. 12

Tabel 3.4 Teknik Pencahayaan

Nama Teknik	Makna
<i>Soft Light</i>	Pencahayaan yang menyinari objek tanpa harus memakai cahaya yang pekat atau kuat, sehingga bayangan yang diciptakan pun pudar atau samar-samar dan tidak mengganggu objek.

Sumber: Ascher & Pincus, 2012

Tabel 3.5 Warna

Nama Teknik	Makna
Putih	Digunakan untuk merepresentasikan hormat, ketenangan, kemurnian, perlindungan, steril, dan dingin.

Sumber: Adams, 2017

Tabel 3.6 Bahasa Tubuh (*Body Language*)

Nama Teknik	Makna
<i>Forehead Furrowing</i> (Dahi berkerut)	Dahi yang berkerut menunjukkan tanda bingung, kesal, tidak suka, tidak percaya, dan juga heran.
<i>Eyebrows Arching</i>	Alis yang ditinggikan merupakan ekspresi sangat menekankan apa yang tengah dibicarakan.
<i>Eyebrows Narrowing/Knitting</i>	Mengerutkan alis terkesan bingung, marah, kesal, atau perasaan tidak suka.
Melipat lengan di dada / Menyilangkan lengan	Memperlihatkan kesan tertutup, arogan, marah dan sombong dengan lawan bicara.
<i>Eyes Bulging</i> (Mata Melotot)	Mata yang melotot memperlihatkan kesan marah, kesal yang sangat luar biasa dan juga perasaan tidak suka.
Menunjuk lawan bicara dengan jari telunjuk	Menunjuk orang lain menggunakan jari telunjuk cenderung memberi kesan sombong dan lebih besar atau

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

Tabel 3.7 Paralinguistik

Makna	Indikator
Marah	Nada bicara yang tinggi serta <i>volume</i> suara yang sangat besar, ditambah dengan hentakan di beberapa kata.
Penaikan nada	Penaikan nada bicara seiring waktu biasanya terdengar di akhir sebagai penekan suatu kalimat yang serius.

Sumber: Navarro, 2018 & Kuhnke, 2016

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono (2020, p. 308-309), teknik pengumpulan data merupakan teknik yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Tujuan dari metode dokumentasi ini adalah agar analisis dari interpretasi data mendapat dukungan dari informasi yang diperoleh dari unit analisis yang digunakan (Kriyantono, 2020, p. 308-309).

Kriyantono (2020, p.3 08-209), juga menyebutkan bahwa data yang termasuk kedalam metode dokuemtasi adalah berita, naskah, gambar atau foto, rekaman dan sebagainya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah video yang ada pada iklan Qtela 2020 versi drama #ParodiKuMenangis. Iklan tersebut didapatkan melalui akun Instagram resmi Qtela (@qtelasnack) yang dapat diakses dengan mudah oleh peneliti dikarenakan akun tersebut tidak dibuat terkunci atau dapat dibuka oleh siapa saja. Dokumen tersebut dikumpulkan dan akan dianalisis secara mendalam menggunakan metode penelitian yang sudah disebutkan sebelumnya. Gambar dan dialog yang terdapat dalam video iklan tersebut menjadi bukti dan akan dianalisa

secara bersamaan dan dicari maknanya satu per satu agar dapat menemukan secara keseluruhan representasi kekerasan verbal dan nonverbal pada iklan Qtela 2020 versi drama #ParodiKuMenangis.

3.6 Keabsahan Data

Ketika melakukan penelitian kualitatif, keabsahan data menjadi sangat penting karena ketika peneliti melakukan keabsahan data, maka dapat membuktikan bahwa penelitian kualitatif tersebut merupakan penelitian ilmiah dan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan (Moleong, 2017, p. 320). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi data yang merupakan kegiatan untuk menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya menggunakan data empiris yang tersedia.

Wibowo (2013, p. 38) menyatakan terdapat beberapa macam triangulasi yang mencakup triangulasi sumber, triangulasi waktu, triangulasi teori, triangulasi periset, dan triangulasi metode.

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dalam menguji kredibilitasnya. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan atau memeriksa ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, misalnya membandingkan hasil observasi dengan wawancara sumber lain (Wibowo, 2013, p. 38). Tingkat keabsahan data dalam penelitian ini terletak dari beberapa sumber yang digunakan dan telah dipilih berdasarkan kredibilitasnya yaitu mencakup pada buku teks, jurnal penelitian, *website* resmi, dan artikel dari media massa.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang akan dipakai adalah analisis semiotika Roland Barthes. Sobur (2013, p. 69) mengatakan Barthes dalam bukunya *Mytologies* membangun sistem pemaknaan tataran kedua di atas bahasa sebagai sistem yang pertama. Barthes membedakan makna denotatif (sistem pemaknaan tataran pertama) dengan konotatif (sistem pemaknaan tataran kedua). Di bawah ini merupakan peta tanda menurut Roland Barthes.

Gambar 3.1 Peta Tanda Roland Barthes

1. Penanda (<i>Signifier</i>)	2. Petanda (<i>Signified</i>)
3. Tanda Denotatif (<i>Denotative Sign</i>) (<i>First System</i>)	
I. Penanda Konotasi (<i>Connotative Signifier</i>)	II. Petanda Konotasi (<i>Connotative Signified</i>)
III. Tanda Konotatif (<i>Connotative Sign</i>) (<i>Second System</i>)	

Sumber: Sobur (2013, p. 69)

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

Melalui peta itu pula, dapat terlihat penjelasan terkait signifikansi tahap pertama yang 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 sama melalui mitos (Wahjuwibowo 2018, p. 22). Mitos yang ditemukan dalam penelitian iklan ini adalah kekerasan yang digunakan sang ibu mertua untuk memperlihatkan kekuasaan, menekan serta mengatur anak dan menantunya. Mitos tersebut akan diartikan dan dijabarkan melalui lima kode Roland Barthes.

Dalam praktiknya, maka konotatif seringkali dibaca sebagai fakta denotatif. Maka dari itu, salah satu tujuan analisis semiotika adalah untuk menyediakan metode analisis dan kerangka berpikir dan mengatasi terjadinya salah baca atau salah mengartikan makna suatu tanda (Wahjuwibowo, 2018, p. 22).

Roland Barthes (dalam Sobur, 2013, p. 65-66) meninjau lima kode untuk menjelaskan mengenai makna tanda dalam penelitiannya. Kelima kode tersebut adalah:

- a. Kode hermeneutik atau kode teka – teki, terdapat di harapan pembaca yang menginginkan “kebenaran” terhadap pertanyaan yang muncul pada teks. Kode tersebut merupakan unsur atau struktur utama dalam narasi tradisional. Pada narasi, ada hubungan antara pemunculan suatu peristiwa teka-teki dan penyelesaian di cerita.
- b. Kode semik atau kode konotatif akan memperlihatkan banyak sudut. Konotasi kata atau frase tertentu pada teks mampu dibagi dengan kondisi

kata atau frasa yang serupa. Barthes menyatakan denotasi sebagai konotasi yang kuat dan paling “akhir”. Pelaku membentuk korbannya kedalam makna yang mereka beri sendiri.

- c. Kode simbolik merupakan aspek pengkodean fiksi yang paling khas, sifatnya struktural atau pascastruktural menurut Barthes di konsepnya. Dalam suatu teks verbal, dapat dikodekan melalui istilah retorik seperti antithesis, yang termasuk hal istimewa dalam sistem simbol barthes.
- d. Kode proaretik berisikan tindakan dan dianggap sebagai perlengkapan utama teks yang akan dibaca orang, dan bersifat naratif. Barthes melihat semua perilaku dapat dikodifikasikan, dan terbukanya pintu sampai petualangan yang romantis. Pada praktiknya, Barthes menerapkan beberapa prinsip seleksi.
- e. Kode gnomik atau kultural memiliki jumlah yang banyak. Hal ini dikarenakan kode tersebut merupakan acuan teks ke benda yang telah diketahui dan dikodifikasi oleh budaya. Barthes berpendapat bahwa realism tradisional diartikan oleh acuan ke apa yang sudah diketahui.

Menurut Lechte (dalam Sobur, 2013, p. 66), kode tersebut digunakan oleh Barthes bukan hanya untuk suatu sistem klasifikasi unsur narasi yang sangat formal, namun untuk menunjukkan bahwa tindakan yang paling masuk akal, meyakinkan, atau teka-teki yang paling menarik. Peneliti menggunakan pendekatan semiotik Roland Barthes dalam menganalisis iklan Qtela 2020 versi drama #ParodiKuMenangis, karena melalui pendekatan ini, iklan tersebut dapat dianalisis

secara lengkap dari unsur teks, gambar, audio, dan hal lainnya yang dieprlihatkan melalui iklan tersebut.