

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan perspektif dalam menafsirkan suatu peristiwa maupun perilaku orang lain. Paradigma adalah dasar persepsi, karena persepsi berpengaruh dengan realitas. Persepsi dijelaskan sebagai proses memberikan makna pada realitas maupun objek (Kriyantono, 2021, p. 20). Paradigma akan menentukan jenis metode penelitian yang mencakup cara meneliti, mengukur penelitian, dan pengumpulan data, dan memahami realitas. Menurut (Kriyantono, 2021, p. 23) terdapat perbedaan antar paradigma yang terdiri dari tiga asumsi, yaitu:

1. Ontologis, berkaitan dengan suatu hal yang dianggap realitas (*the nature of reality*). Apa yang diteliti? Apa yang ingin diketahui? Bagaimana wujud dan sifat dari objek yang diteliti? dan jawaban dari pertanyaan ontologi mempengaruhi nantinya terhadap epistemologi, aksiologi dan metodologi.
2. Epistemologis, berkaitan dengan cara mendapatkan pengetahuan, bagaimana hubungan antara peneliti dengan yang diteliti? Bagaimana cara mendapatkannya? Bagaimana peneliti mengetahui? Apakah metode yang digunakan sudah benar? Sehingga, epistemologis merupakan landasan penelitian mengenai metode atau cara melakukan penelitian.
3. Aksiologis, berhubungan dengan tujuan dari penelitian, untuk apa penelitian ini dilakukan? Apakah penelitian ini benar atau tidak?

Pada penelitian ini paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme karena tujuan penelitian ini adalah untuk memahami fenomena yang ada di tengah masyarakat.

Konstruktivis merupakan pengetahuan yang menekankan jika pengetahuan manusia adalah suatu bentukan dari diri mereka sendiri, maka dari itu pengetahuan bukan suatu realita melainkan tercipta karena konstruksi (Wahjuwibowo, 2018, p. 137).

Konstruktivis percaya dalam memahami suatu arti maka seseorang harus dapat menerjemahkan pengertian tentang sesuatu. Peneliti harus dapat menjelaskan konstruksi terhadap suatu makna serta melakukan klarifikasi akan apa dan bagaimana arti dibentuk menggunakan bahasa dan tindakan yang dilakukan oleh orang lain (Wahjuwibowo, 2018, p. 137).

Paradigma konstruktivis dijelaskan kedalam empat dimensi yang diungkapkan oleh Dedy N Hidayat dalam (Wibowo, 2012, p. 37), yaitu:

1. Ontologis: realitas adalah konstruksi sosial. Kebenaran yang terjadi pada realitas memiliki sifat yang relatif, berlaku sesuai konteks dan dinilai relevan oleh peneliti
2. Epistemologis: subjektif, pemahaman mengenai suatu realitas atau penemuan pada penelitian adalah hasil dari interaksi peneliti dengan yang diteliti.
3. Aksiologis: etika, nilai, dan moral adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam penelitian. Peneliti menjadi jembatan antara keragaman subjek pelaku sosial dengan tujuan penelitian yang condong kepada konstruksi sosial
4. Metodologis: fokus kepada empati dan interaksi antara peneliti dengan yang diteliti, paradigma dapat mengungkapkan sejauh mana seseorang dapat menghayati realitas.

### **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotika. Penelitian kualitatif merupakan rumusan dasar yang peneliti yakini untuk mengamati maupun memecahkan masalah penelitian. Penelitian kualitatif merupakan salah satu metode penelitian yang dilandasi pada filsafat post-positivisme, yang digunakan dalam meneliti suatu

kondisi objek yang alamiah, penelitian kualitatif ini berbeda dengan kuantitatif karena kualitatif memiliki sifat yang mana peneliti merupakan instrumen kunci penelitian (Sugiyono, 2013).

Terdapat empat poin yang patut diperhatikan dalam penelitian yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan penelitian. Cara ilmiah merupakan kegiatan dalam suatu penelitian yang didasari dengan ciri keilmuan yang sifatnya empiris, rasional, serta sistematis (Sugiyono, 2013). Metode dari penelitian deskriptif merupakan metode yang fokus terhadap sifat pengetahuan yang meluas terhadap objek penelitian. Dengan tujuan dari metode penelitian deskriptif ini yaitu, dapat menggambarkan kembali sifat dari suatu keadaan yang berjalan selama penelitian dilaksanakan, serta memeriksa penyebab dari suatu hal (Wahjuwibowo, 2018, p. 139).

Semiotika merupakan salah satu bagian dari beberapa analisis isi dalam metode kualitatif, yang bentuk penelitiannya sangat berbeda dari analisis isi metode kuantitatif. Jika analisis isi kuantitatif menekan riset pada isi komunikasi yang tampak jelas (tersurat), justru kualitatif merupakan sebaliknya. Analisis kualitatif disebut juga dengan paradigma konstruktif dan interpretif, dimana kualitatif memandang realitas sosial sebagai kesatuan, kompleks, penuh makna, dinamis, serta berhubungan dengan peristiwa yang interaktif (Sugiyono, 2013, p. 8).

Maka dari itu dalam penelitian semiotika ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif, karena kualitatif digunakan untuk menemukan data yang mendalam serta data memiliki makna yang sebenarnya. Data yang pasti adalah data yang memiliki makna yang tampak (Sugiyono, 2013, p. 9), agar peneliti dapat menafsirkan tanda dan makna yang menunjukkan nilai androgini pada setiap adegan yang ditunjukkan dalam iklan Emily and Bear sesuai dengan metode semiotika Roland Barthes.

### 3.3 Metode Penelitian

Peneliti memilih menggunakan semiotika agar dapat menganalisis tanda dan makna dalam iklan. Peneliti memilih semiotika model semiotika Roland Barthes untuk menemukan makna yang tersirat atau tersembunyi dalam adegan iklan Emily and Bear. Karena tujuan dari analisis semiotika ialah sebagai kerangka berpikir dan metode analisis untuk mengatasi kesalahan dalam membaca (*misreading*) atau salah mengartikan makna pada tanda (Wibowo, 2012, p. 20). Menurut Barthes dalam (Rahayu & Afrianto, 2017) analisis semiotika Roland Barthes adalah tanda yang bisa dimaknai secara denotasi dan konotasi.

Makna denotasi adalah makna yang mengacu pada objek dan konotasi makna yang tersembunyi, serta pemahamannya dipengaruhi dengan sistem yang ada (Wahjuwibowo, 2018, p. 21). Maka itu penelitian ini menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes agar peneliti dapat menjelaskan seputar tanda yang ada pada iklan Emily and Bear sehingga dapat menghasilkan representasi androgini dalam iklan Emily and Bear.

### 3.4 Unit Analisis

Unit analisis pada penelitian ini adalah Iklan Emily and Bear merupakan adegan pada iklan yang menunjukkan pria androgini (yang terdiri dari visual dan audio), gaya berbusana (*fashion*), bahasa tubuh, teknik pengambilan gambar, sudut pengambilan gambar, dan gerakan kamera.

**Tabel 3.1 Gaya Berbusana Androgini**

<b>Busana</b>	<b>Makna</b>
<i>Male Femininity</i> (laki-laki feminin)	Laki-laki yang menggunakan busana feminin seperti rok, kain mewah, terutama dengan warna merah muda dan juga corak bunga serta menggunakan aksesoris dalam berbusana. Laki-laki yang memiliki sikap feminin “kemayu”

Sumber: Ranathunga & Uralagamage (2019); Yulia, et al (2016)

**Tabel 3.2 Bahasa Tubuh**

<b>Bahasa tubuh</b>	<b>Makna</b>
<i>Relaxed Eyed</i> (mata rileks)	Mata rileks menandakan kenyamanan dan kepercayaan diri. Saat kita merasa nyaman, otot-otot di sekitar mata, dahi, dan pipi mengendur— tetapi begitu kita stres atau ada sesuatu yang mengganggu kita, otot-otot itu menjadi tegang.
<i>Face avoidance</i> (gerakan menghindar)	Mengubah arah penglihatan karena tidak ingin melihat objek yang ada di depan mata.
<i>Squinting eyes</i> (menyipitkan mata)	Menunjukkan seseorang yang merasa terganggu yang menyinggung perasaan mereka.
<i>Lip compressing</i> (bibir melengkung)	Menunjukkan seseorang yang berada pada situasi tidak nyaman, peristiwa negatif, dan khawatir.
<i>Pressing hand on forehead</i> (menekan tangan pada dahi)	Membantu meredakan stress, keraguan, dan rasa tidak aman.
<i>Smile</i> (senyuman)	Cara instan mengkomunikasikan niat baik dan keramahan, bentuk dari kehangatan, keramahan, dan keharmonisan.
<i>Eyes Closing For Emphasis</i> (Mata tertutup sebagai penekanan)	Menutup mata sebagai tanda untuk menegaskan suatu hal yang ingin disampaikan. Menegaskan dalam arti menyepakati suatu keselarasan.
<i>Elbow Spreading</i>	Gerakan tersebut adalah menunjukkan perasaan percaya diri
<i>Face Shielding</i> (Melindungi Wajah)	Gerakan dimana seseorang melindungi wajahnya dengan suatu objek karena merasa dari ketakutan dan kecemasan.
<i>Voice tone</i> (nada suara)	Menggunakan nada suara untuk mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan. Tinggi rendahnya nada suara mengartikan hasil yang berbeda-beda seperti, curiga, marah, sombong, bahagia, persuasif.
<i>Uptalk</i>	Menunjukkan ketika seseorang menaikkan nada suaranya di akhir kalimat, seolah itu merupakan pertanyaan.

Sumber: Navarro (2018)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**Tabel 3.3 Teknik Pengambilan Gambar**

<b>Nama Teknik Pengambilan Gambar</b>	<b>Makna</b>
<i>Medium Shot</i>	Teknik pengambilan gambar dari lutut maupun pinggul ke atas, dengan menggunakan ekposisi yang berkaitan dengan gerakan maupun percakapan.
<i>Medium Close up</i>	Teknik pengambilan gambar yang memiliki pengambilan yang detil kepada orang atau objek, teknik <i>medium close up</i> ini mengambil dari bagian dada ke atas kepala.

Sumber: Giannetti (2017)

**Tabel 3.4 Sudut Pengambilan Gambar**

<b>Nama Sudut Pengambilan Gambar</b>	<b>Makna</b>
<i>Eye level</i>	Teknik pengambilan gambar dengan penempatannya sesuai dengan ketinggian pengamat sehingga gambar tertangkap secara jelas.

Sumber: Giannetti (2017)

**Tabel 3.5 Gerakan Kamera**

<b>Nama Gerakan Kamera</b>	<b>Makna</b>
<i>Zoom shots</i>	Teknik gerakan kamera yang ditunjukkan dengan membesarkan gambar secara tiba-tiba, seolah-olah dalam adegan memiliki gambaran seperti terdorong ke arah penonton selain itu efek dari gerakan ini membuat terkejut penonton pada suatu adegan.

Sumber: Giannetti (2017)

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian kualitatif terdapat 4 langkah yang dapat dilakukan, yaitu: wawancara, observasi, dokumentasi, dan gabungan/triangulasi (Sugiyono, 2013). Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan metode yang dilakukan melalui pencarian data tentang variabel atau hal yang berbentuk transkrip, buku, caratan, majalah, surat kabar, prasasti, notulen rapat, dokumen, agenda, dll (Sunata, 2020).

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah video iklan Emily and Bear tahun 2021 yang dapat di akses melalui akun Instagram @joviadhiguna selaku bintang iklan dari iklan tersebut. Bentuk dokumentasi dari penelitian ini merupakan gambar serta dialog yang terkandung dalam video iklan Emily and Bear yang menjadi bukti lalu akan dianalisa secara mendalam sehingga dapat menemukan representasi androgini pada iklan Emily and Bear.

### **3.6 Keabsahan Data**

Cara pengumpulan data pada kualitatif dilakukan secara gabungan (triangulasi), serta hasil dari metode penelitian kualitatif ini lebih fokus terhadap makna dibandingkan secara general yang meluas (Sugiyono, 2013). Menurut Martin dan Vallance dalam (Cohen, Manion, & Morrison, 2018, p. 465) Komunikasi yang terjadi di dunia maya melalui teks, obrolan, dan suara yang diabadikan adalah objek dari triangulasi.

Terdapat tiga cara teknik triangulasi data, yaitu triangulasi teknik, triangulasi waktu, dalam penelitian ini jenis triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Metode ini dilakukan dengan cara memeriksa data yang didapatkan dari sumber lain, lalu data tersebut diklasifikasikan dan diuraikan berdasarkan perspektif yang sama ataupun berbeda, setelah analisis dilakukan di tarik menjadi kesimpulan (Sugiyono, 2013).

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk menemukan representasi pada iklan. (Wahjuwibowo, 2018, p. 21) mengungkapkan semiotika Roland Barthes dijelaskan mengenai konsep konotasi dan denotasi sebagai poin terpenting dalam analisis semiotika ini, Barthes mengidentifikasi makna primer (denotatif) dan makna sekunder (konotatif). Berikut merupakan peta pemikiran pada semiotika Roland Barthes:



**Gambar 3.1** Peta Pemikiran Roland Barthes

Sumber: Wahjuwibowo (2018)

Dari peta di atas terlihat tanda denotatif yang terdiri dari penanda (*signifier*) denotatif (1) dan petanda (*signified*) denotatif (2). Disaat yang bersamaan tanda denotatif merupakan penanda (*signifier*) konotatif (I), lalu dilanjutkan petanda (*signified*) konotatif (II). Pada semiotika Roland Barthes, konotatif tidak hanya sekedar mana tambahan, melainkan terkandung kedua bagian denotatif yang mendasari eksistensinya, menurut Sobur dalam (Kurniawan, 2020).

Selain dua tahapan signifikan serta mitos, Roland Barthes (1985) berpendapat jika pada teks setidaknya beroperasi lima kode (*cing code*) yang didalamnya terdapat leksia yaitu satuan-satuan pembacaan (*unit of reading*) yang dikelompokkan, setiap leksia nantinya akan dimasukkan kedalam lima kode Roland Barthes, sebagai berikut: (Lustyantie, 2012)

**1. Kode hermeneutik (*hermeneutic code*)**

Merupakan suatu hal yang berguna untuk memecahkan persoalan, solusi dengan berbentuk teka-teki yang disikapi dan dipertahankan.

**2. Kode semik**

Kode semik atau konotasi adalah kode yang menggunakan petunjuk atau isyarat yang ditunjukkan oleh suatu tanda tertentu menggunakan kode semik, sehingga memberikan kesan konotasi.

**3. Kode Simbolik (*symbolic code*)**

Kode pengelompokan yang dapat dikenali dengan mudah diakrenakan kemunculannya yang selalu berulang secara teratur dengan berbagai macam cara, tergantung sudut pandang.

**4. Kode Proairetik (*proairetic code*)**

Kode tindakan atau aksi, kode ini didasari oleh kemampuan dalam menentukan sebab akibat dari suatu tindakan yang menghasilkan dampak, sehingga tercipta nama generic tersendiri.

**5. Kode Kultural (*cultural code*)**

Dikenal sebagai kode referensial yang memiliki wujud suara anonim yang berasal dari pengalaman seseorang, dengan berbicara atau mewakili suatu hal yang dipercaya sebagai ideologi atau pengetahuan yang diterima secara umum.

Pada penelitian ini data akan dianalisis menggunakan Semiotika Roland Barthes dan terdapat dua proses didalamnya yaitu, kajian sintagmatik dan paradigmatis (Wahjuwibowo, 2018, p. 55). Kajian sintagmatik dilakukan untuk menemukan makna denotasi dan menentukan tanda leksia. Berangkat dari tanda leksia akan dilakukan analisis kajian paradigmatis yang dibantu melalui lima kode model semiotika Roland Barthes.