

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan suatu bentuk pola pikir yang mendefinisikan perspektif peneliti pada suatu fakta kehidupan sosial yang ada. Selain itu, paradigma juga menjelaskan bagaimana tanggapan peneliti mengenai suatu ilmu dan teori yang dijabarkan dalam penelitian (Noor, 2017, p. 102). Pada penelitian Representasi Rasisme Dalam Iklan Mobil Volkswagen Golf 8 pada Sosial Media Instagram, paradig penelitian yang digunakan adalah paradigma konstruktivis.

Sukmadinata menjelaskan, paradigma konstruktivisme beranggapan bahwa suatu kenyataan mempunyai matra jamak, interaktif, dan hasil dari proses pertukaran pengalaman sosial yang bertujuan untuk diinterpretasikan oleh berbagai individu (Sandu & Sodik , 2015, pp. 59-60). Fondasi dari pola pikir konstruktivis adalah sikap dimana individu mengalami keraguan mengenai suatu hal yang melahirkan suatu kesadaran dengan didampingi oleh suatu teori yang digunakan (Gunawan, 2013, p. 84)

Berdasarkan empat dimensi paradigma konstruktivis yang dijelaskan oleh Dedy N Hidayat (Wibowo I. S., 2013, pp. 99-102), penelitian ini termasuk ke dalam dimensi ontologis. Dimensi ontologis menggambarkan bahwa suatu

realitas adalah bentuk tatanan sosial dimana suatu kebenaran bersifat tidak pasti sesuai dengan tingkatan relevansinya dengan pelaku sosial.

Dimensi ontologis dalam penelitian Representasi Rasisme Dalam Iklan Mobil Volkswagen Golf 8 pada Sosial Media Instagram, mencoba untuk memberikan penjelasan mengenai aspek rasisme terhadap ras kulit hitam yang dinilai ambigu pada beberapa kalangan masyarakat, yang ditampilkan dalam iklan mobil Volkswagen Golf 8.

### **3.2. Jenis Penelitian**

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk penelitian Representasi Rasisme Dalam Iklan Mobil Volkswagen Golf 8 pada Sosial Media Instagram. Penelitian kualitatif sebagai salah satu bentuk penelitian memiliki landasan pada ajaran postpositivisme, yang ditujukan untuk menjelaskan kondisi suatu objek alamiah, dimana peneliti merupakan elemen utama dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui triangulasi dan penjabaran data bersifat kualitatif atau induktif akan menghasilkan hasil penelitian yang memfokuskan pada suatu makna (Sugiyono, 2012, pp. 78-79)

Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk menjabarkan dan merepresentasikan suatu fenomena yang terjadi baik bersifat nyata maupun rekayasa, yang lebih menekankan pada sifat, kualitas, relevansi tindakan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberikan tanggapan, penyelewengan atau

pengalihan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan merepresentasikan suatu keadaan yang terjadi apa adanya. Satu-satunya tanggapan yang diberikan hanya pada penelitian itu sendiri dengan dilakukannya observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sukmadinata, 2011, p. 63).

Berdasarkan penjelasan dari kedua ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif deskriptif merupakan suatu kegiatan yang ditujukan untuk mendapat data atau informasi yang bersifat alamiah atau apa adanya tanpa dipengaruhi oleh kondisi atau situasi tertentu yang hasilnya lebih menekankan pada suatu makna.

Jenis penelitian ini digunakan penulis dengan tujuan untuk menjabarkan permasalahan yang terdapat pada objek penelitian dan mengategorikannya secara detail yang nantinya berfungsi untuk membantu menjelaskan representasi rasisme pada iklan Volkswagen Golf 8 pada sosial media Instagram.

### **3.3. Metode Penelitian**

Penulis memilih metode semiotika milik Roland Barthes untuk digunakan pada penelitian Representasi Rasisme Dalam Iklan Mobil Volkswagen Golf 8 pada Sosial Media Instagram. Semiotika merupakan suatu konsep mengenai bagaimana suatu tanda disampaikan dalam wujud material, ide, sensasi, dan kondisi (Prasetya, 2019, pp. 56-57).

Roland Barthes mengembangkan semiotika milik Saussure dengan menambahkan konsep denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan makna yang

sebenarnya, di mana fenomena yang terjadi dapat dirasakan oleh indera manusia. Konotasi adalah makna yang lahir karena terjadi suatu konstruksi budaya. Selain itu Barthes juga menambahkan mitos ke dalam sistem semiotiknya, di mana mitos merupakan suatu tanda konotasi yang nantinya akan menjadi suatu pemahaman umum (Prasetya, 2019, p. 58).

Metode semiotika Roland Barthes dinilai penulis dapat membantu untuk mengetahui representasi rasisme yang ada pada iklan Volkswagen Golf 8.

#### **3.4. Unit Analisis**

Penelitian ini akan memfokuskan pada tanda rasisme yang disampaikan dalam bentuk komunikasi nonverbal dan *mise en scene* pada iklan Volkswagen Golf 8. Peneliti akan memilih beberapa scene yang akan dinilai mengandung unsur rasisme di dalamnya, scene merupakan suatu segmen singkat dari keutuhan sebuah kisah yang saling berhubungan dengan ikatan ruang, alur, isi, tema, aktor, atau motif (Douma & Perez, 2016, p. 126).

Pada segi komunikasi nonverbal peneliti akan memfokuskan pada pesan berbentuk kinesik atau gerakan tubuh. Menurut Matsumoto, dalam (Matsumoto, Frank, & Hwang, 2013, pp. 34-37), komunikasi nonverbal memiliki 3 bentuk pesan, yaitu pesan fasial, pesan gestural, pesan postural. Berikut adalah penjabaran dari kelima bentuk pesan nonverbal tersebut

### 1. Pesan Fasial

Merupakan bentuk raut muka dalam menyampaikan makna tertentu. wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat, ketakjuban, dan tekad.

### 2. Pesan Gestural

Merupakan gerakan sebagian anggota badan seperti matadan tangan untuk mengkomunikasi berbagai makna

### 3. Pesan Postural

Merupakan pesan non-verbal yang melibatkan seluruh anggota badan.

Pada aspek visual peneliti akan memfokuskan pada unsur *mise en scene* yang dikemukakan oleh Blain Brown. Menurut Brown *mise en scene* merupakan bentuk deskripsi dari komponen utama suatu representasi karya sinema (Brown, 2016, pp. 83-86). Berikut ini adalah penjabaran unsur *mise en scene* yang dikemukakan oleh Brown.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

**Tabel 3.1 Komposisi Gambar dan Maknanya**

<b>Komposisi Gambar</b>	<b>Makna</b>
<i>Extreme Close Up</i>	Menampilkan objek secara fokus tanpa memperlihatkan latar belakang
<i>Close Up</i>	Menampilkan objek dengan intensitas latar belakang yang sedikit
<i>Medium Shot</i>	Menampilkan latar belakang suatu objek dengan perbandingan yang sebanding
<i>Long Shot</i>	Menampilkan latar belakang secara lebih intensif namun objek masih tetap terlihat
<i>Extreme Long Shot</i>	Menampilkan keseluruhan latar belakang atau <i>landscape</i> dimana objek tersebut memiliki relevansi dengan <i>landscape</i> tersebut tanpa memperlihatkan objek tersebut.

(Sumber: Brown, 2016, p. 83)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**Tabel 3.2. *Angel Shots* dan Maknanya**

<b><i>Angel Shots</i></b>	<b>Makna</b>
<i>Normal Angle</i>	Menampilkan objek dengan sudut yang sejajar. Bertujuan untuk memberikan kesan setara dan sama
<i>Low Camera Angle</i>	Menampilkan objek lebih tinggi dari sudut pandang kamera. Bertujuan untuk memberikan kesan objek lebih kuat atau <i>superior</i> .
<i>High Camera Angle</i>	Menampilkan objek lebih rendah dari sudut pandang kamera. Bertujuan untuk memberikan kesan objek terdominasi dan lemah.
<i>Birds Eye Shot</i>	Menampilkan objek dari suatu ketinggian tertentu dimana sudut pandang kamera diibaratkan seperti sudut pandang seekor burung. Bertujuan untuk menampilkan situasi di sekitar objek
<i>Subjective Camera Angle</i>	Menampilkan sebuah pandangan yang dialami oleh suatu karakter. Bertujuan

		untuk memberikan sensasi pengalaman karakter kepada audiens.
<i>Objective Angle</i>	<i>Camera</i>	Menampilkan gambaran pengelihatannya apabila <i>audience</i> terlibat dalam suatu kisah. Bertujuan untuk mengajak <i>audience</i> lebih memahami apa yang terjadi dalam kisah suatu karya sinema tersebut.

(Sumber: Brown, 2016, p. 86)

Selain komposisi gambar dan *Angle Shots* peneliti juga menggunakan unsur *mise en scene* warna yang dijabarkan oleh George Pavlidis dalam bukunya berjudul *A Brief History of Colour Theory: Foundations of Colour Science* (Pavlidis, 2022, p. 137). Berikut penjelasan warna dan maknanya menurut Pavlidis:

**Tabel 3.3 Warna dan Maknanya**

<b>Warna</b>	<b>Makna</b>
Merah	Bahaya, <i>Passion</i> , <i>Energi</i> , dan ketertarikan
Oranye	<i>Fresh</i> , Dinamis, Kreatif, dan Eksplorasi
Kuning	Optimis, <i>Happiness</i> , dan kegembiraan
Hijau	Natural, Gaya Hidup, Martabat, dan kekayaan

Biru	Komunikatif, <i>Reliable</i> , Tenang, dan Depresi
Ungu	Dominasi, Agung, Spiritual, dan Misteri
Cokelat	Organik, Merata, Sederhana, dan Jujur
Merah Muda	Feminim, Sentimental, Romansa, dan Kegembiraan
Hitam	Futuristik, Baku, Elegan, dan Sedih
Putih	Murni, <i>simple</i> , Bersih, dan Minimalis

(Sumber: Pavlidis, 2022, p. 137)

Peneliti akan menganalisis *scene* yang dinilai mengandung unsur rasisme baik secara tersirat maupun tersurat. Unit analisis yang telah dipilih peneliti diharapkan mampu membantu dalam menjabarkan unsur-unsur rasisme yang terdapat dalam iklan Volkswagen Golf 8 pada sosial media Instagram.

### 1.5. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan studi dokumen pada penelitian ini. Studi dokumen yang dilakukan akan memfokuskan pada *scene* tertentu dalam iklan Volkswagen Golf 8 di sosial media Instagram untuk dijadikan dokumen pendukung penelitian. Data penelitian kualitatif diperoleh dari pernyataan yang disampaikan dalam bentuk verbal maupun non verbal dan dijabarkan secara detail dengan tujuan untuk menemukan makna yang tersirat dari dokumen tersebut (Sandu & Sodik, 2015, p. 66). Studi dokumen yang dilakukan pada penelitian ini akan difokuskan pada *scene* yang dinilai mengandung unsur

rasisme dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi penelitian dan mengurangi informasi yang tidak diperlukan diluar ranah peneliti.

#### **1.6. Teknik Keabsahan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data proses triangulasi. Triangulasi sendiri merupakan suatu paham untuk menguji fakta yang ada pada suatu realitas. Dalam menguji kredibilitas, peneliti akan membandingkan suatu informasi atau data yang diperoleh dari sumber yang berbeda (Gunawan, 2013). Peneliti akan melakukan banding hasil penelitian dengan sumber lain seperti *website*, buku, dan karya ilmiah serupa untuk meningkatkan keabsahan data.

#### **1.7. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes sebagai teknik analisis data. Roland Barthes mengkategorikan proses pemaknaan menjadi dua yaitu konotasi dan denotatif. Konotasi adalah karakteristik asli suatu tanda yang membutuhkan peranan penting pembaca agar dapat berjalan. Secara rinci, Barthes telah mengupas apa yang pada umumnya disebut sistem tataran kedua, yang dibentuk berdasarkan sistem-sistem sebelumnya.

Sastra atau karya seni menjadi bukti paling jelas mengenai sistem pemaknaan tataran kedua dengan menggunakan sistem bahasa sebagai sistem sebelumnya. Sistem kedua ini diperkenalkan Barthes sebagai konotatif yang dalam unsur mitologisnya secara jelas dibedakan berdasarkan sistem pemaknaan pertama

(Vera, 2014, pp. 48-49). Berikut ini adalah tabel sistem semiotika Roland Barthes yang menjelaskan bagaimana suatu tanda bekerja.

**Tabel 3.4 Sistem Semiotika Roland Barthes**

1. <i>Signifier</i> (Penanda)	2. <i>Signified</i> (Petanda)
3. <i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotatif)	
4. <i>Connotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)	5. <i>Connotative Signified</i> (Petanda Konotatif)
6. <i>Connotative Sign</i> (Tanda Konotatif)	

(Sumber: Sobur, 2016, p. 151)

Pada sistem semiotikanya Roland Barthes menjabarkan lima kode yang digunakan sebagai teknik analisis data dalam penelitian semiotika (Sobur, 2016, pp. 151-152), yaitu:

1. Kode Hermeneutik

Merupakan misteri seputar harapan atau keinginan pembaca untuk memperoleh suatu fakta kebenaran bagi pertanyaan yang ada dalam suatu narasi. Unsur misteri ini menjadi komponen utama dalam suatu narasi untuk membangun suatu peristiwa yang belum diketahui dan penyelesaiannya.

2. Kode Proaretik

Kode Proaretik merupakan tindakan dasar yang dilakukan oleh suatu objek dalam suatu narasi dan dapat terjadi dalam beberapa sekuen. Barthes menegaskan bahwa setiap karya narasi pasti memiliki kode proaretik.

### 3. Kode Budaya

Merupakan kode yang terbentuk secara kolektif, anonim, dan bersumber dari pengalaman golongan masyarakat tertentu yang merepresentasikan sesuatu pemahaman yang mampu diterima secara kolektif yang menjadi landasan moral dan ilmiah bagi kelompok tertentu.

### 4. Kode Semik

Merupakan kode konotatif yang bertujuan untuk mengkategorikan konotasi kata atau frasa dalam suatu narasi dengan kategori kata atau frasa lainnya dengan kesamaan yang dimiliki. Pengkategorian ini dapat membantu pembaca menemukan suatu tema bahkan tokoh pada suatu karya narasi.

### 5. Kode Simbolik

Merupakan unsur pengkodean fiksi yang memiliki sifat tersstruktur dan khas yang dijabarkan oleh Barthes. Kode simbolik dapat ditemukan pada tanda-tanda yang terkandung dalam suatu pesan non verbal.

Melalui teori semiotika Roland Barthes peneliti mencoba untuk menganalisis data mengenai Representasi Rasisme Dalam Iklan Mobil Volkswagen Golf 8 pada Sosial Media Instagram.

Kelima kode semiotika Roland Barthes yang telah dijabarkan di atas, dinilai peneliti dapat menjelaskan secara rinci makna tanda dan simbol yang terkait dengan rasisme terhadap ras kulit hitam pada iklan mobil Volkswagen 8.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA