

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Pradoko (2017), paradigma merupakan cara dari seseorang dalam melihat atau memandang mengenai suatu peristiwa yang terdiri dari beberapa asumsi, penjelasan mengenai realita, solusi untuk sebuah masalah, tujuan, dan berbagai sifat lainnya yang akan diteliti. Paradigma yang akan digunakan dalam penelitian ini bersifat konstruktivisme.

Pada penelitian kali ini, paradigma yang akan digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Menurut Ronda (dalam Eukaristia, 2019) Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang berdasar pada pemikiran yang menyebutkan bahwa ilmu dan kepastian dari objektif berasal dari hasil sebuah perspektif. Paradigma konstruktivisme menegaskan sebuah sifat realitas yang jamak dan fleksibel. Jamak memiliki makna bahwa realitas dapat diregangkan dan dibangun sesuai dengan aktivitas bertujuan dari tingkah laku manusia yang mempunyai tujuan.

Menurut Hendrarti dalam Mudjia Rahardjo (2018), paradigma konstruktivis melihat ilmu sosial sebagai analisis teratur dari “ *social meaningful action*” melalui observasi langsung kepada gejala sosial alamiah untuk menafsirkan dan memahami bagaimana gejala sosial menemukan dan menjaga dunia sosialnya. Untuk memahami paradigma konstruktivis dalam penelitian ini, terdapat 4 dimensi, di antaranya:

1. Ontologis: Realitas adalah sesuatu yang dibangun/dikonstruksi secara sosial. Kebenaran atas suatu realitas adalah relatif tergantung konteks dimana pelaku sosial berada.
2. Epistemologis: Pemahaman realitas dalam penelitian adalah hasil interaksi dari seorang peneliti dengan objek yang diteliti dengan fokus

pada aktivitas penciptaan makna dalam benak individual yang bersifat subjektif.

3. Aksiologis: Nilai, etika, dan pilihan moral yang diambil peneliti adalah sebagai *passionate participant* dimana menjembatani subjektivitas beragam dari aktor sosial.
4. Metodologis: Membenamkan pada simpati dan interaksi dua arah antara peneliti dan yang diteliti untuk memulihkan kembali realitas yang diteliti, melalui metode-metode kualitatif seperti analisis isi konten. Kualitas keaslian penelitian dilihat dari hasil temuan merupakan gambaran asli dari fakta yang dirasakan oleh para aktor sosial.

Berdasarkan hal di atas, alasan penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dikarenakan tujuan analisis semiotik adalah untuk menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang terselubung di balik tanda (iklan). Pemikiran dari pengguna tanda adalah hasil dari penciptaan sosial dimana pengguna tanda tersebut berada. Diselaraskan dengan karakteristik dan pengertian dari paradigma konstruktivis yang memandang realitas adalah konstruksi sosial, maka penelitian ini memang cocok menggunakan paradigma konstruktivis sebab ingin menganalisis makna tanda yang merupakan hasil dari konstruksi sosial.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Ada beberapa jenis studi teks yang merujuk pada penelitian kualitatif yaitu analisis isi, semiotika, fenomenologi, dan hermeneutika (Rahardjo, 2018). Menurut Eri Barlian semiotika termasuk kedalam jenis penelitian deskriptif *non participant observation* karena pada penelitian ini akan dilakukan pengamatan tanpa melibatkan seorang peneliti dalam penelitian yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini akan ditemukan makna baru dari iklan *storytelling* yang menjadi objek penelitian, menjelaskan keberadaan makna

yang terbentuk dan terdapat dalam iklan *storytelling* yang menjadi objek penelitian, menjelaskan karakteristik dari setiap makna teks dan menyajikan fakta dengan secara jelas dan lengkap untuk mengungkap makna sebuah tanda atau teks dari iklan *storytelling* yang menjadi objek penelitian (Rahardjo, 2018).

Muhadji Rahardjo juga mengungkapkan bahwa penelitian yang menganalisis teks semiotika memiliki sifat interpretif atau menginterpretasikan makna dari teks (iklan) yang ada. Meski sebuah teks memiliki sifat polisemi (multitafsir dan multimakna), peneliti tidak berarti langsung menginterpretasikan sebuah makna sesuai keinginannya, tetapi dengan cara merujuk pada konteks bagaimana makna tersebut dibangun (budaya, sejarah, sosial, dan ideologis) dan menghubungkannya pada makna di luar teks (siapa penciptanya, intensi pencipta, cara menyapa *audience*). Disebutkan pula oleh Guba dalam Eri Barlian bahwa sifat yang muncul dari sebuah penelitian kualitatif merupakan hal yang naturalistik karena meneliti dan menggabungkan beberapa data dalam pengaturan secara alamiah tanpa menipu subjek yang telah diteliti.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini sudah berdasarkan metodologi atau pendekatan kualitatif, adapun tujuan dari kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan secara deskripsi dan menjelaskan gambaran mengenai sebuah bentuk secara variabel, karakteristik gejala, kondisi keadaan atau fenomena sosial tertentu. Untuk metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika yang berasal dari Roland Barthes. Model yang akan digunakan untuk melakukan penelitian ini akan dengan cara mencari makna denotasi dan makna konotasi pada kriteria tanda dan juga melihat bagaimana hubungan dari tanda-tanda tersebut dengan visualisasi yang terdapat dalam sebuah iklan yang memiliki alur seperti sebuah cerita.

Semiotika merupakan salah satu metode penelitian komunikasi yang paling mendalam dalam menjelaskan sebuah teks, dan hasilnya sebagai sebuah metode yang dapat dilihat dari bagaimana rincinya sebuah masalah yang akan dijelaskan di dalam sebuah penelitian. Semiotika dipilih karena semiotika mampu menjelaskan bagaimana manusia dapat memahami sebuah lambang atau simbol atau tanda yang terdapat dalam hal gejala budaya, seperti sistem mode busana, menu makanan, bidang arsitektur, lukisan, film, iklan dan karya sastra. Pengertian mengenai pesan (tanda) dalam teks diperlukan untuk mengetahui lebih lanjut makna yang tersembunyi di sebuah tanda dan bagaimana tanda menghasilkan makna tersebut. Semiotika terdiri atas suatu kumpulan teori tentang bagaimana sebuah tanda menghasilkan sebuah benda, gagasan, waktu, suasana, perasaan, dan kondisi lain di luar tanda tersebut. Konsep dasar yang mempersatukan tradisi semiotika, yaitu (1) tanda mempunyai definisi sebagai dorongan yang menghasilkan atau memperlihatkan beberapa kondisi lain. (2) simbol yang biasanya menandakan tanda yang berhubungan dengan banyak arti termasuk arti yang sangat khusus. Sebagai sebuah metode, semiotika bersifat interpretatif dan, konsekuensinya, sangat subjektif (Mudjiyanto & Nur, 2013).



Gambar 3.1 Model Analisis Semiotika Roland Barthes

Sumber : Sobur (2017)

Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk mencari makna denotasi dan makna konotasi yang terdapat dalam visualisasi iklan berbasis *storytelling*. Tujuan dari penelitian yang menggunakan semiotika Roland Barthes ini adalah untuk dapat melakukan analisis pada media berupa iklan yang berdasarkan pada hipotesis bahwa media yang berupa iklan tersebut merupakan tanda pelengkap. Dalam teori semiotika Roland Barthes terdapat tiga tahapan untuk menganalisis suatu tanda yaitu tahap denotasi, tahap konotasi dan tahap mitos untuk dapat menemukan arti dari tanda yang muncul (Kusumastutie & Faturochman, 2004).

3.4 Unit Analisis

Subjek penelitian ini adalah iklan *storytelling* produk Lifebuoy “Akar Kuat Di Bulan Suci”. Sementara objek penelitiannya adalah tanda yang terlihat dalam iklan tersebut yang dapat berupa sebuah simbol, teks, suara, musik, teknik pengambilan gambar, dialog, dan lainnya yang terdapat sebuah scene iklan untuk dapat menemukan makna dari iklan tersebut.

Dalam penelitian ini akan dianalisis dari tiap potongan scene, audio yang dapat berupa dialog atau musik, pakaian yang dikenakan, acting, lokasi pengambilan gambar, tipe pengambilan gambar dan pencahayaan yang terdapat dalam scene yang dapat menunjukkan adanya makna denotatif, konotatif, dan mitos dari iklan *storytelling* produk Lifebuoy “Akar Kuat Di Bulan Suci”. Penjelasan mengenai *angle* atau sudut pengambilan gambar akan disampaikan dalam bentuk seperti di bawah ini.

Tabel 3.1 Sudut Pengambilan Gambar

Teknik	Penjelasan	Makna
Bird Eye View	Sudut pengambilan gambar yang dilakukan dengan kamera di atas ketinggian objek.	Visual yang akan dihasilkan terlihat lebih luas dan benda-benda lain tampak kecil.
High Angle	Sudut pengambilan gambar dari atas objek.	Visual yang akan dihasilkan memiliki kesan dramatis untuk melihat objek lain menjadi lebih kecil dan memiliki nilai yang lebih rendah.
Low Angle	Sudut pengambilan gambar dari bawah objek.	Visual yang akan dihasilkan memiliki kesan dramatis untuk melihat objek lain menjadi lebih besar dan memiliki kesan agung, kuat dan berkuasa.
Eye Level	Sudut pengambilan gambar sejajar dengan objek.	Visual yang akan dihasilkan akan memperlihatkan bagaimana perspektif mata seseorang dalam memandang sesuatu.
Frog Eye	Sudut pengambilan gambar dengan ketinggian kamera yang sejajar dengan alas atau berada di bawah dari tempat objek berada.	Visual yang akan dihasilkan akan memperlihatkan seolah melihat melalui mata katak.

Sumber : <https://sipadu.isi-ska.ac.id/> 2021

Selain sudut pengambilan gambar, teknik pengambilan gambar juga sama pentingnya dalam pengambilan video agar video mempunyai kesan yang lebih mendalam dan mendukung cerita yang ingin disampaikan dalam sebuah video.

Penjelasan mengenai teknik pengambilan gambar akan disampaikan seperti berikut.

Tabel 3.2 Teknik Pengambilan Gambar

Teknik	Penjelasan	Makna
<i>Close Up</i>	Gambar diambil dari jarak yang dekat.	Visual yang akan dihasilkan akan memperlihatkan emosi atau ekspresi wajah objek.
<i>Medium Close Up</i>	Gambar diambil dari jarak dari atas kepala hingga dada.	Visual yang akan dihasilkan akan memperlihatkan ekspresi wajah hingga pergerakan objek dari atas kepala hingga dada.
<i>Medium Shot</i>	Gambar diambil dari jarak yang sedang, dari atas kepala hingga perut/pinggang.	Visual yang akan dihasilkan akan memperlihatkan pergerakan objek dari atas kepala hingga perut/pinggang.
<i>Knee Shot</i>	Gambar yang diambil dari jarak yang sedang, dari atas kepala hingga lutut.	Visual yang akan dihasilkan akan memperlihatkan pergerakan objek dari atas kepala hingga lutut.
<i>Full Shot</i>	Gambar yang diambil secara penuh dari atas kepala hingga kaki.	Visual yang akan dihasilkan akan memperlihatkan pergerakan objek secara keseluruhan.
<i>Long Shot</i>	Gambar yang diambil	Visual yang akan

	dari jarak jauh.	dihasilkan akan memperlihatkan objek beserta latar belakangnya.
<i>Medium Long Shot</i>	Gambar yang diambil dari jarak jauh dan masih menampakkan objek secara wajar.	Visual yang akan dihasilkan akan memperlihatkan beberapa objek di dalam satu gambar.
<i>Extreme Long Shot</i>	Gambar yang diambil dari jarak jauh dan objek tidak tampak.	Visual yang akan dihasilkan akan memperlihatkan adalah latar belakang bukan objek.

Sumber : <https://sipadu.isi-ska.ac.id/> 2021

Pada penelitian ini akan menganalisis penanda dan petanda yang terdapat dalam adegan iklan “Akar Kuat Di Bulan Suci” terlebih dahulu untuk menemukan makna denotasi dan konotasi yang terdapat dalam iklan tersebut. Potongan-potongan adegan dari iklan “Akar Kuat Di Bulan Suci” tersebut yang akan menjadi bahan penelitian pada penelitian ini.

Tabel 3.3 Bahan Penelitian berupa potongan adegan iklan

Potongan Adegan	Visual	Menit
1.		Menit 00:00 - 00:28

		
		
		
2.		Menit 00:29 - 00:47
		

		
		
		
3.		Menit 00:48 - 00:58
		

		
		
4.		Menit 00:59 - 01:24
		
		

		
5		Menit 01:25 - 02:49
		
		
		



Sumber : Disusun oleh peneliti, 2024

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Rudiyanto, *et al* (2015), tahapan pengolahan data dalam analisis semiotika adalah sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data yang relevan dengan penelitian dari buku, jurnal, artikel internet, dan studi lainnya.
2. Menentukan teori semiotika yang akan digunakan dalam sebuah penelitian (Teori Semiotika Roland Barthes).
3. Penentuan data dengan menganalisis apakah tanda yang sudah ditemukan dapat menghasilkan makna yang ingin didapatkan.
4. Menentukan *scene*.
5. Melakukan analisis berupa tanda yang terdapat dalam setiap scene dengan penjelasan secara deskriptif
6. Membuat kesimpulan dari tanda-tanda dan makna yang sudah ditemukan pada objek penelitian

Sutrisno Hadi (dalam Sugiyono, 2017: 203) menyatakan bahwa observasi merupakan sebuah proses yang membutuhkan kesatuan dari proses mengamati dan mengingat. Eri Barlian (2018) mengatakan observasi memiliki ciri khusus diantara teknik lainnya karena observasi tidak terbatas hanya pada manusia, tetapi juga pada sebuah ide atau gagasan, seperti contohnya dalam penelitian ini adalah tanda-tanda atau teks dalam iklan. Maka, dalam penelitian ini memakai teknik observasi dalam pengumpulan datanya dengan melihat dan mendengarkan Iklan yang berjudul “Akar Kuat Di Bulan Suci”. Hasil observasi tersebut akan dijelaskan dengan menghubungkan dengan konteks dimana tanda/teks dibuat serta berbagai sumber kepustakaan serta data yang telah dikumpulkan pada tahapan awal sesuai dengan tahapan dalam analisis konten semiotika (Sugiyono, 2017).

3.6 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini akan diuji menggunakan 4 kriteria. Salah satu kriteria, yaitu kriteria kepercayaan dilakukan dengan teknik triangulasi. Menurut Norman K. Denkin (2012), Triangulasi adalah sebuah teknik yang berguna untuk membangun sebuah kepercayaan dengan menggabungkan beberapa cara untuk menguji ketepatannya dari tiap sudut pandang yang tentunya berbeda. Ada beberapa teknik triangulasi, yakni sebagai berikut:

a. Triangulasi Sumber.

Triangulasi ini menggali sumber data dan perolehan data lebih lanjut dari berbagai sumber lain, dengan cara wawancara, observasi, dokumen tertulis, catatan resmi/ foto dan gambar sesuai bukti data yang ada. Pandangan dari sumber yang banyak dan berbeda bisa menghasilkan pengetahuan/ilmu baru yang sebelumnya mungkin belum muncul.

b. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda, sebagai contoh dengan menambahkan metode wawancara atau survei dan pengecekan banyak sumber data dengan metode yang sama. Namun, bila data dari subjek sudah jelas seperti teks atau naskah film, triangulasi ini tidak harus dilaksanakan.

c. Triangulasi penyidik

Triangulasi penyidik dilakukan dengan cara membandingkan suatu pekerjaan antara satu peneliti dengan peneliti yang lain.

d. Triangulasi Teori

Triangulasi teori bertujuan untuk membandingkan suatu hasil dari penelitian menggunakan teori yang valid sehingga menghindari kesimpulan hasil penelitian adalah hanya sebuah prasangka atau asumsi dari peneliti saja.

Dalam penelitian ini, seperti yang sudah diungkap sebelumnya akan merujuk pada 4 kriteria yang telah disebutkan di atas, dan terkhusus lagi pada kriteria kepercayaan menggunakan teknik triangulasi sumber serta triangulasi teori. Untuk mencapai triangulasi sumber, peneliti menggunakan data-data (sumber) sekunder berupa referensi dari buku, artikel, jurnal, skripsi, tesis, dan internet untuk membantu mendapatkan informasi, mendukung, dan bahkan memperkaya informasi dalam penelitian ini sehingga hasil akhir bukan asumsi individu dan didukung sumber lain. Triangulasi teori juga dilakukan dengan membandingkan hasil akhir yang didapat pada penelitian dengan teori yang digunakan yaitu teori semiotika Roland Barthes apakah relevan atau tidak sehingga tidak ada bias individual dari peneliti atas kesimpulan yang dihasilkan dan hasil penelitian dapat diakui keabsahannya.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis jenis semiotika dari Roland Barthes untuk mengetahui makna iklan sudut denotasi, konotasi, dan mitos pada iklan “Akar Kuat Di Bulan Suci” dipandang dari perspektif semiotika Roland Barthes, mengetahui pesan iklan yang terkandung dalam iklan *storytelling* “Akar Kuat Di Bulan Suci”, dan untuk mengetahui ada atau tidaknya mitos yang dihasilkan dengan teknik *storytelling* yang mengambil kisah nyata dari konsumen untuk dijadikan iklan.

Menurut Barthes denotasi merupakan apa yang dilihat sejatinya dari sebuah objek. Sedangkan untuk konotasi merupakan bagaimana tanda

menggambarkan objek tersebut. Kemudian, mitos merupakan sebuah konsep mental dari keberadaan fisik yang menjelaskan realitas (Sobur, 2017).

Pada penelitian ini peneliti akan menganalisis penanda dan petanda yang terdapat dalam *scene-scene* iklan “Akar Kuat Di Bulan Suci” terlebih dahulu untuk menemukan makna denotasi yang terdapat dalam iklan tersebut. Setelah tanda denotasi ditemukan maka akan menjadi sebuah penanda konotasi. Penanda konotasi akan muncul bersama dengan petanda konotasi. Kemudian setelah penanda dan petanda konotasi ditemukan selanjutnya adalah mitos. Mitos didapatkan dari hasil penafsiran peneliti yang dihubungkan dengan konteks tanda atau teks yang dibangun. Menurut Roland Barthes, denotasi mempunyai arti atau makna yang sebenarnya dari sebuah tanda terhadap objek yang diteliti. Kemudian konotasi mempunyai arti atau makna yang tersembunyi dari sebuah tanda terhadap sebuah objek. Mitos sendiri merupakan bagaimana suatu kebudayaan menjelaskan serta memahami suatu hal mengenai sebuah realitas atau gejala alam.

Data sekunder yang digunakan seperti Jurnal, Artikel, Buku, Penelitian terdahulu dan internet dapat digunakan dalam mendukung sekaligus menguatkan penafsiran makna yang telah ditemukan dengan konteks yang ada. Dalam penelitian ini data sekunder digunakan untuk menambah serta menguatkan analisis pada iklan “Akar Kuat Di Bulan Suci” dilihat dari perspektif semiotika Roland Barthes.

Tahapan-tahapan itu akan terus dilakukan hingga semua *scene* (tanda/teks) dalam iklan telah selesai dianalisis sesuai tahapan analisis yang telah dijelaskan di atas. Analisis dari kesemua *scene* tadi akan ditarik kesimpulan mengenai apa makna yang dihasilkan dari tanda-tanda dalam iklan tersebut serta bagaimana tanda dalam iklan dapat membentuk makna yang terbentuk.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan fungsi lima kode pembacaan yang di dalamnya terdapat penanda teks yang akan berdampak atau punya fungsi khusus yang berbeda dengan yang lain yang disebut dengan leksia. Leksia dapat berupa apa saja, entah dari satu kata, kelompok kata, gabungan kalimat, paragraf,

atau gambar yang mungkin akan digunakan untuk menemukan makna didalamnya dan lebih menggambarkan model semiotika Roland Barthes.

Kode-kode tersebut berupa hermeneutik, semik, simbolik, proaretik, dan kultural atau budaya. Hermeneutik memiliki fungsi untuk mengartikulasikan dengan berbagai cara dua arah mengenai pertanyaan dan respon untuk menjawab atau menyimpulkan terhadap suatu hal yang memunculkan tanda tanya yang jawabannya tersirat atau tidak terlihat. Kedua adalah kode semik yang merupakan makna yang sudah dimiliki atau makna konotasi. Ketiga adalah kode simbolik yang mengatur segala proses antitesis dari sebuah tanda, kode yang mengatur bagian bawah sadar dari sebuah tanda dan kode yang berasal dari psikoanalisis. Keempat adalah kode proaretik yang merupakan kode yang mengatur jalannya alur dari sebuah cerita atau narasi cerita.

Kode ini juga merupakan kode aksi (*sequence*) dalam suatu cerita yang dapat dipisah lagi menjadi sub-bagian dengan cara berurutan dan urutannya dapat dilihat dalam satu proses suatu aksi secara totalitas. Kemudian yang terakhir merupakan kode kultural atau kebudayaan. Kode ini membentuk suara secara kolektif dan anonim dari tanda-tanda yang berasal dari pengalaman pribadi manusia dan tradisi-tradisi yang beraneka ragam dikalangan manusia, serta berbagai pengetahuan dan kebijakan yang memiliki sifat kolektif (Rachmayanti, 2020).

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