

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Dalam paradigma konstruktivisme, individu berupaya memahami dunia sebagai lingkungan tempat mereka bekerja dan hidup. Mereka mengembangkan makna subjektif yang didasarkan pada pengalaman pribadi, serta memberikan makna tertentu terhadap benda atau objek tertentu yang mereka hadapi. Pemaknaan terhadap sebuah realita dunia yang beragam dan juga bervariasi tentunya sangat membantu individu dalam memahami serta melihat kompleksitas sudut pandang. Setiap penelitian yang dilakukan oleh individu hendaknya dapat memahami, mengerti dan menafsirkan makna yang terjadi di dunia melalui sudut pandang orang lain dan hal ini yang disebut dengan penelitian konstruktivis (Creswell & Creswell, 2017)

Peneliti dalam penelitian ini merujuk pada paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme memandang realitas sebagai hasil dari interpretasi atas makna suatu aktivitas atau peristiwa. Mengingat bahwa objek penelitian ini mencakup film dan analisis semiotika, paradigma konstruktivisme dianggap relevan untuk digunakan dalam mengungkap makna-makna yang tidak tampak secara eksplisit. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana simbol-simbol dalam film dibentuk, ditafsirkan, dan dipengaruhi oleh konteks budaya serta sosial tertentu.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif. Alasan pemilihan pendekatan kualitatif karena bersifat interpretative dengan metode dalam mendalami masalah yang ada. Menurut Moelong (2016) penelitian kualitatif yang dimaksudkan untuk mendalami fenomena yang dialami oleh subjek

penelitian. Seperti Tindakan, pandangan, motivasi, perilaku dan lain-lain secara holistic dengan menggunakan kata-kata dan bahasa dalam suatu permasalahan (Lumettu & Runtuwene, 2018).

Penelitian kualitatif merupakan sarana untuk mengembangkan dan memahami dalam memaknai secara mendalam pada individu maupun kelompok sebagai suatu masalah yang sedang terjadi (Creswell & Poth, 2016). Pada penelitian kualitatif lebih menekankan pada kata maupun kalimat yang digunakan dalam analisis. Penelitian deskriptif bukan hanya mengumpulkan dan menyusun informasi melainkan untuk menganalisis data dengan menjelaskan data realitas yang ditemukan. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif agar dapat menjelaskan dan memaparkan data yang telah didapatkan melalui tanda yang bersifat realitas dalam iklan *Men's Biore Face Wash* dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah semiotika Charles Sanders Peirce. Menurut Kriyantono, semiotika adalah ilmu yang mendalami tanda-tanda yang berhubungan dengannya, cara berfungsi, hubungan dengan tanda-tanda lainnya, penyampaian dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakannya (Tyas, 2013).

Dalam semiotika menurut Charles S Peirce mengklarifikasikan semiotika berdasarkan *representamen*, *object*, dan *interpretant*. Model ini dikenal oleh triadik (*triangle meaning semiotics*) dimunculkan pada tiga tahap yaitu tanda, pemaknaan, dan objek. Tanda yang dimaksud dalam penelitian ini merujuk pada sesuatu yang berbentuk fisik dan dapat ditangkap oleh pancaindera. Objek mengacu pada referensi yang merepresentasikan tanda tersebut. Adapun pemaknaan yang dimaksud adalah makna yang terbentuk dalam pikiran seseorang terkait objek yang dirujuk oleh tanda itu sendiri.

3.4 Unit Analisis

Unit analisis merujuk pada sesuatu yang erat kaitannya dengan fokus penelitian baik berupa objek, individu, organisasi, kelompok, maupun fenomena sosial tertentu. Unit yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah tanda visual dan non-visual pada iklan *Men's Biore Facial Wash* yang mencirikan adanya perbedaan dalam dua iklan yaitu individu yang memiliki wajah tampan dan individu yang memiliki wajah ingin memiliki wajah tampan.

Tanda yang diperoleh didapatkan melalui beberapa adegan didalam iklan. Kriteria yang digunakan penulis dalam menentukan adegan yaitu adanya unsur pendisiplinan tubuh pada iklan *Men's Biore Facial Wash* “Biar Auto Diliat kayak Dustin” dan “Muka Auto Cerah Pake *Men's Biore Bright Expert!*”. Dari masing-masing *scene* yang di tetapkan, penulis menggunakan tangkapan gambar sebagai perwakilan tanda. Adapun tanda non-visual yang diperoleh penulis melalui adanya dialog singkat pada masing-masing adegan yang diambil.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data adalah suatu kalimat maupun perilaku yang digunakan penulis sebagai acuan yang sesuai dengan permasalahan atau fokus penelitian. Sumber data terbagi menjadi dua jenis, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

3.5.1 Data Primer

Sumber data primer adalah kumpulan data yang didapatkan oleh penulis dengan melakukan observasi dan wawancara (Kaharuddin, 2021). Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data primer melalui observasi dari beberapa adegan yang menggambarkan pendisiplinan tubuh dalam iklan *Men's Biore Facial Wash*.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung. Data ini berfungsi sebagai informasi tambahan, yang berupa dokumen dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan laporan penelitian (Kaharuddin, 2021).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber-sumber yang berkaitan dengan konsep-konsep yang terkait dengan penelitian. Data sekunder tersebut dikumpulkan melalui sumber dari buku, jurnal, dan artikel.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan mengambil potongan-potongan gambar dari adegan iklan yang ditemukan terkait pendisiplinan tubuh. Data tersebut berupa gambar visual yang kemudian dimasukkan ke dalam tabel agar dapat dikelompokkan secara tersusun berdasarkan teknik analisis yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce, dimana terdapat tiga unsur, yaitu tanda, objek, dan pemaknaan.

Pada unsur tanda (*sign*), peneliti mengambil beberapa potongan gambar dari setiap adegan yang menjelaskan pendisiplinan tubuh. Gambar dalam adegan tersebut memperlihatkan tanda yang dapat ditangkap oleh mata. Dengan tanda, individu cenderung menyimpulkan atau hanya berdasarkan asumsi sesuatu yang tidak jelas atau tersembunyi.

Selanjutnya unsur kedua, yaitu objek sebagai sebuah acuan dari unsur sebelumnya. Objek menjelaskan benda, latar dan pakaian yang dikenakan pemeran dalam adegan iklan. Hal ini mempermudah komunikator dalam membuat asumsi terkait dengan tanda.

Unsur ketiga adalah pemaknaan atau interpretan. Dalam penelitian yang menggunakan analisis semiotika menurut Peirce, seseorang akan membentuk

pemahaman dalam pikirannya mengenai objek-objek yang dirujuk oleh tanda-tanda. Pemaknaan terhadap suatu hal yang diamati merupakan asumsi peneliti tentang apa yang sedang terjadi, berdasarkan hubungan antara tanda dan objek. Sebagai contoh, ketika seseorang menangis, hal tersebut dapat dimaknai sebagai tanda bahwa orang tersebut sedang bersedih karena suatu masalah.

Menurut Mascelli dalam (Prasetya & Wibowo, 2022) menjelaskan bahwa penempatan kamera menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk menghasilkan sudut pandang penonton dalam mengamati objek tersebut. Lebih lanjut, (Bonafix, 2011) menyebutkan beberapa teknik pengambilan gambar, antara lain:

1. *Extreme Close Up*

Ukuran pada frame yang sangat detail dan dekat sekali dengan objek, memiliki makna menampilkan detail dari sebuah objek.

2. *Big Close Up*

Ukuran pada frame memiliki batas dari kepala hingga dagu objek, memiliki kesan untuk menggambarkan sebuah ekspresi.

3. *Close Up*

Ukuran pada frame memiliki batas dari kepala hingga leher, memberikan gambaran objek secara jelas.

4. *Medium Close Up*

Ukuran pada frame memiliki batas dari kepala hingga dada objek, menampilkan kesan menegaskan profil seseorang.

5. *Medium Shot*

Ukuran pada frame memiliki batas dari kepala hingga pinggang objek, teknik ini ditujukan untuk menampilkan objek secara lebih jelas.

6. *Full Shot*

Ukuran pada frame memiliki batas dari kepala hingga kaki objek, teknik ini ditujukan untuk memperlihatkan objek dengan lingkungan sekitar.

7. *LongShot*

Teknik pengambilan gambar objek penuh dengan latar belakangnya, ditujukan untuk menonjolkan objek dengan latar belakangnya.

Terdapat pula posisi kamera yang mengarah kepada objek tertentu berpengaruh terhadap makna dan pesan yang ingin disampaikan. Sudut pengambilan gambar terdapat lima (5) macam, yaitu:

1. *Bird Eye View*

Teknik pengambilan gambar dengan posisi kamera di atas ketinggian objek yang di rekam. Tujuannya agar dapat memperlihatkan objek secara luas.

2. *High Angle*

Teknik pengambilan gambar dengan posisi kamera lebih rendah dari Bird Eye Level. Tujuannya agar objek yang ditangkap terkesan lemah.

3. *Eye Level*

Teknik pengambilan gambar yang sejajar dengan posisi objek. Sudut pandang ini menjadikan objek dengan ukuran sebenarnya.

4. *Low Angle*

Pengambilan gambar dari bawah objek, kesan yang ditimbulkan menjadi lebih dramatis.

5. *Frog Level*

Teknik pengambilan gambar dengan posisi dasar dari sebuah objek, kesan yang ditimbulkan menjadi dramatis karena memperlihatkan suatu visual menjadi lebih menarik.