

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma ini menekankan bahwa realitas itu terbentuk oleh konstruksi sosial termasuk oleh media. Dalam menciptakan pemberitaan tersebut, media dalam hal ini tidak hanya berfungsi sebagai pencipta berita saja, tetapi juga menciptakan makna bagi individu yang membaca ataupun melihat berita tersebut. Pendekatan ini bersifat modifikasi objektivis, artinya peneliti menyadari adanya pengaruh yang tidak terhindarkan dari perspektif pribadi terhadap fenomena yang diteliti. Adanya rasa penasaran terhadap fenomena dari *gimmick* Gemoy ini juga yang membuat peneliti tertarik untuk mengangkat sisi strategi *political branding* dari tim kampanye Prabowo – Gibran.

Namun, meskipun hubungan ini dapat memengaruhi interpretasi peneliti dapat tetap menyeimbangkan pendapat pribadi dan objektif berdasarkan realitas yang ada. Terakhir adalah metodologi, yang menjelaskan pendekatan yang digunakan dalam penelitian, menyarankan penggunaan metode kualitatif yang lebih adaptif. Mengingat kompleksitas fenomena branding politik dan *gimmick* seperti Gemoy, yang dapat dipahami dari berbagai perspektif—baik komunikasi politik, psikologi pemilih, maupun penggunaan media sosial—penelitian ini akan mengandalkan beragam sumber data dan teori untuk menganalisis dampak dari penggunaan *gimmick* dalam kampanye ini.

Dengan mengintegrasikan pendekatan konstruktivis dan metodologi kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang bagaimana *gimmick* seperti Gemoy digunakan dalam strategi kampanye Prabowo-Gibran, serta pengaruhnya terhadap elektabilitas dan persepsi publik selama Pilpres 2024. Strategi yang dilakukan ini bisa membuat banyak masyarakat menjadi saran akan kehadiran dari calon ini dan pada akhirnya mengambil “hati” dari masyarakat di kontestasi pilpres 2024.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih dengan tujuan untuk memahami bagaimana media sosial resmi Partai Gerindra membentuk citra dari Prabowo Subianto (Kriyantono, 2020). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang dirancang untuk menggali fenomena secara mendalam melalui analisis terbuka dan rinci, alih-alih berfokus hanya pada hasil statistik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami kompleksitas isu dari berbagai perspektif, terutama melalui pandangan para pemangku kepentingan yang terlibat langsung dalam fenomena tersebut.

Salah satu kekuatan pendekatan ini adalah kemampuannya untuk mengungkapkan makna dan motivasi yang mendasari tindakan individu atau kelompok, yang sering kali tidak dapat dijelaskan hanya dengan angka. Selain itu, penelitian ini memberikan peluang untuk mengklarifikasi temuan-temuan yang ada pada penelitian kuantitatif sebelumnya, dengan memperkaya pemahaman melalui perspektif yang lebih subjektif. Sebagai penelitian deskriptif, studi ini bertujuan untuk menyajikan gambaran yang mendalam dan terperinci tentang fenomena yang diteliti. Fokus utama penelitian adalah menganalisis strategi branding internal yang diterapkan dalam kampanye Prabowo-Gibran, dengan perhatian khusus pada penggunaan gimmick Gemoy sebagai cara untuk membangun citra publik.

Dengan pendekatan deskriptif ini, penelitian ini tidak hanya menggambarkan fenomena tersebut, tetapi juga berupaya untuk memahami bagaimana strategi komunikasi ini mempengaruhi persepsi publik, berdasarkan wawasan yang diperoleh dari informan yang terlibat dalam manajemen puncak tim kampanye. Selain itu, *gimmick* seperti Gemoy yang berfokus pada humor dan pendekatan santai dapat menarik perhatian audiens muda, sekaligus menciptakan kedekatan emosional dengan pemilih. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks politik, elemen-elemen non-rasional dapat memainkan peran besar dalam membentuk citra calon pemimpin dan memengaruhi sikap politik pemilih (Heryanto, 2020).

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Dalam konteks ini, semiotika dipahami sebagai ilmu yang mempelajari tanda-tanda serta bagaimana tanda-tanda tersebut berfungsi, saling berhubungan, dan dimaknai oleh para penerimanya (Sobur, 2003). Pendekatan ini relevan untuk mengkaji bagaimana makna dibentuk dan disampaikan melalui simbol-simbol visual dalam komunikasi politik di media sosial.

Charles Sanders Pierce mengelompokkan tanda ke dalam tiga elemen utama, yaitu *representamen* (tanda), *object* (objek), dan *interpretant* (pemaknaan). Model ini dikenal dengan istilah *triangle meaning semiotics* atau model segitiga makna. Dalam penelitian ini, representamen merujuk pada elemen-elemen visual seperti gambar, ekspresi wajah, gaya berpakaian, dan caption dalam konten Instagram resmi Partai Gerindra yang menampilkan *gimmick* “Gemoy” Prabowo Subianto. Sementara itu, *object* mengacu pada sosok Prabowo sebagai tokoh politik yang sedang direpresentasikan secara simbolik melalui *gimmick* tersebut. Adapun interpretant adalah makna atau pemahaman yang muncul dalam benak audiens, terutama pemilih muda, atas citra baru Prabowo yang lebih santai, ramah, dan dekat dengan publik.

Melalui kerangka semiotika ini, penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana perubahan gaya komunikasi politik Prabowo—dari yang dikenal militeristik menjadi lebih ceria dan inklusif—direpresentasikan secara visual dan simbolik dalam kampanye digital. Analisis ini menjadi penting untuk memahami strategi komunikasi visual yang digunakan tim kampanye dalam membentuk citra dan koneksi emosional dengan pemilih melalui media sosial.

3.4 Unit Analisis (Analisis Isi)

Unit analisis dalam penelitian ini adalah empat konten Reels yang diunggah oleh akun resmi Partai Gerindra (@gerindra) di Instagram selama masa kampanye Pemilu 2024. Keempat konten tersebut dipilih karena secara eksplisit menampilkan *gimmick* 'Gemoy' yang merepresentasikan citra Prabowo Subianto. Analisis difokuskan pada elemen-elemen *visual* seperti ekspresi, gestur, dan interaksi Prabowo dalam video, serta elemen non-*visual* seperti *audio* dan *subtitle* pada

konten *reels*. Tanda-tanda dari setiap konten diidentifikasi melalui tangkapan layar dan transkrip, lalu dianalisis menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data menjadi aspek krusial untuk menjamin bahwa temuan penelitian benar-benar mencerminkan realitas yang sedang dikaji (Kriyantono, 2020). Validitas dalam penelitian ini tidak mengacu pada pengukuran statistik seperti dalam pendekatan kuantitatif, melainkan pada derajat ketepatan penafsiran makna terhadap data yang diperoleh melalui observasi dokumen, konteks sosial, dan makna simbolik yang dianalisis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi terhadap konten *visual*. Observasi dilakukan dengan mengamati tujuh konten Instagram resmi Partai Gerindra yang menampilkan gimmick “Gemoy” Prabowo Subianto pada periode Oktober 2023 – Januari 2024. Tujuh konten ini dipilih berdasarkan intensitas representasi *visual* dan kemunculan simbol “Gemoy” yang mencolok, relevan dengan fokus penelitian.

Data hasil observasi dianalisis menggunakan pendekatan semiotika model Peirce yang membagi tanda menjadi tiga elemen: representamen, objek, dan interpretan. Penelitian ini juga menerapkan strategi triangulasi dan kredibilitas untuk menjaga keabsahan data. Peneliti melakukan analisis secara mendalam dan berulang terhadap objek penelitian, serta berupaya menghindari asumsi pribadi yang bias dengan berpegang pada kerangka teori dan data aktual yang diperoleh dari konten Instagram.

Untuk memperkuat konteks sosial dan politik, peneliti juga berusaha mengaitkan temuan dengan kondisi kampanye Pilpres 2024, agar makna dari simbol “Gemoy” dapat dianalisis secara lebih utuh dalam ranah representasi *visual* kampanye politik.

3.5.1. Data Primer

Data primer dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap tujuh unggahan konten Instagram resmi Partai Gerindra yang menampilkan *gimmick* “Gemoy” Prabowo Subianto. Data ini berupa tangkapan layar unggahan dan *caption* yang dianalisis secara *visual* dan tekstual.

3.5.2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber yang mendukung, seperti jurnal akademik, buku referensi, artikel berita daring, dan publikasi lain yang relevan. Sumber ini digunakan untuk mendukung kerangka teori dan pembahasan, terutama dalam menjelaskan konteks sosial, strategi komunikasi politik, dan pendekatan semiotika.

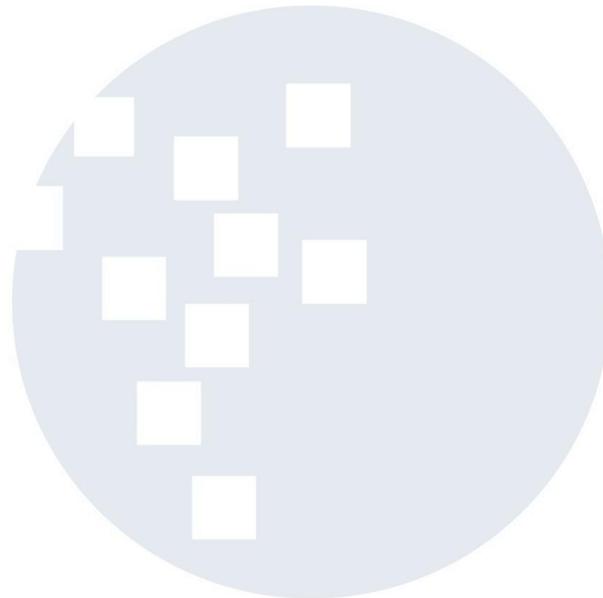
3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif dengan teori semiotika komunikasi Charles Sanders Peirce sebagai alat untuk mengungkap makna dari tanda-tanda visual dan verbal yang terdapat dalam konten Instagram resmi Partai Gerindra. Fokus utama analisis adalah pada bagaimana *gimmick* “Gemoy” digunakan untuk membentuk representasi citra politik Prabowo Subianto, terutama di mata generasi muda.

Menurut Peirce, proses penandaan terdiri dari tiga elemen utama, yaitu:

- **Representamen:** bentuk fisik dari tanda, misalnya gambar, ekspresi wajah, gaya tubuh, simbol, atau kata-kata yang muncul dalam unggahan.
- **Objek:** referensi dari tanda tersebut, yakni citra atau identitas politik yang ingin dibangun, dalam hal ini adalah citra Prabowo sebagai sosok yang dekat, hangat, dan ramah kepada publik.
- **Interpretan:** makna yang muncul di benak audiens setelah melihat representamen dan memahami objek yang dirujuk.

Dengan teknik ini, peneliti berharap dapat mengungkap bagaimana representasi citra politik dibentuk secara simbolik dan strategis di media sosial sebagai ruang komunikasi politik modern.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA