

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang berjudul “Representasi Perawatan Diri Pria melalui Iklan Skintific” Sebuah dasar kepercayaan yang dapat membimbing peneliti dalam menemukan fakta-fakta melalui penelitian disebut sebagai paradigma penelitian. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme sebagai kerangka berpikir dalam memahaki representasi perawatan diri pria melalui iklan Skintific. Paradigma konstruktivisme memandang kebenaran atau realitas sosial tidak bersifat objektif dan tunggal, melainkan merupakan hasil konstruksi sosial yang bersifat relatif antar individu. Penelitian ini berfokus bagaimana makna tentang perawatan diri pria dibangun dan diinterpretasikan dalam konteks iklan Skintific. Oleh karena sifatnya yang kontekstual dan interpretative, temuan dari penelitian dengan paradigma konstruktivisme ini tidak bertujuan untuk digeneralisasikan pada seluruh konteks, melainkan untuk memahami konstruksi makna dalam konteks spesifik yang diteliti (Salma, 2022).

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

Jenis penelitian dalam studi ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif deskriptif digunakan untuk menyajikan penjelasan suatu fenomena secara apa adanya. Pendekatan ini memiliki tujuan untuk memberikan gambaran yang jelas terkait fenomena yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, peneliti ingin memberikan gambaran yang jelas terkait representasi perawatan diri pria dalam iklan Skintific. Representasi ini akan diungkap melalui analisis elemen visual dalam iklan. Oleh karena itu, proses penelitian dengan pendekatan deskriptif ini akan menguraikan secara detail representasi perawatan diri pria yang ditemukan (Nurhasanah, 2024).

#### **3.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif analisis teks semiotika. Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani *Semeion* yang berarti tanda. Tanda dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Pada dasarnya, analisis semiotika untuk merasakan sesuatu yang aneh yang bersifat *paradigmatic* dalam arti berupaya menemukan makna dari hal-hal tersembunyi di balik sebuah teks. Salah satu tokoh semiotika adalah Charles Sander Peirce dengan julukan teori “*grand theory*”. Sebuah tanda atau *representament* menurut Charles S Peirce adalah sesuatu yang mewakili dalam beberapa hal. Dengan demikian sebuah tanda atau *representament* memiliki relasi ‘*triadik*’ langsung dengan interpretan dan objeknya (Wibowo, 2013).

### 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 pada iklan Skintific Nicholas Saputra yang mencirikan adanya kondisi kulit yang terawatt pada pria. Tanda visual yang diperoleh didapatkan melalui beberapa adegan dalam iklan. Peneliti melakukan klasifikasi tanda visual melalui teori Peirce yaitu ikon, indeks, dan simbol. Kemudian dalam teori tersebut, Peirce memilah tanda menjadi kategori lanjutan yaitu *qualisign*, *signsign*, *legisign*, *rheme*, *dicent sign*, *argument*. Dari masing-masing adegan yang ditetapkan, penulis menggunakan tangkapan gambar sebagai perwakilan tanda (Wibowo, 2013).

Berikut unit analisis penelitian:

- 1) Ikon : Wajah laki-laki Asia, dan Struktur jaringan kulit
- 2) Indeks : Tekstur kulit, gerakan tangan, perubahan kondisi kulit, dan gerakan kepercayaan diri
- 3) Simbol : Kalimat “5x Ceramide”, wajah lembab, bentuk produk, dan *sound effect*

Penelitian ini berfokus pada elemen - elemen visual yang terkandung dalam iklan, seperti gerak tubuh, ekspresi wajah, warna. Dengan tujuan menggambarkan

bagaimana representasi perawatan diri pria melalui iklan skintific, melalui analisis ini. Peneliti ingin mengetahui pesan apa yang disampaikan iklan dan bagaimana representasi perawatan diri pria melalui iklan skintific. Serta bagaimana iklan tersebut menggambarkan pria yang sedang merawat diri terutama pada kulit wajah.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah studi dokumen. Teknik studi dokumen dengan cara menghimpun dan menganalisis dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, hasil karya, maupun elektronik. Teknik ini biasanya digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memahami konteks dan latar belakang suatu peristiwa atau fenomena (Nilamsari, 2014).

#### **3.5.1 Data Primer**

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti khusus untuk menjawab rumusan masalah studi ini. Sumber utama data primer dalam penelitian ini adalah konten iklan Skintific yang menampilkan Nicholas Saputra. Konten iklan ini akan dianalisis secara mendalam untuk mengidentifikasi tanda-tanda yang merepresentasikan perawatan diri pria.

#### **3.5.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang sumbernya berasal dari berbagai sumber informasi seperti buku, jurnal, artikel, dan lain sebagainya. Peneliti menggunakan buku dan jurnal sebagai data sekunder. Ketika melakukan penelitian buku yang berkaitan dengan topik penelitian dapat menjadi sumber data sekunder yang autentik. Jurnal merupakan sumber data sekunder yang lebih penting dari buku karena memiliki substansi yang lebih spesifik terkait penelitian (Coursenet, 2023).

### **3.6 Keabsahan Data**

Penelitian ini menerapkan teknik triangulasi guna menjamin validitas data, sebuah metode yang berfokus pada pengumpulan informasi yang berasal dari berbagai sumber untuk memastikan konsistensi temuan serta memperkuat kredibilitas hasil penelitian. Triangulasi sendiri merupakan pendekatan fundamental yang melibatkan pemanfaatan beragam metode dalam proses pengumpulan dan analisis data.

Penelitian yang diangkat merupakan penelitian kualitatif sehingga perlu

teknik keabsahan data yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana data tersebut dapat divalidasi. Dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi teori. Triangulasi teori merupakan penggabungan kerangka teori untuk menganalisis dan memahami fenomena sosial secara komprehensif. triangulasi ini berdasarkan sudut pandang yg berbeda setiap teorinya. Triangulasi teori sangat penting untuk penelitian kualitatif karena meneliti kompleksitas dan nuansaa isu yang diteliti (Arianto, 2024).

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini akan berfokus pada adegan-adegan terpilih dari iklan Skintific. Peneliti akan melakukan pemilihan adegan yang dianggap paling relevan dengan representasi perawatan diri pria. Setiap adegan terpilih akan dianalisis secara mendalam. Analisis ini akan menggunakan triadik semiotika Charles Sanders Peirce. Dengan tujuan mengidentifikasi dan menginterpretasikan tanda-tanda yang muncul dalam adegan-adegan tersebut.

Terdapat beberapa shot yang digunakan, diantaranya (Kabelen, 2022):

- 1) Medium long shot (MLS), memperlihatkan sepertiga badan , dari lutut hingga ujung kepala;
- 2) Medium shot (MS), mengambil objek dari bagian pinggang hingga atas kepala;
- 3) Big close up (BCU), menunjukkan wajah karakter secara penuh;
- 4) Extreme close up (XCU), menampilkan suatu bagian tubuh dari karakter secara penuh;
- 5) Angle eye level, dengan sudut pengambilan kamera diletak- kan sejajar dengan karakter;
- 6) One shot, pengambilan gambar di mana hanya ada satu karakter dalam frame.