

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode Penelitian yang dalam banyak buku teks berbahasa Inggris disebut *Research Method* merupakan bab penting dalam menilai kualitas hasil penelitian. Peneliti dapat berhasil dengan baik atau tidak tergantung dari data yang diperoleh, dengan kualitas suatu penelitian yang didukung oleh pengolahan data, seperti alat-alat pengumpulan data, desain penelitian dan alat-alat analisis, serta hal-hal yang dianggap perlu dalam penelitian. Metode penelitian menurut Sugiyono adalah cara ilmiah dengan tujuan kegunaan tertentu, cara ilmiah diartikan yaitu rasional (terjangkau akal), empiris (bisa diamati indra manusia) dan sistematis (menggunakan tahapan tertentu yang bersifat logis). Oleh karena itu keabsahan suatu penelitian ditentukan dari metode penelitian.²⁶

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa

²⁶ M. Hariwijaya, Triton, *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal & Skripsi*, (Yogyakarta : Tugu Publisher, 2007), hal. 51

bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan.²⁷

Sesuai dengan jenis penelitian ini yakni penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis semiotik Roland Barthes untuk memahami dan mengurai pesan yang terkandung dalam Iklan PT. Pertamina versi "*Biarkan Ilmu Memandu Kalbu*" di televisi, Barthes mengemukakan teorinya tentang makna konotatif. Ia berpendapat bahwa *Pertama* konotasi dipakai untuk menjelaskan cara kerja tanda dalam tatanan pertandaan. *Kedua* konotasi menggambarkan interaksi yang berlangsung tatkala tanda bertemu dengan perasaan atau emosi penggunaannya dan nilai-nilai kulturalnya.²⁸

Mengingat Iklan PT. Pertamina versi "*Biarkan Ilmu Memandu Kalbu*" mempunyai tanda berbentuk simbol dan visual, serta merujuk bahwa tanda iklan dan penyajian visualnya juga mengandung ikon terutama berfungsi dalam sistem-sistem non kebahasaan untuk mendukung peran kebahasaannya, maka pendekatan semiotik terhadap iklan dalam penelitian ini layak diterapkan.

²⁷ Dr. Lexy J. Moleong, MA. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), 4-7.

²⁸ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), hal.19

Konsep dasar semiotik yang digunakan dalam tulisan ini mengacu pada Roland Barthes yang berangkat dari pendapat Ferdinand de Saussure. Pendekatan ini menekankan pada tanda-tanda yang disertai maksud (*signal*) serta berpijak dari pandangan berbasis pada tanda-tanda yang tanpa maksud (*symptom*). Iklan PT. Pertamina versi "*Biarkan Ilmu Memandu Kalbu*" sebagai salah satu karya desain komunikasi visual mempunyai tanda yang ber-*signal* dan ber-*symptom*, dan dalam memaknai makna iklan komersil, ILM, serta iklan filantropi harus mengamati ikon, indeks, simbol, dan kode sosial yang menurut Barthes adalah cara mengangkat kembali fragmen-fragmen kutipan.²⁹

Oleh sebab itu terlihat bagaimana pentingnya membongkar makna iklan dapat dilihat dari adanya hubungan antara gejala komunikasi yang diungkapkan oleh tanda yang ditunjukkan pada iklan tersebut. Maka hasilnya akan dapat dilihat dan diketahui bagaimana tanda-tanda tersebut berfungsi.

B. Sumber Data

Menurut Lofland dan Lofland (1904:47) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian

²⁹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2006), hal. 65

ini jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik.³⁰

Karena dalam penelitian ini, peneliti lebih banyak menggunakan simbol-simbol yang berada dalam iklan PT. Pertamina versi "*Biarkan Ilmu Memandu Kalbu*", maka data teks sebagai sumber data yang pas dalam pengumpulannya. Karena dalam data teks ini biasanya digunakan pada penelitian yang membahas sistem tanda. Dalam iklan tersebut ada beberapa simbol-simbol sebagai sebuah tanda untuk ditafsirkan oleh publik. Juga dalam kajian komunikasi segala macam tanda adalah teks yang di dalamnya terdapat simbol-simbol yang sengaja dipilih.³¹

C. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode dokumentasi. Karena, data-data yang akan diperoleh yakni dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan subyek penelitian yakni di dalam iklan dengan tema "*Biarkan Ilmu Memandu Kalbu*" peneliti akan memanfaatkan tanda-tanda dan simbol-simbol yang ada.

³⁰ Dr. Lexy J. Moleong, MA. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), 112.

³¹ Rachmat Kriyantono, S.Sos., M.Si. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: Kencana. 2007), 39.

D. Analisis Data

Dalam teknik analisis data ini, peneliti menggunakan teknik analisis semiotik (*semiotical analysis*), teknik analisis ini merupakan cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang yang terdapat suatu paket lambang-lambang pesan atau teks. Sehingga mampu menafsirkan makna suatu pesan komunikasi baik yang tersirat (tertulis) maupun yang tersurat (tidak tertulis).³²

Menurut Van Zoest, semiotika berarti ilmu tanda. Semiotika adalah cabang ilmu yang berurusan dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda, seperti sistem tanda dan proses yang berlaku bagi penggunaan tanda. Secara sederhana perhatian utama dari semiotika ada dua, yaitu hubungan antara tanda dan maknanya; serta bagaimana tanda-tanda tersebut dikombinasikan menjadi kode-kode.

Sedangkan bagi Saussure, tanda adalah objek fisik dengan sebuah makna; atau menggunakan istilahnya, sebuah tanda (*sign*) terdiri dari sebuah penanda (*signifier*) dan sebuah petanda (*signified*). Saussure lebih menekankan proses pemaknaan yang terjadi dalam hubungan antara tanda, petanda dan penanda. Saussure memberi sedikit perhatian pada hubungan antara tanda dengan

³² Pawito, Ph.D. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. (Yogyakarta: LKiS Yogyakarta. 2007). 163.

realitas eksternal dan hubungan ini disebutnya dengan *signifikasi (signification)*.³³

Pierce yang juga terkenal dengan teori tandanya. Di dalam lingkup semiotika, bagi Pierce, tanda "*is something which stands to somebody for something in some respect or capacity.*" Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Pierce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda (*sign* atau *representamen*) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground*, *object*, dan *interpretant*.³⁴

Sedangkan dalam penelitian iklan PT. Pertamina versi "*Biarkan Ilmu Memandu Kalbu*" untuk menafsirkan simbol komunikasi sesuai dengan gambaran di atas sehingga diperlukan sebuah metode semiotik agar diketahui bagaimana komunikator mengkontruksi pesan untuk maksud-maksud tertentu. Pemaknaan simbol dapat menggunakan denotatif dan konotatif atau nilai-nilai ideologis (atau mitologi dalam istilah Roland Barthes) dan kultural.

Roland Barthes menggunakan rujukan bersifat kultural (bersumber dari budaya yang ada) yang digunakan untuk menjelaskan gejala atau realitas yang ditunjuk dengan lambang-lambang penjelasan makna yang notabene adalah makna konotatif dari lambang-lambang yang ada dengan mengacu sejarah (disamping budaya yang ada). Dengan kata lain, mitos berfungsi sebagai

³³ Thesis Jurnal Penelitian Mahasiswa, di kampus Universitas Indonesia Jakarta, 2012.

³⁴ Drs. Alex Sobur, M.Si. *Semiotika Komunikasi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2006), 40-41.

deformasi dari lambang yang kemudian menghadirkan makna-makna tertentu dengan berpijak pada nilai-nilai sejarah dan budaya masyarakat.³⁵

Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja :

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)	

Skema. 2

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah adalah juga penanda konotatif (4). Jadi dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekadar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya.³⁶

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya dengan 'mitos', dan berfungsi untuk mengungkapkan dan

³⁵Pawito, Ph.D. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. (Yogyakarta: LKiS Yogyakarta. 2007). 163-164.

³⁶Drs. Alex Sobur, M.Si. *Semiotika Komunikasi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2006), 69.

memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.³⁷

E. Pengecekan Keabsahan Data

1. Kecukupan Referensial

Konsep kecukupan referensial ini mula-mula diusulkan oleh Eisner (1975), dalam Lincoln Guba, 1981:313) sebagai alat untuk menampung dan menyesuaikan dengan kritik tertulis untuk keperluan evaluasi. Film atau *video-tape*, misalnya, dapat digunakan sebagai alat perekam yang pada saat senggang dapat dimanfaatkan untuk membandingkan hasil yang diperoleh dengan kritik yang telah terkumpul. Jadi, bahan-bahan yang tercatat atau terekam dapat digunakan sebagai patokan untuk menguji sewaktu diadakan analisis dan penafsiran data.

Jika alat elektronik itu tersedia, cara lain sebagai pembanding kritik masih dapat digunakan. Misalnya ada informasi yang tidak direncanakan, kemudian disimpan; sewaktu mengadakan pengujian, informasi demikian lalu dimanfaatkan untuk keperluan.³⁸

³⁷ Ibid, 71.

³⁸ Dr. Lexy J. Moleong, MA. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), 181.

F. Tahap-Tahap Penelitian

Pada dasarnya, karena penelitian alamiah mengandalkan “tidak tahu apa yang tidak diketahui”, maka suatu penelitian hendaknya dilakukan dalam tahap-tahap tertentu. Tahap pertama ialah mengetahui sesuatu yang perlu diketahui. Tahap ini barangkali dapat dinamakan tahap “orientasi dan memperoleh gambaran umum”. Tujuan pada tahap ini ialah memperoleh informasi tentang latar yang nantinya diikuti dengan tahap merinci informasi yang diperoleh pada tahap berikutnya.

Setelah melakukan pemahaman dan pemfokusan topik dengan melihat iklan di beberapa media elektronik termasuk televisi, sehingga mampu menetapkan iklan mana yang mengandung pesan dakwah dan dapat dijadikan sebagai objek penelitian dalam skripsi nanti. Sehingga setelah melakukan proses tersebut peneliti mengambil fokus dengan meneliti serta menganalisa pesan dakwah dalam iklan PT. Pertamina versi “*Biarkan Ilmu Memandu Kalbu*”.

Selanjutnya peneliti akan melakukan pemahaman terhadap iklan PT. Pertamina versi “*Biarkan Ilmu Memandu Kalbu*” guna untuk memperoleh suatu gambaran umum mengenai iklan berbasis dakwah tersebut agar diperoleh informasi.

Tahap kedua dinamakan tahap “eksplorasi fokus”. Sesudah tahap pertama, peneliti menyediakan waktu untuk menyusun “petunjuk” memperoleh

data seperti petunjuk wawancara dan pengamatan. Pada tahap inilah pengumpulan data itu dilakukan, kemudian diadakan analisis dan diikuti dengan laporan hasil analisis.

Dalam tahapan ini peneliti sudah benar-benar fokus terhadap kajian penelitiannya yakni mulai dari sistematika pemahaman dan penulisan berdasarkan objek yang dikaji, kemudian teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

Dalam sistematika penulisan skripsi ini sebelumnya peneliti akan melakukan pembahasan terhadap objek yang dikaji yakni pesan dakwah yang terkandung dalam iklan PT. Pertamina versi "*Biarkan Ilmu Memandu Kalbu*" di televisi, dan susunan struktur tersebut adalah: konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, landasan teori, metode penelitian, paparan data dan temuan penelitian, pembahasan. Susunan tersebut dipilih agar penelitian skripsi ini menjadi sistematis dan pembaca mengetahui serta memahami maksud penelitian dari skripsi ini.

Dalam teknik pengumpulan data, data yang dipilih dalam penelitian ini meliputi pengamatan peneliti yang berperan serta dalam penelitian, studi dokumentasi untuk memahami dan mengerti pesan dakwah yang berupa visual gambar, simbol-simbol dan gerak yang terkandung dalam iklan.

Kemudian dalam teknik analisis data ini peneliti menentukan suatu teknik penelitian yakni teknik analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan analisis semiotik Roland Barthes, peneliti ingin mengungkap apa pesan dakwah iklan PT. Pertamina versi "*Biarkan Ilmu Memandu Kalbu*" di televisi. Serta bagaimana teori Roland Barthes dalam memaknai Iklan PT. Pertamina versi "*Biarkan Ilmu Memandu Kalbu*" di televisi.

Tahap ketiga ialah tahap pengecekan pemeriksaan keabsahan data, terutama untuk mengadakan auditing. Pada tahap ini biasanya diadakan penghalusan data yang dilakukan pada subjek atau informan. Pada kesempatan ini laporan dicek pada subjek, dan jika kurang sesuai, perlu diadakan perbaikan, jadi untuk membangun derajat kepercayaan pada informasi yang telah diperoleh.³⁹

³⁹ Ibid., 239-240.