

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis / Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini digunakan untuk mendapat makna dalam proses komunikasi satu arah, interaktif maupun pada proses komunikasi transaksional.³⁰ Peneliti menggunakan deskriptif kualitatif dengan cara melakukan pengamatan secara mendalam yang dapat merekam data sealam mungkin, teori kualitatif.³¹

Penelitian ini digunakan dengan mengamati perilaku sosial, kultural, memaparkan mengenai peristiwa dan situasi dengan alami dan mendalam. Dengan tujuan mendapatkan makna yang mendalam, dan melakukan pengamatan. Hasil yang didapat kemudian diuraikan dan dianalisis yang sebenarnya dengan alamiah tanpa membuat kesimpulan sendiri secara luas.

B. Kehadiran Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berperan sebagai partisipan penuh atas pengumpulan data dikarenakan penulis yang memahami maksud dan tujuan penelitian yang akan dilakukan penulis akan berusaha untuk

³⁰ Burhan Bungin, sosiologi Komunikasi Tepri Paradigma, Dikursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat (Jakarta: Kencana, 2009) 308.

³¹ Deddy Mulyana, Solatun, metode Penelitian Komunikasi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007) 15-18

mencari data yang ada dari sumber yang diperoleh dalam iklan “Kecap ABC”

C. Sumber Data

Ada dua jenis data yang menjadi sumber penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer: Iklan Iklan Kecap ABC pertama ditayangkan melalui media sosial yaitu Youtube pada 25 Agustus 2019 di tonton oleh sepuluh juta penonton terhitung dari rilis hingga penelitian ini dilakukan. Setelah berulang-ulang melihat secara saksama, kemudian penulis melihat ada yang menarik dari tayangan iklan tersebut, berisi dengan adegan suami dan istri terjadi pertengkaran dalam rumah tangga mereka tidak adanya kerja sama antara suami istri. Tanggung jawab seorang istri lebih berat daripada suami. Suami yang hanya mempunyai kewajiban mencari nafkah, melainkan tidak untuk seorang istri yang melakukan kewajiban domestik yaitu mengurus rumah tangga dan bekerja untuk mencukupi ekonomi keluarga. Suami begitu cepat menyadari bahwa tugas terkecil di rumah tangga yaitu di dapur dapat juga dilakukan seorang suami. Dengan mengamati secara mendalam mengandung “Representasi Keluarga Harmonis Pada Iklan Kecap ABC”
2. Data Sekunder: data yang mendukung sumber data primer. Data sekunder dapat diperoleh melalui buku, jurnal, dan internet sebagai referensi mengenai data temuan yang mengandung tema yang sama yaitu “Representasi Keluarga Harmonis Pada Iklan Kecap ABC”

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang relevan adalah:

1. Observasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengamati objek-objek dengan pancaindera. Dapat diartikan juga sebagai kegiatan mengamati atau secara langsung tanpa mediator mengenai suatu objek untuk melihat secara dekat dengan objek yang diteliti.³² Metode ini digunakan peneliti untuk meneliti secara langsung mengenai objek iklan kecap ABC. Kemudian melakukan analisis sesuai dengan metode analisis yang digunakan adalah analisis semiotika
2. Teknik Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, karena merupakan cara pengumpulan data yang sering dipakai dalam berbagai cara pengumpulan data. Data yang diperoleh dari video iklan kecap ABC, dan mengunjungi berbagai media sosial maupun website kecap ABC dengan tujuan agar memperoleh informasi yang membantu untuk analisis data.³³

E. Teknik Analisis Data

Beberapa yang dikemukakan dalam rumusan masalah akan dipecahkan dengan menggunakan analisis semiotika dari teori Roland Barthes yaitu mengenai analisis dalam penelitian sebagai “Keluarga Harmonis pada Iklan Kecap ABC”. Langkah-langkah yang akan dianalisis oleh peneliti adalah mendeskripsikan data yang terkumpul dari video iklan

³² Rachmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017) 110.

³³ Ibid, 120

“Kecap ABC” sesuai dengan teori Roland Barthes. Teori ini memfokuskan pada makna denotasi dan konotasi. Roland Barthes memiliki dua tahapan dalam mengidentifikasi tanda yang pertama dan konten dalam sebuah tanda realitas eksternal (Konotasi dan Denotasi), yang kedua semiotika Roland Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua yaitu menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaan mitos yang menghasilkan suatu makna untuk memahami suatu pesan yang terdapat pada iklan kecap ABC.

Roland Barthes adalah ahli semiotika yang dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Dia berpendapat bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Konsep Barthes, tanda konotatif tidak hanya mempunyai makna tambahan namun memiliki bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Komunikasi konsep ini menyempurnakan konsep Saussure. Barthes mengartikan tentang denotasi dan konotasi sebagai kunci untuk menganalisis.³⁴

³⁴ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdikarya.2004), 68.

7. Signifier (penanda)	8. Signified (petanda)
9. Denotative sign (tanda denotatif)	
10. Connotative signifier (penanda konotatif)	11. Connotative signified (petanda konotatif)
12. Connotative sign (tanda konotatif)	

Gambar 3.1 Peta tanda Roland Barthes

Barthes menjelaskan adanya dua tahapan dalam mengidentifikasi tanda yang pertama dan konten dalam sebuah tanda realitas tanda yang pertama dan konten dalam sebuah tanda realitas eksternal (konotasi dan denotasi). Barthes menjelaskan signifikasi tahap pertama (denotatif) berhubungan antara signifier (ekspresi) dan signified (konten). Di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal dapat disebut sebagai denotasi yaitu makna nyata atau apa yang terjadi digambarkan oleh objek. Kedua adalah tanda konotatif yaitu menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai terhadap kebudayaan (mitos). Konotasi adalah bagaimana menunjukkan interaksi yang terjadi atau bagaimana cara menggambarkannya. Signifikasi tahap kedua berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos. Mitos juga dapat diartikan sebagai kebudayaan yang terjadi hanya kurun waktu.³⁵

F. Pengecekan Keabsahan

Dalam penelitian teknik yang digunakan dalam pemeriksaan keabsahan data yaitu:

³⁵ Indiawan Seto Wahyu Wubiwi, Semiotika Komunikasi- Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi (Mitra Wacana Medica, 2013) 21

1. Triangulasi

Dalam penelitian ini untuk mengecek keabsahan data menggunakan triangulasi. Triangulasi merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis jawaban dari subjek dengan meneliti kebenaran data empiris yang sudah ada. Teknik menguji validitas data penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode triangulasi waktu, triangulasi ini menggunakan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, dianggap dapat berubah setiap waktu.³⁶ Penelitian ini berubah sesuai dengan kemajuan zaman dan berkembangnya ilmu, teknologi, pola pikir, zaman akan memengaruhi perilaku sosial dan budaya.

2. Teknik Kepustakaan

Teknik ini digunakan untuk mencari, mengumpulkan dan mempelajari data yang diperoleh dengan menggali sumber yang diperlukan dengan penelitian membaca, mencari, mengamati, artikel, buku, dan literatur dengan objek yang bersangkutan dengan penelitian.

G. Tahap-Tahap Penelitian

1. Tahap Persiapan Penelitian

Dalam hal ini sebelum melakukan penelitian, penulis wajib memutuskan objek yang akan diteliti. Setelah mendapatkan objek, maka penulis akan memutuskan judul yang akan dipakai dalam penelitian.

Penulis akan lebih memahami dan fokus objek yang akan diteliti dengan

³⁶ Rachmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016), 72

memahami dari beberapa referensi dari penelitian terdahulu yang mempunyai kemiripan pada penelitian yang akan diteliti.

2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Dalam tahap ini penulis dapat menentukan metode penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan keabsahan data. Dalam proses tersebut penulis akan memperhatikan setiap iklan “Kecap ABC”

Kemudian data yang sudah dikumpulkan dianalisis dengan metode analisis semiotika Roland Barthes mengenai penggunaan tanda dan representasi keluarga harmonis yang terdapat pada iklan “Kecap ABC”. Analisis ini akan membantu dalam mengetahui penggunaan tanda dan juga representasi keluarga harmonis. Kemudian data yang sudah dianalisis akan dilakukan pengecekan keabsahan data, yang bertujuan untuk mendapatkan kesimpulan yang sesuai pada objek penelitian dan dapat dipertanggung jawabkan.