

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Riset kualitatif untuk menjelaskan fenomena dengan sedalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya.¹ Riset deskriptif mempunyai tujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat dalam objek tertentu.²

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.³ Peneliti menggunakan deskriptif kualitatif dengan cara melakukan pengamatan secara mendalam yang dapat merekam data sealam mungkin.⁴

Penelitian ini digunakan dengan mengamati perilaku sosial, kultural, memaparkan mengenai peristiwa dan situasi dengan alami dan mendalam. bertujuan mendapatkan makna yang mendalam, untuk melakukan pengamatan.

¹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016), 56

² Ibid, 69

³ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi Tepri Paradigma, Dikursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat* (Jakarta: Kencana, 2009), 308

⁴ Deddy Mulyana, Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 15&18

Hasil yang didapat kemudian diuraikan dan dianalisis yang sebenarnya dengan alamiah tanpa membuat kesimpulan sendiri secara luas.

B. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, penulis berperan sebagai persiapan penuh bahwa penulis bertindak sebagai pengumpul data. Peneliti mengetahui maksud dan tujuan penelitian yang akan dilakukan. Penulis akan berusaha untuk mengumpulkan sumber data mengenai iklan “Fres Dan Natural Hijab Refresh”.

C. Sumber Data

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

1. Data Primer

Iklan Parfum “Fres & Natural Hijab Refresh” pertama ditayangkan di televisi. Setelah melihat iklan tersebut peneliti tertarik dan mengunduh iklan tersebut di *channel youtube* “ I Would Love Shoot!” diunggah pada 19 Juni 2018 ditonton oleh tujuh ribuan penonton terhitung rilis hingga penelitian ini dilakukan.⁵ Setelah berulang-ulang melihat secara seksama kemudian penulis melihat ada yang menarik dari tayangan iklan tersebut, berisi dengan adegan perempuan modern yang bekerja dengan menggunakan jilbab dan lincah dalam menaiki *skeatboard* untuk pergi bekerja.

⁵ Video Iklan Fres <https://www.youtube.com/watch?v=74nbke-Wqai>, Diakses Pada 18 April 2020.

2. Data Sekunder

Data yang digunakan untuk mendukung sumber data primer. Data sekunder dapat diperoleh melalui buku, jurnal, dan internet sebagai referensi mengenai data temuan yang mengandung tema yang sama. Beberapa buku yang digunakan oleh peneliti sebagai referensi yaitu buku Indiawan Seto Wahyu Wibowo dengan judul “Semiotika Komunikasi-Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi”. Alex Sobur yang berjudul “Analisis Teks Media” dan “Semiotika Komunikasi” Dr. Muhammad Ali Al-Hasyimi berjudul “Kepribadian Wanita Muslimah”. Jurnal yang digunakan peneliti Badrus Zaman dan Desi Herawati Kusumasari dengan judul “Pendidikan Akhlak Untuk Perempuan” (telaah Qur’an Surat An-Nur ayat 31).

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang relevan dalam mengumpulkan data peneliti ini adalah:

1. Observasi

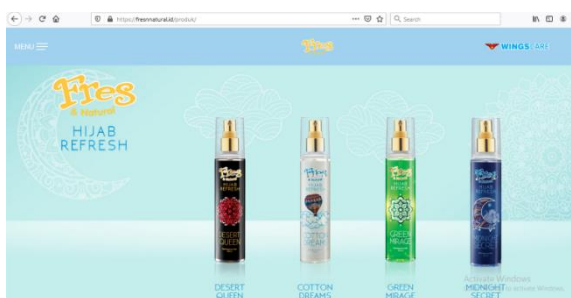
Observasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengamati objek-objek dengan pancaindera, dapat diartikan juga sebagai kegiatan mengamati atau secara langsung tanpa mediator mengenai sesuatu objek untuk melihat secara dekat dengan objek yang diteliti.⁶ Metode untuk meneliti secara langsung mengenai objek iklan parfum “Fres & Natural Hijab Refresh”,

⁶ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016), 110

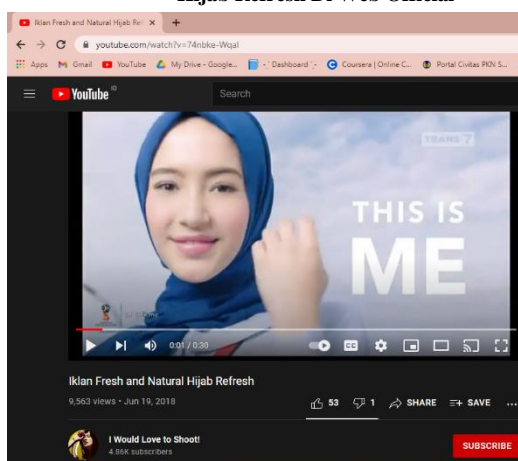
kemudian melakukan analisis sesuai dengan metode analisis yang digunakan yaitu analisis semiotika.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode pengumpulan data yang bertujuan menggali data-data di masa lampau secara sistematis dan objektif. Dokumentasi adalah pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode.⁷ Peneliti melakukan dokumentasi berupa tangkapan layar dan selanjutnya peneliti akan melakukan studi literatur sebagai penguat data penelitian yang telah didapatkan.

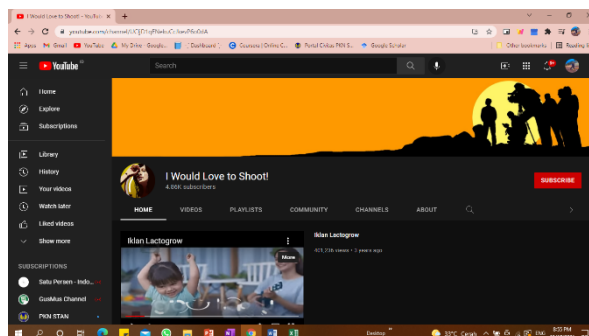


Gambar 3.1 Postingan Mengenai Produk Fres & Natural Hijab Refresh Di Web Official



Gambar 3.2 Iklan Fres & Natural Hijab Refresh

⁷ Ibid, 120



Gambar 3.3 Akun Youtube I Would Love Shoot!

E. Teknik Analisa Data

Dalam teknik ini peneliti menggunakan teknik analisis semiotika. Analisis semiotika dalam penelitian digunakan untuk menemukan tanda-tanda tertentu yang ditunjukkan melalui adegan-adegan yang dilakukan oleh bintang iklan yaitu mengenai analisis dalam penelitian sebagai “Representasi Perempuan Muslimah Pada Iklan Parfum Fres & Natural Hijab Refresh Di Channel Youtube *I Would Love Shoot!*”

Langkah-langkah untuk menganalisis untuk melakukan penelitian adalah mendeskripsikan data yang terkumpul dari transkrip “Iklan Parfum Fres & Natural Hijab Refresh” sesuai dengan teori Roland Barthes. Teori ini memfokuskan pada makna denotasi dan konotasi. Barthes memiliki dua tahapan dalam mengidentifikasi tanda yang pertama dan konten dalam sebuah tanda realitas eksternal (denotasi dan konotasi) yang kedua Semiotika Roland Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua yaitu menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi serta nilai-nilai dari kebudayaan (mitos) yang menghasilkan suatu makna untuk memahami suatu pesan yang terdapat pada iklan “Parfum Fres & Natural Hijab Refresh”.

Semiotika berasal dari kata *Semion* (yunani) yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu yang didasari konvensi yang sudah terbangun sebelumnya ilmu yang mempelajari sederet luas objek-objek, peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.⁸ Van Zoest mengartikan semiotika sebagai ilmu tanda (sign) dan segala yang berhubungan dengannya yang meliputi cara berfungsi dengan kata lain, pengirim dan penerima oleh mereka yang menggunakannya.

Semiotika adalah ilmu yang mengkaji dalam kehidupan manusia. Sedangkan menurut Umberto Eco dalam kajian semiotika dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Semiotika komunikasi menekankan pada teori mengenai produksi tanda, yang salah satunya mengonsumsi enam faktor dalam komunikasi ialah pengirim, penerima, kode, pesan, saluran komunikasi dan acuan yang dibicarakan. Menurut Little John sebagai faktor komunikasi, manusia membutuhkan perantara tanda-tanda untuk dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya dan banyak hal yang dapat dikomunikasikan di dunia ini.⁹ kehidupan manusia selalu membutuhkan komunikasi dapat melalui tanda, simbol, gambar, isyarat, maupun ucapan.

⁸ Dimas Andreyano, "Analisis Semiotika Komunikasi Virtual Player Game Dota 2 Dalam Menerapkan Strategi Psywar" (Riau: *JOM FISIP* Vol.5 No.1,2018), 6

⁹ Indiawan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi* (Mitra Wacana Medica, 2013), 21

Analisis semiotika bersifat paradigmatic dalam arti berupaya menemukan makna termasuk dari hal-hal yang tersembunyi dibalik sebuah teks. Semiotika dapat mengungkap sebuah kebenaran yang sebelumnya hanya tersirat melalui tanda ataupun simbol maupun bahasa.

Roland Barthes adalah ahli semiotika yang mengembangkan kajian sebelumnya mempunyai warna kental strukturalisme terhadap semiotika teks.¹⁰ Salah satu area penting dirantas oleh Barthes dalam studinya tentang tanda peran pembaca.¹¹ Konsep Barthes, tanda konotatif tidak hanya mempunyai makna tambahan namun memiliki bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Komunikaasi konsep ini menyempurnakan konsep Sausure.¹² Barthes mengartikan tentang denotasi dan konotasi sebagai kunci untuk menganalisis.¹³

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative sign (tanda denotatif)	
4. Connotative signifier (penanda konotatif)	5. Connotative signified (petanda konotatif)
6. Connotative sign (tanda konotatif)	

Gambar 3.4 Semiotika Roland Barthes

¹⁰ Ibid 21

¹¹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.), 68

¹² Ibid, 69

¹³ Indiawan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi- Aplikasi Praktis Bagipenelitian Dan Skripsi Komunikasi* (Mitra Wacana Medica, 2013), 21

Saussure menyebutkan signifier (ekspresi) sebagai bunyi atau coretan yang bermakna. Sedangkan signified (konten) sebagai gambaran mental atau konsep sesuatu dari signifier. Signifier (ekspresi) dan signified (konten) ialah produk kultural.¹⁴

Barthes menjelaskan adanya dua tahapan dalam mengidentifikasi tanda yang pertama dan konten dalam sebuah tanda realitas eksternal (Konotasi dan Denotasi). Barthes menjelaskan signifikasi 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 menggambarannya,¹⁵

Signifikasi tahap kedua berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos. Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam.¹⁶ Mitos juga dapat diartikan sebagai kebudayaan yang terjadi dalam kurun waktu tertentu.

¹⁴ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika Dan Analisis Framing* (Bandung: PT. Rosdakarya, 2015), 125

¹⁵ Indiawan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi- Aplikasi Praktis Bagipenelitian Dan Skripsi Komunikasi* (Mitra Wacana Medica, 2013), 21

¹⁶ Ibid, 22

F. Pengecekan Keabsahan

a. Teknik Kepustakaan

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

b. Teknik Triangulasi

Peneliti untuk mengecek keabsahan data dengan menggunakan Triangulasi. Triangulasi merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis jawaban dari subjek dengan meneliti kebenaran data empiris (data dari sumber lainnya) yang sudah ada. Triangulasi yang digunakan untuk mengecek keabsahan data adalah jenis triangulasi waktu. Triangulasi waktu yaitu triangulasi yang berkaitan dengan proses dan perilaku manusia yang dapat berubah setiap waktu.¹⁷ Setiap manusia akan terus tumbuh sesuai dengan pertumbuhan dan perkembangan ilmu, teknologi, pola pikir, zaman akan mempengaruhi perilaku sosial dan budaya.

¹⁷ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016), 72

G. Tahap-Tahap Penelitian

a. Tahap Persiapan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, penulis wajib mempersiapkan dan memutuskan objek apa yang akan ditelitinya. Setelah mendapatkan objek, penulis memikirkan mengenai judul yang akan digunakan untuk penelitian, lalu penulis memfokuskan mengenai objek yang akan diteliti sesuai judul yang telah ditentukan. Melihat, memahami dan memfokuskan mengenai objek yang akan diteliti melalui referensi sudah ada yang mempunyai kemiripan dan pembahasan yang sama sesuai dengan objek yang diteliti.

b. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Dalam tahap ini penulis menentukan metode penelitian, pendekatan, jenis penelitian, sumber pengenalan data, teknik analisis data dan keabsahan data. Dalam proses ini penulis memperhatikan objek secara detail. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes mengenai penggunaan tanda dan makna mengenai “Representasi Perempuan Muslimah pada Iklan Fres & Natural Hijab Refresh”