

BAB III

METODEOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis pendekatan kualitatif, karena obyek penelitian ini adalah penelitian dokumen, sehingga penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan *scene-scene* yang terdapat dalam Iklan Ramayana pada Bulan Ramadhan 1438 H . Data-data kualitatif tersebut berusaha diinterpretasikan dengan rujukan, acuan, atau referensi-referensi secara ilmiah. Dalam penelitian kualitatif peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan makna dan terikat nilai. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui masalah yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan.¹

Mengingat iklan Ramayana pada Bulan Ramadhan 1438 H mempunyai tanda yang 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

¹ Dr. Lexy J. Moleong, MA. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), Hlm 4-7.

kebahasaannya, maka pendekatan semiotika terhadap iklan dalam penelitian ini layak diterapkan.

Peneliti menggunakan metode semiotika model Charles Sanders Peirce karena peneliti menganggap metode ini paling sesuai untuk merepresentasikan pesan moral dalam iklan yang diteliti, karena model Charles merupakan segitiga makna yang membahas simbol, objek, dan interpretan.²

B. Sumber Data

Sumber data adalah asal usul darimana peneliti mendapatkan sebuah data yang nantinya akan di analisis.

Menurut Haris Herdiansyah dalam penelitian kualitatif bentuk data kebanyakan berupa kalimat atau narasi dari subjek atau responden yang diperoleh dengan teknik pengumpulan data dan menggunakan teknik analisis data kualitatif maka akan menghasilkan suatu temuan atau hasil penelitian yang menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua sumber, yaitu dengan menggunakan data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data Primer dalam penelitian ini adalah Iklan Ramayana pada Bulan Ramadhan 1438 H, untuk mendeskripsikan pesan moral dalam iklan tersebut.

²Dr. Lexy J. Moleong, MA, Hlm 155.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data pendukung untuk melengkapi data primer. Data sekunder dapat diperoleh melalui buku-buku referensi seperti Rakhmat Kriyantono (Tekhnik Riset Komunikasi), Dedy Mulyana (Semiotika Dalam Riset Komunikasi), Kris Budiman (Semiotika Visual), Alex Sobur (Semiotika Komunikasi), K.Bertens (Etika), Lexy J Moelong (Metode Penelitian Kualitatif), Marcel Danesi (Pengantar Memahami Semiotika Media), Sumbo Tinarbuko (Semiotika Komunikasi Visual), Franz Magnis Suseno (Etika Dasar), Suharsini Arikunto (Prosedur Penelitian) dan situs-situs yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini.

C. Objek Penelitian

Adapun objek penelitian ini adalah Iklan Ramayana “Representasi Pesan Moral Iklan Ramayana pada Bulan Ramadhan 1438 H”, peneliti memilih iklan ini karena iklan ini menggambarkan tanda pesan moral yang disampaikan melalui bahasa verbal yang berupa tulisan maupun bahasa nonverbal yang berupa gambar atau visual.

D. Metode Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tehnik dokumentasi dan observasi. Penulis melakukan dokumentasi dan obsevasi dengan menyimak Iklan Ramayana pada Bulan Ramadhan 1438 H kemudian mengambil snapshot beserta dialog atau naskah dari visualisasi iklan Ramayana edisi Ramadhan 1438 H. Kemudian mencatat

data-data yang relevan dengan penelitian. Selanjutnya peneliti melakukan kepustakaan, dokumentasi, serta artikel dan jurnal yang terkait dengan masalah yang diteliti.

E. Analisis Data

Dalam teknik analisis data ini penulis menggunakan teknik analisis semiotika. Semiotika adalah sebuah kajian ilmu untuk memaknai sebuah tanda.³ Charles Sanders Peirce menerapkan konsep segitiga makna yakni *sign* (tanda), *object* (objek), dan *interpretant* (penerima tanda) yang diantara ketiganya saling berkesinambungan. Teknik ini nantinya dapat memunculkan makna dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang (objek) pada waktu berkomunikasi. Sehingga peneliti akan mampu menafsirkan makna dari suatu pesan komunikasi baik itu tersirat maupun tersurat.

Analisis semiotik berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi dibalik sebuah tanda (teks, iklan, berita). karena sistem tanda sifatnya amat kontekstual dan bergantung pada pengguna tanda tersebut.⁴

Jadi data yang penulis dapatkan melalui adegan, dialog, mimik wajah yang menunjukkan tentang pesan moral dalam iklan ramayana pada bulan ramadhan 1438 h nanti akan diinterpretasikan sesuai dengan referensi

³ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, Hlm 15.

⁴ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta :Kencana, 2009), Hlm 264.

yang ada. Setelah menganalisis data tersebut, penulis akan menghasilkan penelitian dalam bentuk kata-kata sebagai pendeskripsian tentang hasil yang didapat. Metode analisis data digunakan penulis dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif untuk menjawab pertanyaan bagaimana representasi pesan moral dalam iklan ramayana pada bulan ramadhan 1438 h.

F. Pengecekan Keabsahan Data

Terdapat empat kriteria dalam melakukan pemeriksaan keabsahan data, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Masing-masing kriteria memiliki teknik pemeriksaan data yang berbeda-beda. Pada penelitian ini peneliti mengambil satu teknik penelitian dari kriteria derajat kepercayaan, yakni teknik pemeriksaan data kecukupan referensial.

Konsep kecukupan referensial ini mula-mula diusulkan oleh Eisner, dalam Lincoln Guba, sebagai alat untuk menampung dan menyesuaikan dengan kritik tertulis untuk keperluan evaluasi dalam proses analisis data dan penafsiran data. Film atau video-tape, foto-foto, rekaman, dokumen autentik misalnya dapat digunakan sebagai pendukung dalam menguji dan menilai sewaktu-waktu perlu diadakan analisis dan interpretasi tanda. Jika alat elektronik itu tersedia, cara lain sebagai pembandingan kritik masih dapat digunakan. Misalnya ada informasi yang tidak direncanakan, kemudian disimpan sewaktu mengadakan pengujian, informasi demikian lalu dimanfaatkan untuk keperluan analisis.

Penelitian ini menggunakan kriteria derajat kepercayaan (*credibility*) dalam menetapkan keabsahan data. Derajat kepercayaan dimaksudkan untuk mencapai tingkat kepercayaan penemuan dan menunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti. Adapun teknik pemeriksaan yang digunakan adalah ketekunan/keajegan penelitian. Ketekunan pengamatan yakni pengamatan yang terus menerus pada realitas yang diteliti, guna menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan permasalahan atau isu penelitian, serta memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.

G. Tahap-tahap Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua tahap penelitian, yaitu:

1. Tahap Persiapan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian peneliti memantapkan hati dan memutuskan apa obyek yang akan digunakan peneliti. Setelah menentukan obyek yang akan diteliti, peneliti menentukan judul yang akan digunakan. Setelah menentukan judul, peneliti melakukan pemahaman dan pemfokusan topik dari kajian yang diteliti dengan melihat hasil dari beberapa referensi penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan dengan penelitian yang dilakukan. Serta mencari referensi-referensi yang terkait dengan kajian penelitian yang digunakan.

2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Pada tahapan ini peneliti menentukan metode penelitian, jenis penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta teknik keabsahan data yang digunakan. Dalam proses mengumpulkan data peneliti melakukan studi dokumentasi dengan cara menyimak secara langsung Iklan Ramayana pada Bulan Ramadhan 1438 H serta membaca artikel-artikel dan buku-buku terkait dengan penelitian yang peneliti lakukan.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce dalam Iklan Ramayana pada Bulan Ramadhan 1438 H. Iklan berdurasi 3 menit 15 detik.

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami makna tanda pesan dari visualisasi gambar, dialog (audio), simbol-simbol dan gerakan (gesture) yang ditampilkan selama iklan diputar. Data yang telah dianalisis kemudian dilakukan pengecekan keabsahan data. Pengecekan keabsahan data pada penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dan kesimpulan yang benar sesuai dengan objek penelitian dan bisa dipertanggung jawabkan, khususnya secara akademis.