

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu pendekatan yang digunakan karena beberapa pertimbangan yang bersifat luwes, tidak lazim mengidentifikasi suatu konsep serta memberi kemungkinan bagi perubahan-perubahan manakala ditemukan fakta yang lebih mendasar, menarik, dan unik di lapangan. (Bungin, 2003:9).

Secara teoritis format penelitian kualitatif berbeda dengan format penelitian kuantitatif. Perbedaan tersebut terletak pada kesulitan dalam membuat desain penelitian kualitatif, karena pada umumnya penelitian kualitatif yang tidak berpola. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif, yaitu penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi (Koentjaraningrat, 1993:89). Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat atau kepercayaan orang yang diteliti dan kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka. Selain itu, penelitian ini menggunakan kualitatif dikarenakan penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti : perilaku, persepsi, tindakan, dan lain-lain.

Alasan mengapa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif adalah karena data yang digunakan adalah kualitatif (data yang tidak berupa angka-angka). Metodologi dengan teknik analisis semiotik dalam penelitian ini pada dasarnya bersifat kualitatif-interpretatif. Dengan fokus penelitian mengungkap pemaknaan

semiotika iklan Sampoerna A Mild Hijau Edisi DATENG KONDANGAN. Untuk mengkaji makna tanda-tanda yang ada pada *scene-scene* iklan tersebut, penelitian ini menggunakan metode analisis semiotik yang mengacu pada teori Roland Barthes, dimana dirasa cocok dengan penelitian sebuah iklan. Dimana dengan pemaknaan dua tahap denotasi konotasi yang digunakan oleh Roland Barthes dalam teori semiotiknya, Roland Barthes menelusuri makna dengan pendekatan budaya yaitu semiotik makro, dimana Barthes memberikan makna pada sebuah tanda berdasarkan kebudayaan yang melatarbelakangi munculnya makna tersebut. Dengan demikian makna dalam tataran mitos dapat diungkap sesuai dengan keunggulan semiotik Roland Barthes yang terkenal dengan elemen mitosnya.

Alasan digunakan penelitian ini, pertama bahwa obyek yang akan dikaji untuk diungkap maknanya adalah tanda visual (warna), lambang, simbol bahkan kode-kode yang ada di dalam iklan Sampoerna A Mild Hijau Edisi DATENG KONDANGAN. Karena itu menurut peneliti jenis penelitian kualitatif adalah jenis yang tepat untuk digunakan. Kedua, model Roland Barthes yang dipilih, karena model inilah yang memberikan kedalaman ketika memaknai sebuah iklan dengan mendasarkan pada beberapa hal antara lain :

1. Penanda dan petanda
2. Gambar atau visual (asosiasi warna)
3. Fenomena sosial ; perayaan acara pernikahan dengan simbol janur kuning
4. Pemaknaan sajian makanan yang terhidang dalam acara tersebut.

Analisis semiotik model Roland Barthes yang fokus perhatiannya tertuju pada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*two order of signification*). Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified di dalam sebuah tanda

realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda-tanda. Konotasi adalah istilah Barthes untuk menyebut signifikasi tahap kedua yang menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan kenyataan atau emosi dari pembaca/penonton serta nilai-nilai dari kebudayaan. Konotasi memiliki nilai yang subyektif atau intersubyektif, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap subjek, sedang konotasi adalah bagaimana menggambarkannya. Pada signifikasi tahap dua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (*myt*). Mitos adalah semiotika tingkat dua, teori mitos dikembangkan Barthes untuk melakukan kritik atas ideologi budaya massa (atau budaya media). Namun, sudah bukan menjadi persoalan baru bahwa setiap metode pasti memiliki kelemahan tidak terkecuali pada metode dengan pendekatan semiotik juga terdapat kelemahan yang sangat berhubungan erat dengan peneliti sendiri. Sedikitnya ada dua kelemahan tersebut, yaitu pertama semiotik sangat tergantung pada kemampuan analisis individual dan kedua pendekatan semiotik membuat peneliti hanya menangkap makna-makna yang dikonstruksikan dari sekian banyak pesan yang ada.

## **B. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah iklan Sampoerna A Mild Hijau edisi "Dateng Kondangan". Sedangkan objek penelitian ini adalah pesan yang terkandung pada iklan Sampoerna A Mild Hijau edisi "Dateng Kondangan".

## **C. Sumber Data**

Penelitian ini mengambil sumber data dari iklan Sampoerna A Mild Hijau edisi "Dateng Kondangan" di *youtube*. Sumber data

dari youtube tersebut termasuk sumber data sekunder, data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada, yakni dari internet.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan iklan Sampoerna A Mild Hijau edisi "Dateng Kondangan", peneliti mendapatkan file dari media internet. Iklan inilah yang kemudian dijadikan bahan untuk menganalisis penelitian ini. Untuk melengkapi data penelitian dipergunakan pula studi kepustakaan untuk mencari referensi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun untuk pelaksanaan penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

##### **a. Observasi**

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung di lapangan atau lokasi penelitian. Untuk observasi atau pengamatan di lapangan, tentu saja dilakukan dengan cara melihat langsung tayangan iklan Sampoerna A Mild Hijau edisi "Dateng Kondangan".

##### **b. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan data pendukung yang memperkuat data primer yang didapat dari sumber data yang berupa dokumentasi dan laporan. Selain itu, menurut Hasanudi Saleh metode dokumentasi merupakan metode untuk mencari data mengenai variabel-variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, agenda, dan lain sebagainya.

(Hasanudi , 1989 : 134)

#### **E. Analisis Data**

Teknis analisis data dengan menggunakan semiotika model Roland Barthes seperti makna denotasi, makna konotasi, dan mitos yang digunakan untuk memahami makna yang terkandung dalam

setiap scene iklan Sampoerna A Mild Hijau edisi "Dateng Kondangan". Barthes menyebutnya sebagai denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua, hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi. Dengan kata lain denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap objek sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya. Sedangkan mitos menurut Roland Barthes adalah keberadaan fisik tanda (denotasi) dan konsep mental (konotasi). menjelaskan beberapa aspek dari sebuah realitas.

Menurut Suprayoga dan Tobroni (2003:191) analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data. Analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat iteratif (berkelanjutan) dan dikembangkan sepanjang penelitian. Analisis data dilaksanakan mulai dari penetapan masalah, pengumpulan data, dan setelah data terkumpulkan. (pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi).

#### 1) Analisis Selama Pengumpulan Data

Analisis data selama pengumpulan data menurut Suprayogo & Tobron, (2003 : 192) dilakukan dengan menggunakan multi sumber bukti, membangun rangkaian bukti dan klarifikasi dengan informan tentang draf dari laporan penelitian. Dalam penelitian ini menganalisis data pada saat observasi dan dokumentasi iklan rokok Sampoerna A Mild Hijau edisi Dateng Kondangan.

#### 2) Reduksi Data

Merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyerderhanaan pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan (Suprayogo & Tobron, 2003 : 193). Dalam penelitian ini berarti menyederhanakan

dan mentransformasikan data-data yang tercatat selama penelitian ketika melihat tayangan iklan rokok Sampoerna A Mild Hijau edisi Dateng Kondangan.

### 3) Penyajian Data

Adalah sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. (Suprayogo & Tobron, 2003 : 194). Merujuk pada pengertian tersebut, peneliti menyajikan data dalam bentuk teks naratif. Penyajian data melalui teks naratif juga akan dilengkapi dengan gambar, grafis, jaringan atau bagan yang akan disesuaikan dengan hasil data yang didapatkan.

### 4) Verifikasi / Penarikan Kesimpulan

Menurut Miles and Huberman, “penarikan kesimpulan adalah langkah yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah sementara, jika kemudian ditemukan data - data lain yang mendukung maka kesimpulan tersebut bisa berubah. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang - remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. ( Sugiyono, 2008, hal : 99 ).

Kesimpulan dalam penelitian ini pun akan dinyatakan dalam bentuk kalimat deskripsi. Kalimat deskripsi tersebut berupa makna atau arti yang penulis olah dari data -data yang telah dikumpulkan. Agar kesimpulan yang dihasilkan tepat dan sesuai. Peneliti akan memverifikasi kesimpulan tersebut selama pelaksanaan kegiatan penelitian.

