

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah metode penelitian yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia.¹ Dalam hal ini data yang akan diteliti berupa narasi atau dialog yang terdapat dalam iklan yang bersangkutan, juga setiap sikap atau perilaku yang dimunculkan dalam adegan dalam iklan tersebut.

Dengan menggunakan pendekatan Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce, dari penggunaan metode ini penulis mengharapkan dapat menganalisis kajian melalui analisis Semiotika Charles Sanders Pierce dapat mengetahui komodikasi nilai agama dengan pengumpulan data yang sedalam-dalamnya.

3.2 Operasionalisasi Konsep

Konsep merupakan unsur pokok dari suatu penelitian. Penentuan dan perincian konsep sangat penting supaya persoalan yang ingin diteliti tidak menjadi kabur. Konsep perlu untuk ditegaskan agar terhindar dari salah pengertian akan arti konsep yang akan digunakan. Upaya penerjemahan dalam bentuk kata-kat perlu untuk digunakan karena sifat abstrak dari konsep sehingga penelitian dapat diukur secara empiris dan sebagaimana mestinya.

Meller menyebutkan sebuah pertanyaan kunci yang kemungkinan bisa mendapatkan hasil penelitian walaupun melakukan pengulangan kembali. Agar

¹Afrizal ,*Metode Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2016) hlm. 13.

penelitian dapat menggambarkan sesuatu menjadi lebih kongkrit maka perlu mengoprasionalkan konsep atau menjelaskan penelitiannya.²

Dalam konsep penelitian yang akan dilakukan yakni komodifikasi akan berfokus pada nilai agama yang dijadikan sebagai alat komoditas.

Adapun batasan pada nilai agama dalam penelitian ini hanya akan fokus pada nilai yang bermuatan nilai Akhlaq yang ditunjukkan oleh *endorser* melalui setiap perilaku dan dialog yang ada dalam iklan tersebut.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Dalam penelitian kualitatif sumber utama terdapat dalam kata-kata serta tindakan yang peneliti amati, sedangkan data tambahan lainnya yang berupa dokumen bisa didapatkan dari sumber tertulis, foto ataupun dari data statistik.³ Ada dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder yang kedua sumber data tersebut berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.⁴

3.3.1 Data Primer⁵

Data primer penelitian ini diperoleh dengan pengunduhan dari situs *Youtube* yang diakses pada 4 Maret 2018 yang berupa video iklan Televisi Freshcare versi Dewi Sandra.⁶

3.3.2 Data Sekunder⁷

Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari buku-buku dan literatur juga situs internet yang relevan dengan penelitian.

²Nawari Ismail, "*Metodologi Penelitian Untuk Studi Islam: Panduan Praktis Dan Diskusi Isu*", Cet, 1, (Yogyakarta: Samudra Biru,2015) hlm. 86.

³ Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif : Edisi Revisi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2017) hlm. 11.

⁴ Suharsimi Ariunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2006) hlm. 83.

⁵ Data yang secara khusus menjadi objek penelitian.

⁶ www.youtube.com, diakses pada tanggal 4 Maret 2018 21:40.

⁷ Data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder, data yang menjadi pendukung data primer dalam melengkapi penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti akan melakukan analisis semiotik terhadap unit dari elemen tanda yaitu Ikon, Indeks, dan Simbol Agama yang terdapat dalam iklan yang akan diteliti, Dalam hal ini peneliti bertindak hanya sebagai researcher yang bertugas untuk melihat dan menganalisis bentuk komodifikasi yang terjadi dalam iklan tersebut. Karena bentuk komodifikasi cenderung relatif, maka seperti yang akan penulis lakukan di uji kredibilitas yakni dengan memberikan serta menunjukkan video tersebut kepada teman agar kredibilitas tanda yang termasuk kedalam jenis komodifikasi bisa lebih kredibel. Untuk itulah peneliti dalam teknik pengumpulan data menggunakan metode Dokumentasi dan Observasi.

3.4.1 Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpul data dengan menelusuri atau melacak data dari dokumen atau sesuatu yang memiliki keterkaitan dengan tema penelitian.⁸

3.4.2 Observasi

Observasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman penuh mengenai permasalahan yang sedang diteliti, peneliti menggunakan metode observasi keterlibatan pasif yang artinya peneliti tidak terlibat dengan kegiatan subyek penelitian, tidak melakukan suatu bentuk interaksi. Keterlibatan peneliti disini hanya sebatas untuk meneliti dan menganalisis obyek dan subyek penelitian.⁹

Bagian yang akan penulis Observasi terletak pada bagian-bagian yang muncul dalam iklan televisi yakni Warna Pakaian, Intonasi, Gaya

⁸ Nawari Ismail, *Metode Penelitian : Untuk Studi Islam* (Yogyakarta : SamudraBiru, 2015) hlm. 95.

⁹ *Ibid*, hlm. 92.

Berbicara, *Gesture*, Pemilihan Setting Tempat, *Background*, Pemilihan Tokoh/Aktor Iklan.

3.5 Unit Analisis

Karena analisis media televisi memiliki ciri-ciri spesifik, yakni menyangkut analisis gambar yang bergerak, maka sasaran dari penelitian adalah iklan audiovisual *FreshCare* dengan unit analisis elemen-elemen fisik pada iklan ini, yaitu latar, teknik kamera, *gesture*, kostum, makeup, musik, dan monolog, kemudian penulis akan analisis keterkaitan dari setiap elemen-elemen terkait dengan proses sesuai dengan teori komodifikasi agama menggunakan analisis semiotik Pierce.

Peneliti juga memperhatikan elemen-elemen dalam analisis gambar atau visual yakni adegan per frame, teknik pengambilan gambar (*big close up, close up, long shot, medium shot*), sudut pengambilan gambar (*high, eye level, low*), fokus pengambilan gambar (*selective focus, deep focus, soft focus*), pencahayaan (*high key, low key, high contrast, low contrast*), Pewarnaan (*warm, elegant, cool, misterius* dan lain-lain).

3.6 Kredibilitas

Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian penuli, dapat dilakukan dengan memberikan opsi pada teman apakah tanda yang akan dianalisis sudah benar merupakan bagian dari bentuk komodifikasi.

3.7 Analisis Data

Analisis merupakan kegiatan memberikan makna terhadap data yang diperoleh dari penelitian.¹⁰ Metode analisis yang digunakan adalah penelitian model

¹⁰Nawari Ismail, *Metode Penelitian : Untuk Studi Islam* (Yogyakarta : Samudra Biru, 2015) hlm. 97.

Charles Sanders Peirce, dengan tujuan dapat menganalisa potensi dan dapat menginterpretasikan data yang berupa teks, musik, foto, video dan lain sebagainya.¹¹

Peneliti akan mengkaji iklan Televisi *FreshCare* versi Dewi Sandra, dalam iklan tersebut peneliti akan menganalisis tanda, objek dan indeks yang terdapat dalam iklan berdurasi 30 detik menggunakan metode analisis Charles Sanders Peirce karena sesuai dengan kajian analisis Peirce yaitu yang biasa dikenal dengan teori segitiga makna (*triangle meaning*). Tanda merupakan hasil sementara dari cara-cara pengodean yang membentuk korelasi sesaat antar berbagai elemen, dimana setiap elemen dibiarkan masuk dengan sarat pengodean tertentu, ke dalam korelasi lain dan akhirnya membentuk sebuah tanda baru.¹²

Namun sebelum akhirnya penulis memilih teori Peirce perlu diketahui bahwa semiotika didasarkan pada logika, karena logika mempelajari bagaimana orang bernalar, sedangkan penalaran menurut Peirce dilakukan melalui tanda-tanda. Tanda-tanda ini menurut Peirce memungkinkan kita berpikir, berhubungan dengan orang lain dan memberi makna pada apa yang ditampilkan oleh alam semesta.¹³

Kemudian dari teori di atas kemudian saya tertarik untuk melihat tanda-tanda yang direpresentasikan oleh iklan secara menyeluruh, karena setiap pemaknaannya yang berbeda, akhirnya melihat penjelasan di atas yang memungkinkan kita untuk berpikir dan memaknai apa yang ditampilkan oleh iklan penulis memilih untuk menggunakan Teori Semiotika Peirce.

Peirce dikenal sebagai pemikir *argumentative* dan filsuf Amerika yang paling orisinal dan multidimensional. Teori Peirce lebih sering dikenal dengan *grand*

¹¹ Samiaji Sarosa, *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar* (Jakarta : PT. Indek, 2012) hlm. 83.

¹² Umberto Eco, *Teori Semiotika*, Terj. Inyik Ridwan Muzir (Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2016) hlm. 70.

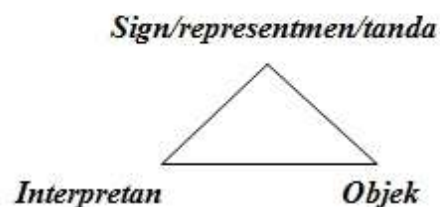
¹³ Kris Budiman, *Semiotika Visual : Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas* (Yogyakarta : Jalasutra, 2011) hlm. 20.

theory dalam kajian semiotika, hal tersebut sebagai akibat dari sifat yang menyeluruh, terdapat deskripsi secara struktural didalamnya dari semua sistem penandaan yang ada.¹⁴

Dalam teorinya, Peirce mengemukakan unsur-unsur semiotik yang dikenal dengan *triadik*, yakni *sign, object, dan interpretan*. Sedangkan berdasarkan objeknya, peirce membagi tanda menjadi tiga, yaitu *ikon, indeks dan simbol*. Tanda adalah keterkaitan antar petanda dan penanda bersifat sama atau mirip, indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya sebab akibat antara petanda dan penanda. Sedangkan simbol sifatnya alami antara petanda dan penanda.¹⁵

Pierce memandang tanda sebagai sebuah struktur triadik, sehingga muncul teori ssegitiga makna seperti gambar dibawah ini yang melatar belakangi analisis semiotika Pierce. Dimana langkah analisisnya adalah menentukan tanda dengan menganalisis Ikon, Simbol dan Indeks

Teori Segitiga Makna Charles Sanders Pierce



Gambar 3.1 Teori Segitiga Makna Charles Sanders Pierce

Untuk itulah teori ini disebut *Grand Theory*. Sebuah tanda yang dimaksud oleh pierce ada untuk mewakili sesuatu yang lain. Dalam teori Pierce kita disuguhkan sesuatu yang lain itu adalah *interpretan*. *Interpretan* dari sebuah tanda pertama kali mengacu pada objek tertentu. Sedangkan tanda menurutnya adalah

¹⁴Indiawan Setyo Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi : Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi 2*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013) hlm. 17-18.

¹⁵Nugngki Rulli Adhisti, *Representasi Sabar Dalam Film Cinta Sucu Zahrana :Kajian Semiotika Terhadap Tokoh Zahrana*,(Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta) hlm. 9-10, diakse pada tanggal 22 Maret 2018.

representment yang memiliki hubungan triadik langsung DARI *interpretant* dan juga objeknya.¹⁶

Dari teori yang dikembangkan oleh pierce, tanda digolongkan dalam tiga elemen yaitu, ikon, indeks dan simbol. Dengan dasar *triangle meaning* inilah kemudian proses analisis data yang akan dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

- 3.7.1 Mengidentifikasi komodifikasi dari tanda-tanda yang terdapat dalam iklan *FreshCare* versi Dewi Sandra, kemudian Menganalisis serta menginterpretasikan tanda-tanda yang telah diidentifikasi
- 3.7.2 Memaknai secara penuh dan nyata proses komodifikasi nilai agama pada iklan *FreshCare* versi Dewi Sandra yang telah melewati proses interpretasi sebelumnya melalui *scene-scene* dalam video tersebut.
- 3.7.3 Menciptakan sebuah kesimpulan yang dihasilkan dari proses analisis terhadap tanda-tanda dalam iklan *FreshCare* versi Dewi Sandra yang sebelumnya berdasarkan *scene-scene* nya.

Karena nilai-nilai dalam agama islam merupakan bentuk nyata dari sebuah nilai ajaran yang terkandung dalam Agama Islam yang bersumber langsung dari Al-Quran dan As-Sunnah, maka penelitian yang dilakuka penulis untuk memahami interpretasi sebuah tanda, penelitian ini juga menggunakan argumen-argumen yang bersumber dari dalil Al-Quran dan As-Sunnah untuk lebih memahami nilai-nilai agama yang dikomodifikasi dalam iklan yang akan penulis teliti.

Di samping itu, untuk memperkuat argumen pemahaman dari teori semiotik Pierce, penulis akan mengomparasikan teori dengan dalil-dalil, baik yang bersumber dari Al-Quran maupun As-Sunnah untuk lebih memudahkan dan memahamkan nilai-nilai agama yang dicatut kedalam sebuah iklan televisi.

¹⁶ Indiawan Setyo Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi : Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi 2*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013) hlm. 17-18.