

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian kualitatif merupakan jenis paradigma penelitian yang mengutamakan kepentingan makna dan penafsiran (Jane Stoker (2006: xi) dalam Utami, L.S.S (2009: 37)). Tujuan dari dilakukannya penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan suatu fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Objek penelitian dalam penelitian kualitatif dianggap sebagai sesuatu yang dinamis, yaitu merupakan hasil konstruksi pemikiran dan interpretasi dari gejala yang diamati. Sehingga, data yang dikumpulkan bukan hanya data yang terlihat, melainkan juga data tersembunyi yang tidak tampak. Generalisasi dalam penelitian kualitatif disebut dengan *transferability*, yang artinya hasil penelitian dapat ditransferkan atau diterapkan ditempat yang berbeda asalkan dengan situasi dan kondisi yang sama (Sugiyono (2015: 10-13)).

Semiotik merupakan kajian ilmu tentang tanda. Semiotik mempelajari aturan-aturan, konvensi, dan juga sistem yang memungkinkan sebuah tanda tersebut memiliki arti bagi masyarakat. Metode analisis semiotik digunakan untuk menemukan makna tanda termasuk semua hal yang tersembunyi dibalik sebuah teks, berita, maupun iklan. Tanda yang digunakan merupakan hasil dari pengaruh konstruksi sosial dimana pengguna tanda tersebut berada (Kriyantono, R. (2016: 265-266)).

Analisis semiotika Roland Barthes digunakan untuk mengetahui hubungan antara penanda dan petanda dalam iklan. Roland Barthes membedakan pengertian dari level makna denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan level deskripsi dan pemaknaan harfiah sesuai dengan apa yang sudah disepakati oleh anggota budaya. Makna denotasi merupakan deskripsi dasar dari sebuah kata atau terminologi atau objek. Pada level konotasi, makna yang dihasilkan merupakan hubungan antara signifiers dengan budaya yang secara luas mencakup kepercayaan, tingkah laku, kerangka kerja, serta ideologi dan formasi sosial. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dimaksudkan untuk mengetahui konstruksi makna simbol dan tanda baik secara verbal maupun nonverbal yang ada pada iklan Sunlight Extra Higienis Baru dalam merepresentasikan realitas peran ganda yang dialami oleh perempuan dalam sajian iklannya.

#### **B. Setting Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan gender dengan metode semiotika untuk mengetahui bagaimana peran ganda yang banyak dialami oleh kaum perempuan digambarkan atau direpresentasikan melalui tanda dan simbol dalam sajian iklan. Penelitian ini dilakukan secara daring dengan mengamati Iklan Sunlight Extra Higienis Baru yang diunggah melalui *channel Youtube Konten TV Commercial* pada tanggal 1 Mei 2022. Analisis semiotika Roland Barthes digunakan dalam penelitian ini untuk mengkaji dan menganalisis simbol dan tanda dalam iklan, sehingga tidak membutuhkan

lokasi penelitian. Waktu yang diperlukan untuk menganalisis dimulai dari bulan Agustus 2022 hingga Januari 2023.

### C. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber data, yaitu primer dan sekunder sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Data primer pada penelitian ini adalah iklan Sunlight Extra Higienis Baru berdurasi 14 detik yang diunggah pada *channel Youtube Konten TV Commercial* pada tanggal 1 Mei 2022 dan telah ditonton sebanyak 746 kali. Setiap *scene* dalam iklan diperhatikan dan diamati secara keseluruhan untuk mengetahui bagaimana iklan Sunlight Extra Higienis Baru merepresentasikan realitas peran ganda perempuan dalam sajian iklannya.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumentasi dan wawancara. Dokumentasi bertujuan untuk menggali data-data dari masa lampau secara sistematis dan objektif. Data dokumentasi dapat berasal dari dokumen publik atau dokumen privat. Dokumen dalam penelitian ini adalah dokumen publik, yaitu iklan Sunlight Extra Higienis Baru yang tayang di beberapa stasiun televisi swasta sejak tahun 2022. Selanjutnya, untuk melengkapi data penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan informan penelitian untuk mengetahui lebih dalam mengenai representasi peran ganda perempuan dalam iklan dilihat dari perspektif gender dan bahasa media. Informan penelitian ditentukan dengan cara sampling

purposive, yaitu dengan memilih informan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti memilih informan yang dianggap menguasai semiotika periklanan dan bidang kajian gender, sehingga dapat memberikan informasi lebih lanjut terkait penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini, yaitu:

**Tabel 3. 1 Informan Pendukung Penelitian**

No.	Nama	Pekerjaan
1.	Gilang Jiwana Adikara, S.I.Kom., M. A.	Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta
2.	Sasiana Gilar Apriantika, M. A.	Dosen Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Yogyakarta

#### **D. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data**

Metode dan instrumen pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara dokumentasi dan wawancara dengan rincian sebagai berikut:

##### 1. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik penelitian yang bertujuan untuk menggali data-data dari masa lampau secara sistematis dan objektif. Data dokumentasi dapat berasal dari dokumen publik atau dokumen privat. Dokumen privat adalah data yang dapat diakses oleh publik secara luas, yaitu surat kabar, acara televisi, laporan polisi, dan lain sebagainya. Sedangkan dokumen privat dapat berasal dari catatan pribadi, memo, buku harian, dan lain sebagainya. Metode dokumentasi umumnya akan

dilengkapi dengan metode lainnya, seperti wawancara atau observasi untuk mendapatkan informasi lebih yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, R. (2016: 120)). Dokumen dalam penelitian ini adalah dokumen publik, yaitu iklan Sunlight Extra Higienis Baru yang tayang di beberapa stasiun televisi swasta sejak tahun 2022.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara peneliti dan informan yang memiliki informasi lebih tentang objek penelitian. Metode wawancara digunakan peneliti untuk memperkuat interpretasi penelitian dalam mengetahui bagaimana peran ganda perempuan direpresentasikan dalam iklan Sunlight Extra Higienis Baru. Hasil data yang diperoleh dari teknik wawancara dengan pihak terkait kemudian akan diolah dan ditambahkan dalam pembahasan untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih kuat. Adapun teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teknik wawancara semistruktur dan tidak terstruktur.

Wawancara semi terstruktur adalah teknik wawancara yang menggunakan pedoman wawancara tertulis, namun peneliti dapat menanyakan secara bebas pertanyaan yang berkaitan dengan masalah. Teknik wawancara ini disebut juga dengan teknik wawancara terarah atau wawancara bebas terpimpin. Wawancara dilakukan secara bebas, namun terarah pada jalur pokok permasalahan yang ditanyakan melalui pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan (Kriyantono, R. (2016: 101-102)).

Wawancara tidak terstruktur adalah teknik wawancara yang lebih bebas. Peneliti tetap memiliki panduan wawancara namun dapat memberikan pertanyaan dengan arah pembicaraan yang bersifat lebih spontan (Fadhallah, R. A., & Psi, S. (2021: 8)). Pertanyaan diambil dari deskripsi umum permasalahan penelitian dan peneliti dapat mengembangkan pertanyaan wawancara secara bebas. Wawancara tidak terstruktur lebih santai dengan model diskusi dengan bahasa sehari-hari yang lebih ramah.

#### **E. Keabsahan Data**

Data penelitian yang sudah dikumpulkan perlu melalui pengecekan keabsahan data untuk menghindari kesalahan dan kekeliruan data. Data akan dinyatakan valid apabila tidak terdapat perbedaan antara laporan penelitian dengan apa yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Namun, perlu diingat bahwa kebenaran dalam penelitian kualitatif bersifat jamak, tergantung dari bagaimana seorang peneliti menafsirkan data sesuai dengan konstruksi dan latar belakang peneliti (Sugiyono. (2015: 269)).

Upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan keabsahan data dalam sebuah penelitian adalah dengan melakukan teknik triangulasi. Pengujian kredibilitas data dengan teknik triangulasi diartikan sebagai pengecekan data yang berasal dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu (Sugiyono. (2015: 273)). Sementara Bachri (2010: 56) menyebutkan bahwa triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan

memanfaatkan sesuatu di luar data untuk keperluan pengecekan atau pembandingan data.

Guna menjamin validitas data yang dikumpulkan, penelitian ini menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber, yaitu:

#### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan mengeceknya dari berbagai sumber. Peneliti melakukan pendeskripsian dan pengkategorisasian sumber untuk menghasilkan kesimpulan (Sugiyono, (2015: 274)). Penggunaan teknik triangulasi sumber diharapkan dapat mengarahkan peneliti untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber yang tersedia. Data yang sejenis akan menjadi lebih valid apabila digali lebih dalam dengan sumber data yang berbeda.

Dalam penelitian ini, peneliti membandingkan data penelitian dengan data sumber dokumentasi dan wawancara. Setelah peneliti mendapatkan dokumen publik, berupa iklan Sunlight Extra Higienis Baru yang diakses melalui platform youtube, kemudian menonton secara keseluruhan dan mendokumentasikan setiap adegan dalam iklan yang merepresentasikan perempuan. Peneliti kemudian melakukan pengecekan ulang dengan membaca, mengevaluasi, dan membandingkan data dengan sumber lain yang berasal dari buku, jurnal, artikel, maupun penelitian yang relevan untuk mengkonfirmasi validitasnya. Guna menjamin validitas data penelitian, peneliti juga akan membandingkannya dengan informan wawancara, sehingga hasil penelitian dapat lebih kuat dan valid.

## 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik merupakan pengecekan data dari sumber penelitian dengan menggunakan teknik yang berbeda. Apabila hasil yang didapatkan saling memiliki perbedaan, maka perlu dilakukan diskusi lebih lanjut dan lebih dalam lagi untuk memastikan data mana yang dianggap paling benar dan relevan (Sugiyono. (2015: 274)). Metode yang digunakan dalam penelitian adalah dokumentasi dan wawancara. Peneliti akan membandingkan hasil data dari dokumen publik, yaitu iklan Sunlight Extra Higienis Baru dan melakukan wawancara untuk menambahkan informasi yang mendukung validitas penelitian.

### F. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai dengan cara mengorganisasikan data ke dalam beberapa kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola yang ada, memilih dan menentukan data yang penting, dan yang terakhir adalah membuat kesimpulan. Sebenarnya proses analisis penelitian kualitatif sudah dilakukan sejak peneliti belum turun ke lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Nasution (1988), yang menyebutkan bahwa analisis akan mulai muncul sejak tahap perumusan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan akan terus berlangsung hingga menemukan hasil penelitian (Sugiyono. (2015: 244-245)).

Semiotika merupakan kajian ilmu tentang tanda. Studi yang mempelajari arti sebuah tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara

dan fungsinya, serta pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakan tanda tersebut. Semiotika mempelajari semua yang memungkinkan suatu makna mempunyai arti berdasarkan sistem, aturan, dan konversinya. Analisis semiotika dalam penelitian digunakan dalam upaya menemukan sebuah makna termasuk hal-hal yang tersembunyi dibalik tanda-tanda dalam teks, berita, iklan, dan lain sebagainya (Kriyantono, R. (2016: 265-266)).

Teknik analisis semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Semiotika Roland Barthes. Barthes mengembangkan analisis semiotik ke dalam sistem penanda bertingkat yang disebut dengan denotasi dan konotasi. Dalam tingkat konotasi akan muncul mitos yang merupakan makna baru berdasarkan referensi kultural. Berikut langkah-langkah analisis data yang digunakan oleh peneliti:

1. Memilih data yang akan dianalisis

Peneliti memilih iklan yang menampilkan perempuan sebagai tokoh utamanya yang memiliki peran ganda, yaitu peran publik dan peran domestik. Peneliti memilih iklan sabun Sunlight Extra Higienis Baru yang tayang pada tahun 2022 sebagai data primer penelitian berdasarkan narasi, alur cerita, tokoh, dan adegan dalam cerita. Peneliti juga menggunakan literatur lain sebagai data sekunder, seperti artikel-artikel, jurnal, dan sebagainya yang ada sebagai data pendukung yang akan dianalisis.

2. Melihat dan mengumpulkan data yang akan dianalisis

Peneliti melihat keseluruhan adegan dalam iklan dan mengumpulkan data berupa gambar, teks, dan dialog dari *scene* iklan Sunlight Extra Higienis Baru yang berkaitan dengan topik penelitian.

3. Memetakan data ke dalam penanda dan petanda

Data mentah yang sudah dikumpulkan kemudian dipetakan ke dalam penanda dan petanda. Penanda (*signifier*) menurut Barthes adalah bentuk teksnya, dalam hal ini adalah dokumentasi screenshot dari adegan dalam iklan. Sedangkan petanda (*signified*) merupakan konteks tanda (*sign*), yaitu deskripsi makna yang tergambar dalam *scene* iklan.

4. Melakukan pemaknaan tingkat 1 (denotasi)

Hasil pemetaan kemudian digunakan peneliti untuk mendeskripsikan makna denotasinya. Denotasi merupakan makna tanda yang terlihat jelas dan eksplisit. Denotasi akan menjadi penanda primer pada sistem pemaknaan tingkat pertama yang menjadi petunjuk literatur dari kata-kata, gambar, atau fenomena lainnya. Hasil pemaknaan tingkat denotasi merupakan tahap awal yang akan menjadi landasan pada tahap kedua (konotasi).

5. Melakukan pemaknaan tingkat 2 (konotasi)

Tahap kedua dalam sistem penanda disebut dengan tahap konotasi. Pada tahap ini peneliti akan beranjak untuk menggambarkan sebuah hubungan yang terjadi ketika sebuah tanda dilihat dengan menggunakan perasaan dan nilai-nilai budaya setempat. Konotasi akan melibatkan simbol-simbol budaya atau sejarah serta hal-hal lainnya yang berhubungan dengan

emosi. Dalam tahap konotasi akan ada mitos yang merupakan makna yang muncul berdasarkan referensi kultural yang dimiliki dan didapatkan oleh seseorang.

6. Menafsirkan dan menginterpretasikan data

Hasil analisis data kemudian ditafsirkan dan diinterpretasikan agar lebih mudah untuk dipahami. Pada tahap ini, peneliti akan menemukan bagaimana representasi peran ganda perempuan yang tergambar dalam iklan Sunlight Extra Higienis Baru dan pesan apa yang ingin disampaikan sebelum nantinya ditarik kesimpulan penelitian.

7. Menarik kesimpulan penelitian

Tahap terakhir yang dilakukan peneliti adalah menarik kesimpulan seperti apa dan bagaimana iklan Sunlight Extra Higienis Baru merepresentasikan realitas peran ganda perempuan dalam adegan, bahasa, dan simbol yang ditampilkan dalam iklan. Dalam tahap ini peneliti juga nantinya akan menemukan kekurangan penelitian dan saran-saran penelitian yang dapat menjadi informasi tambahan untuk penelitian selanjutnya.