

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*Library Research*). Jenis penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dan sumber data yang berasal dari sumber perpustakaan berupa buku, ensklopedia, kamus, jurnal, dokumen, majalah sebagai sumber utama penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan pemilihan sumber data, pengumpulan data dan analisis data.¹

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian analisis isi dengan metode semiotik. Analisis semiotik merupakan bagian dari analisis isi yaitu studi yang mengkaji kehidupan tanda dalam maknanya yang luas di dalam masyarakat, baik yang lugas (literal) maupun yang *kiss* (figuratif), baik yang menggunakan bahasa maupun non bahasa.² Penelitian analisis isi dengan teori semiotika dilakukan dengan cara memaknai dan menganalisis tentang tanda dan terbentuknya tanda pada berbagai media massa. Data yang didapat diinterpretasi dan dipaparkan secara deskriptif kemudian dianalisis untuk mengungkap suatu pesan atau makna yang tersembunyi.

B. Subyek Penelitian

Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah iklan “Doa di Ujung Ramadan” di Instagram @daikinindonesia. Iklan “Doa di Ujung Ramadan” merupakan iklan yang tayang selama bulan Ramadan 2023 dari PT Daikin Airconditioning Indonesia . Iklan tersebut merupakan jenis iklan TVC (*Tape Video Commercial*). Iklan TVC merupakan media pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dan mengenalkan produk atau jasa kepada khalayak melalui video atau audiovisual pemasaran. Dalam penelitian semiotik, data diambil dari tanda-tanda yang terdapat pada teks media. Oleh karena itu, pada

¹ Evanirosa dkk, *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022), 14-15.

² Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013),15.

penelitian kali ini, peneliti mengamati pesan moral dalam iklan “Doa di Ujung Ramadan” di media sosial Instagram @daikinindonesia dengan menganalisis tanda-tanda yang terdapat pada iklan berupa tanda audio (suara) dan visual (gambar maupun teks).

C. Sumber Data

Dalam melakukan suatu penelitian data menjadi bahan baku informasi mengenai objek penelitian, data penelitian digunakan untuk kepentingan memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan.³Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data utama yang didapat langsung dari sumber pertama untuk menjawab masalah pada penelitian tanpa adanya perantara.⁴ Dalam penelitian kepustakaan dengan pendekatan penelitian kualitatif menggunakan metode analisis semiotik, data yang digunakan adalah data primer yang dihasilkan dari iklan “Doa di Ujung Ramadan” di Instagram @daikinindonesia. Serta para responden yang berperan sebagai penonton iklan “Doa di Ujung Ramadan” di Instagram @daikinindonesia dengan metode triangulasi informal.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber utama untuk menjawab masalah penelitian, dapat pula diperoleh dari data primer dan data sekunder pada dasarnya merupakan tanda yang dapat melengkapi data primer.⁵ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data pendukung yaitu internet, *e-book*, buku, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan penelitian dan dapat digunakan sebagai bahan yang sesuai dalam melakukan penelitian ini.

³ Sandu Siyoto dan M Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Literasi Media Publishing, 2015), 67.

⁴ Supaat dkk., *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana* (Skripsi), 39.

⁵ Supaat dkk., *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana* (Skripsi), 39.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap dan akurat serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya ilmiahnya, penulis menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu :

1. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan fokus penelitian. Proses ini dapat memanfaatkan teknologi informasi berupa data media massa seperti televisi dan internet, CD Program, e-book dan lain sebagainya.⁶ Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan cara mengelompokkan *scene-scene* dari video iklan yang terpilih untuk mencari pemaknaan atas tanda-tanda dan simbol yang muncul dalam setiap *scene* menggunakan analisis semiotika.
2. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti atau mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.⁷ Wawancara digunakan untuk mendukung metode triangulasi data penelitian. Metode triangulasi dimaksudkan untuk meminimalisir pengaruh bias pribadi peneliti ketika hanya menggunakan satu metodologi dalam penelitiannya.⁸ Dalam penelitian ini dilakukan dengan menyuguhkan video iklan kepada responden dan selanjutnya peneliti akan melakukan interview untuk mengetahui pengetahuan dan keyakinan pribadi dari responden terhadap iklan tersebut.

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan semiotika sebagai metode analisis data. Semiotika dipilih karena dianggap sesuai dengan rumusan masalah yang ingin dikaji penulis yaitu mengenai makna suatu tanda. Semiotika sebagai metode analisis berusaha menemukan pesan atau makna yang tersembunyi di balik tanda. Pada penelitian ini, penulis menggunakan model semiotika Roland Barthes.

⁶ Supaat dkk., *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana* (Skripsi), 38.

⁷ Feny Rita Fiantika, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), 51.

⁸ Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: PT Kanisius, 2021), 95.

Ada tiga elemen utama dalam model semiotika Roland Barthes yaitu denotatif, konotatif dan mitos. Selanjutnya hubungan antara elemen-elemen itu menghasilkan sistem yang disebut *Two Order of Signification* atau Signifikasi Dua Tanda. Signifikasi dua tanda (*two order of signification*) Roland Barthes adalah denotasi sebagai sistem analisis tahap pertama dan konotasi sebagai sistem analisis tahap kedua. *Screen shot* gambar pada iklan yang telah dianggap dapat menjelaskan bentuk pesan moral akan dianalisis dengan menggunakan denotasi, sedangkan analisis konotasi akan dilakukan apabila data pada *screen shot* gambar memiliki bukti berupa mitos. Mitos yang dimaksud adalah unsur penting yang mengubah nilai-nilai kultural menjadi alamiah dan mudah dimengerti. Mitos berasal dari konotasi yang sudah berlaku di masyarakat, sehingga pesan yang didapat dari mitos tersebut tidak dipertanyakan lagi oleh masyarakat.⁹

Dalam penelitian ini, analisis data melalui pendekatan semiotik Roland Barthes dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data penelitian yaitu keseluruhan *screen shot scene* iklan yang berupa gambar, teks dan audio (monolog/dialog), yang dapat dianggap memiliki unsur pesan moral.
2. Mengidentifikasi data dan mendeskripsikan tanda-tanda dalam iklan baik audio maupun visual yang mengandung pesan moral sesuai dengan *two order of signification* milik Roland Barthes yaitu denotasi, konotasi dan mitos.
3. Menganalisis data menggunakan tahapan pertama, yaitu denotasi. Denotasi adalah pemaknaan tingkat pertama dimana *screen shot scene* iklan dianggap tidak memiliki makna atau dianggap sebagai objek yang tampak oleh mata (visual) saja seperti potret perempuan paruh baya, perempuan muda yang sedang bekerja, perubahan alur yang divisualisasikan dengan tipografi dan lain-lain. Selanjutnya tanda tersebut dianalisis dalam pemaknaan kedua.

⁹ Bagus Sabda Nur Huda, "Analisis Semiotik Pesan Budaya Jawa dalam Film (Studi Pada Film "Lemantun" Karya Wregas Bhanuteja)" (*Universitas Muhammadiyah Malang*, 2018),55-57. Diakses pada 2 Juni 2023, <https://docplayer.info/201629995-Studi-pada-film-lemantun-karya-wregas-bhanuteja-skripsi.html>.

4. Menganalisis data menggunakan tahapan kedua yaitu konotasi. Meski konotasi merupakan sifat asli tanda, membutuhkan peran keaktifan pembaca.¹⁰ Pembaca memiliki peran penting karena konotasi terjadi ketika tanda bertemu emosi pembaca serta nilai-nilai yang lahir dari pengalaman kultural dan personalnya. Peneliti akan memaknai tanda, dan simbol yang muncul pada setiap *shoot* yang terpilih.
5. Apabila analisis pertama dan kedua selesai, peneliti melakukan analisis pemaknaan mitos. Data dari analisis pertama dan kedua akan diamati apakah mengandung mitos atau tidak.
6. Data diinterpretasikan secara menyeluruh kemudian peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan model Roland Barthes mengenai bentuk pesan moral dalam iklan.

Sedangkan dalam penelitian ini, pengambilan serta analisis data juga dilakukan melalui pendekatan wawancara dengan tahapan sebagai berikut:

1. Memilih responden yang memiliki hubungan seputar tema yang diajukan.
2. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara secara semi formal tanpa tatap muka atau dilakukan secara online.
3. Mengirim link iklan kepada responden.
4. Data yang diambil diantaranya pendapat responden sebagai penonton iklan, riwayat pendidikan serta dokumentasi untuk penelitian.
5. Data yang telah didapat akan disajikan dengan apa adanya.

¹⁰ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 69.