

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Pada umumnya jenis penelitian ada dua jenis yakni penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif, keduanya memiliki sebuah perbedaan. Jenis pendekatan penelitian kualitatif akan menghasilkan sebuah data yang secara deskriptif berupa penjabaran tulisan tanpa perlu adanya sebuah data statistik atau merumuskan hipotesis.

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis yakni pendekatan kualitatif, hal ini bertujuan untuk memahami tentang apa saja yang ada didalam objek penelitian serta dapat menyimpulkannya dalam bentuk penjabaran seperti kata maupun bahasa yang pada hal ini tidak menggunakan angka.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan jenis kualitatif. Bogdan dan Taylor menjelaskan bahwa metodologi sebagai mekanisme penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu data yang bersifat kata-kata baik itu secara tertulis ataupun lisan dari perilaku orang-orang yang dapat diamati oleh peneliti.¹

Didalam penerapannya pendekatan kualitatif menggunakan metode pengumpulan data dan metode analisis data yang bersifat non kuantitatif, seperti pengamatan, kegiatan wawancara yang mendalam dan analisis.² Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yang berfokus pada penelitian non hipotesis sehingga didalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis.³ Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif Roland Barthes.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian ini dilakukan dengan pengambilan audio maupun visualisasi yang ada dalam iklan rejoice 3 in 1 hijab bisa yang menunjukkan adanya komodifikasi hijab. Penulis mengambil data lokasi penelitian ini di channel *youtube* Fatin.

¹ Lexy J. Moeloeng, “*Penelitian Kualitatif*”, (Bandung: Rosda, 2002), 3

² Antonius Birowo, “*Metode Penelitian Komunikasi*”, (Yogyakarta: Gintanyali, 2004), 2

³ Suharsimi Atikunto, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*”, (Jakarta: PT Bina Aksara, 1989), 194

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah asal muasal informasi dari penelitian yang dimana informasi tersebut didapat.⁴ Oleh karena itu subjek dalam penelitian ini adalah iklan rejoyce 3 in 1 hijab bisa, sedangkan objek penelitiannya adalah hijab yang dijadikan komodifikasi dalam iklan tersebut.

D. Sumber Data

Data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan sebuah informasi mengenai sebuah data. Sumber data dalam penelitian ini adalah iklan rejoyce yang mana dalam hal ini sumber data dibagi menjadi dua yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang digunakan oleh peneliti, data primer diperoleh secara langsung dari dokumentasi baik berupa video maupun audio dalam iklan rejoyce 3 in 1 hijab bisa. Data primer dalam penelitian ini adalah rekaman video iklan rejoyce, sumber data video iklan tersebut peneliti dapatkan melalui sebuah unduhan di *channel youtube* Fatin. Penelitian ini mengkaji seluruh data primer berupa video, audio, dialog maupun tangkapan layar dari adegan-adegan yang relevan dengan penelitian yang peneliti gunakan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung atau data tambahan yang berfungsi untuk melengkapi data penelitian. Dalam data sekunder ini data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel maupun internet yang mendukung ulasan iklan rejoyce hijab yang akan dibahas dalam penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data informasi pada penelitian ini, peneliti memakai tata cara observasi dan dokumentasi.

Observasi ialah kegiatan mencermati sesuatu dengan memakai alat indra, berupa lewat pandangan, penciuman, peraba, runggu atau alat perasa. Dengan kata lain metode pemantauan merupakan himpunan informasi dengan metode observasi secara langsung kepada subjek dengan menggunakan

⁴ Suharsini Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu", 102

panca indra.⁵ Hal ini juga sering dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap subjek penelitian atau unit analitik dengan cara memperhatikan, mengamati, atau mendengarkan secara seksama dengan adegan yang ada didalam *iklan sampo rejoice 3 n 1 hijab bisa*. Kemudian mengurutkan informasi secara rinci dan mengenali bagian demi bagian *scene* mana yang hendak diseleksi dan digabungkan selaku informasi.

Teknik dokumentasi merupakan data pendukung dalam sebuah penelitian. Yang pada umumnya akan dilakukan pengamatan terhadap iklan rejoice yang mana dalam hal ini pengamatan dilakukan dengan melihat video, mengamati gambar maupun teks dialog. Teknik dokumentasi ini dilakukan untuk memperoleh data pendukung yang ada pada studi kasus yang sedang diteliti, metode pengumpulan informasi memakai pemilihan ini bermaksud untuk mengutip *scene* yang akan diteliti.⁶

F. Pengujian Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan disaat semua data terkumpul yang berupa serangkaian pengujian data yang dalam hal ini bertujuan untuk mendapatkan data yang benar/valid, objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Maka untuk itu peneliti menggunakan pengujian keabsahan data. Peneliti menggunakan uji keabsahan data berupa uji kredibilitas data dimana hal ini merupakan uji kepercayaan terhadap data-data hasil dari penelitian kualitatif. Uji kredibilitas data bermacam-macam diantaranya:

1. Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan merupakan melakukan berbagai aktifitas pengamatan secara lebih teliti, cermat serta berkesinambungan. Hal ini dilakukan untuk kepastian data, urutan peristiwa dan data yang dapat direkam secara sistematis dan praktis. Untuk meningkatkan ketekunan bisa dilakukan dengan cara membaca buku maupun berbagai sumber referensi dan hasil dari penelitian ilmiah sebelumnya yang berkaitan dengan data dan temuan yang diteliti untuk dijadikan sebuah referensi. Dengan hal ini tentu akan meningkatkan wawasan dan pengetahuan dari peneliti untuk dapat memastikan data temuannya itu sudah benar atau

⁵ Suharsini Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu", 102

⁶ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D", (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2020), 225

tidak. Maka untuk itu peneliti membaca buku atau penelitian yang berkaitan dengan komodifikasi makna hijab dalam iklan rejoice 3 in 1.

2. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi merupakan suatu bahan penguat hasil penelitian dan pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti, bentuk dari bahan referensi ini misalnya buku, foto, video maupun audio yang berkaitan dengan penelitian untuk mendukung kredibilitas data penelitian sehingga data tersebut dapat dipercaya. Didalam penelitian ini peneliti menggunakan iklan rejoice 3 in 1 hijab bisa.⁷

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Noeng adalah sebuah cara untuk menata dan mencari catatan hasil dari pengamatan atau observasi, wawancara dan sebagainya secara sistematis untuk dapat meningkatkan pemahaman peneliti mengenai suatu permasalahan yang diteliti dan menyajikannya. Untuk meningkatkan sebuah pemahaman permasalahan yang diteliti maka sebuah analisis diperlukan untuk mencari sebuah makna.

Berdasarkan uraian tersebut maka ada beberapa hal yang perlu digaris bawahi, diantaranya:

1. Pencarian data adalah sebuah proses mencari data dilapangan dengan persiapan lapangan.
2. Mengurutkan dan menata data hasil penelitian lapangan secara sistematis.
3. Menyajikan data hasil temuan lapangan.
4. Dan pencarian makna, hal ini dilakukan secara terus-menerus dan bertujuan untuk menemukan makna sampai tidak ada sebuah makna yang memalingkannya.⁸

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Analisis semiotika Roland Barthes ini memberikan pemahaman teori tentang sebuah simbol atau tanda sebagai dasar dari tolak ukur representasi sebuah makna dan pemaknaan yang merujuk pada sebuah konsep tanda kemudian menghasilkan makna denotasi, konotasi dan mitos.

⁷ Erna Murtianingsih, "*Citra Wanita Muslimah pada Film Tilik*", Skripsi. Kudus: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Kudus (2017), 34

⁸ Ahmad Rijali, "*Analisis Data Kualitatif*", Jurnal Alhadharah Vol. 17 No. 33 (2018)

Analisis data melalui pisau analisis Roland Barthes peneliti kemudian membelah dari judul maupun permasalahan yang diiteli sehingga menemukan jawaban atas rumusan masalah peneliti.

Pendekatan semiotika Roland Barthes menurut Nurhayati lebih berfokus pada jenis tuturann (*speech*) atau yang biasa disebut dengan mitos, mitos dalam semotika diartikan sebagai sebuah tataran signifikasi yang bisa juga disebut sebagai kedudukan kedua dalam sistem semiologis (*the second order semiological system*). Hal ini mempunyai maksud bahwa tataran bahasa atau sistem semiologis tingkat pertama (*the first order semiological system*) penanda-penanda dalam hal ini berkaitan dengan petanda-petanda yang sehingga akan menghasilkan sebuah tanda. Kemudian tanda-tanda dalam hal ini yang mempunyai kedudukan/tataran pertama pada saat gilirannya akan menjadi sebuah penanda-penanda yang akan dihubungkan pula pada petanda-petanda kedudukan atau tataran kedua. Pada tataran signifikasi berlapis kedua maka muncul sebuah mitos.⁹

Dapat disimpulkan bahwa teknik analisis data dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi/pengamatan dalam iklan Rejoice 3 In 1 Hijab Bisa melalui setiap *scene* atau adegan dengan tanda yang ada, sehingga penulis bisa menginterpretasikan tanda secara spesifik dalam iklan rejoice 3 in 1 hijab bisa.
2. Klarifikasi data, klarifikasi data dapat dilakukan dengan mengambil gambar atau tangkapan layar dalam visualisasi iklan rejoice yang sesuai dengan data penelitian yakni komodifikasi hijab. Kemudian mencari makna denotatif, konotatif maupun mitos dalam iklan rejoice 3 in 1 hijab dan dapat menarik kesimpulan sebagai sebuah jawaban dari rumusan masalah peneliti.

⁹ Nur Latifah, "Komodifikasi Hijab Dalam Iklan Nivea Whitening Hijab Fresh Duo Di Jejaring Sosial Youtube"(Tinjauan Semiotika Roland Barthes), Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam: Unniversitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021