

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu pendekatan yang digunakan karena beberapa pertimbangan yaitu bersifat luwes, tidak terlalu rinci, tidak lazim mengidentifikasi suatu konsep, serta memberi kemungkinan bagi perubahan-perubahan manakala ditemukan fakta yang lebih mendasar, menarik, dan unik bermakna di lapangan.¹ Selain itu, penelitian dengan menggunakan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti: perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.² Pendekatan ini menggambarkan pendekatan kualitatif, adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau dengan cara-cara lain atau kuantifikasi

¹ Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003) hlm 39.

² Moleong J Lexy A. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Raja Rosdakarya, 2007) hlm 6.

(pengukuran).

Dalam penelitian sebelumnya (Janero Desen, Skripsi 2019) peneliti menggunakan pendekatan Roland Barthes untuk melihat lebih dalam upaya untuk menggambarkan berbagai pilihan makna yang tersedia melalui tanda-tanda yang digunakan. Peneliti ini juga akan meneliti menggunakan analisis model Roland Barthes, untuk melihat lebih dalam untuk menggambarkan berbagai tanda serta makna dibalik iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua. Untuk menunjukkan berbagai tanda makna yang ada, peneliti telah mengumpkkan keseluruhan gambar, kemudian akan memilih gambar yang memiliki relevansi dan potensi cukup kuat untuk dijadikan objek penelitian, pada akhirnya gambar yang dimiliki kekuatan makna akan dijadikan sebagai objek penelitian tetap. Selain itu penelitian juga akan melihat narasi dan *jingle* (musik) pada iklan yang mengiringi gambar akan peneliti seleksi untuk mempresentasikan sistem signifikansi iklan yang bersangkutan dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes.

2. Objek Penelitian dan Unit Analisa

Subjek dalam penelitian ini adalah iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua. Sedangkan unit analisisnya adalah isi pesan yang terkandung pada iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Jika dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber *primer* dan sumber *sekunder*. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Selanjutnya dilihat dari cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *observasi* (pengamatan), *interview* (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya (Sugiono, 2007 : 62-63)³

a. Data primer

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua yang berdurasi 31 detik.

b. Data sekunder

³ Devia Riri Apriani. Skripsi 2017. *Analisis Semiotika Iklan BukaLapak Versi CEO Minta Maaf di Media Sosial Youtube*. Hlm 55-56

Data sekunder yang didapat melalui literature yang berkaitan, referensi-referensi yang menunjang, studi dokumen yang berupa buku-buku dan artikel dari internet yang berhubungan dengan objek permasalahan.

c. Dokumentasi

Data diperoleh menggunakan dokumentasi. Data primer dari penelitian ini diperoleh/diunduh dari situs *youtube*. Sedangkan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam pengumpulan data penelitian ini antara lain :

- 1) Mengamati/menonton iklan Disney+ Hotstar versi pilih semau untuk semua.
- 2) Menentukan *shoot-shoot* yang menampilkan promosi produk dan lambang Disney+ Hotstar.
- 3) Berikutnya *shoot-shoot* tersebut akan disajikan dalam bentuk table dan menampilkan gambar adegan yang sesuai dengan metode analisa yang digunakan.

4. Teknik Analisis Data

Data yang di analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik semiotika, yaitu dengan mengamati sistem tanda. Ia memaknai dan menginterpretasikannya dengan menggunakan sistem signifikansi Roland Barther dengan elemen denotasi, konotasi dan mitos. Elemen-elemen yang

terdapat pada signifikansi Roland Barthes yaitu:

- a. Denotasi, memahami makna tanda melalui petanda dan penanda yang saling berhubungan.
- b. Konotasi, pemaknaan yang bersifat subjektif. Terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pengguna dan nilai-nilai di dalam unsur kebudayaan.
- c. Mitos, merupakan ideologi yang ada pada masyarakat. Sesuatu yang terbentuk dalam nilai-nilai kebudayaan serta pemahaman terhadap budaya itu sendiri. Ideologi ada selama kebudayaan itu ada. Mitos memiliki pengertian yang lebih mendalam lagi dibandingkan konotasi karena terkait dengan sosial, budaya, historis, serta ideologi yang ada di dalam masyarakat.

Gambar 3.1

Peta Tanda Roland Barthes

1. PENANDA (<i>signifier</i>)	2. PETANDA (<i>signified</i>)
3. TANDA DENOTATIF (<i>denotative sign</i>)	
4. PENANDA KONOTATIF	5. PETANDA KONOTATIF

<i>(connotative signifier)</i>	<i>(connotative signified)</i>
6. TANFA KONOTATIF (<i>connotative sign</i>)	

Sumber: Sobur (2004: 69)

Dari peta Barther tersebut terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dari penanda konotatif akan memunculkan petanda konotatif yang kemudian akan melandasi munculnya tanda konotatif.⁴

⁴ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004). Hlm 69