

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang bertujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, mengambil masalah atau memusatkan perhatian pada masalah-masalah aktual, kemudian mencatat, menganalisis data dan menarik kesimpulan.

Komponen bahasa yang diteliti adalah *Modalpartikeln* dalam iklan berbahasa Jerman yang ditekankan pada penggunaan *Modalpartikeln* yang ada dalam iklan berbahasa Jerman dan fungsi *Modalpartikeln* yang terdapat dalam wacana iklan tersebut.

B. Teknik Penelitian

Untuk mendapatkan teori dan data-data yang diperlukan untuk penelitian ini, maka digunakanlah teknik penelitian sebagai berikut:

1. *Studi Kepustakaan*, yaitu dengan cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik sumber yang berasal dari buku-buku, jurnal-jurnal, atau *website* untuk mendapatkan penjelasan-penjelasan mengenai permasalahan yang berhubungan dengan penelitian ini.
2. *Telaah isi/dokumen (Content analysis)*, yaitu dengan cara mencari, mengumpulkan dan mencatat data-data berupa kalimat-kalimat, teks-

teks, dan gambar-gambar yang termuat dalam majalah *Brigitte* dan *Stern*. Data yang telah berhasil dikumpulkan kemudian diklasifikasikan berdasarkan fungsi *Modalpartikeln* berdasarkan teori Helbig dan Buscha, selanjutnya dianalisa dan diinterpretasikan hasil analisisnya.

C. Objek Penelitian

Objek yang dianalisis dalam penelitian ini adalah *Modalpartikeln* dalam iklan berbahasa Jerman. Data diambil dari beberapa majalah bahasa Jerman yaitu *BRIGITTE* dan *STERN*.

Ada beberapa pertimbangan kenapa majalah tersebut dijadikan sebagai bahan acuan, yaitu:

1. Majalah *BRIGITTE* dan *STERN* adalah majalah terbitan Jerman. Bagi pembelajar bahasa Jerman akan menarik sekali membahas iklan yang terdapat dalam majalah ini karena wacana iklan tersebut ditulis dalam bahasa Jerman.
2. Majalah *BRIGITTE* dikhususkan untuk wanita. Isi dan jenis iklan yang terdapat dalam majalah ini cenderung lebih menonjolkan kebutuhan wanita, misalnya tentang produk kecantikan, parfum, iklan baju, produk makanan. Dan majalah *STERN* adalah majalah tentang tren, politik, olahraga, mobil dan beberapa artikel lainnya. Dari kedua majalah tersebut terdapat wacana-wacana iklan yang diambil sebagai data penelitian, sehingga majalah ini digunakan sebagai bahan dalam penelitian ini agar data yang diperoleh lebih banyak dan bervariasi.

3. Majalah *BRIGITTE* dan *STERN* yang digunakan dalam penelitian ini adalah terbitan tahun 2009 dan 2010, dikarenakan majalah yang masih baru dan agar data yang di perolehpun masih baru.
4. Istilah-istilah yang digunakan dalam wacana iklan dalam majalah tersebut banyak menggunakan *Modalpartikeln*.

D. Teknik Analisis

Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Persiapan pengumpulan data :
 - a. Mengumpulkan wacana iklan yang terdapat dalam majalah *Brigitte* dan *Stern*.
2. Pengolahan data :
 - a. Mengidentifikasi *Modalpartikeln* dalam kalimat iklan.
 - b. Menganalisis *Modalpartikeln* dengan cara menentukan *Modalpartikeln* yang ada dan fungsi *Modalpartikeln* dalam iklan berbahasa Jerman.
3. Penarikan kesimpulan
Data-data yang telah diolah dan dianalisis serta diinterpretasikan kemudian ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini.