

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bagian ini akan diuraikan berbagai aspek yang berkaitan dengan metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian. Adapun uraiannya meliputi pendekatan penelitian, desain penelitian, teknik penelitian, instrumen penelitian, data dan sumber data, serta alur penelitian.

1.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kajian sosiolinguistik. Kajian sosiolinguistik merupakan salah satu ilmu bahasa. Kajian ini mengkaji hubungan bahasa dan masyarakat. Chaer dan Agustina (2003:2) menyatakan kajian sosiolinguistik adalah suatu ilmu antar disiplin sosiologi dan sosiolinguistik yang mempelajari penggunaan bahasa dalam masyarakat. Trudgill (dalam Sumarsono 2004: 3) mengungkapkan sosiolinguistik adalah bagian dari linguistik yang berkaitan dengan bahasa sebagai gejala sosial dan gejala kebudayaan Bahasa bukan hanya dianggap sebagai gejala sosial melainkan juga gejala kebudayaan. Implikasinya adalah bahasa dikaitkan dengan kebudayaan masih menjadi cakupan sosiolinguistik, dan ini dapat dimengerti karena setiap masyarakat pasti memiliki kebudayaan tertentu. Serta menurut Aslinda dan syafyaha (2014:12) juga mengemukakan bahwa sosiolinguistik merupakan ilmu yang mengkaji bahasa, masyarakat dan hubungan bahasa dengan masyarakat. Sejalan dengan tiga pendapat tersebut, Sumarsono (2017: 1) menyatakan bahwa sosiolinguistik merupakan ilmu bahasa yang mengaitkan bahasa dengan kondisi masyarakat. Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sosiolinguistik merupakan ilmu bahasa yang mempelajari dan mengkaji hubungan antara bahasa dengan masyarakat.

3.2 Desain Penelitian

Bagian ini memaparkan desain penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini. Desain penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan alur penelitian agar penelitian ini lebih terstruktur dan terperinci. Adapun tahapan pertama, menentukan judul penelitian. Kedua, menentukan teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis*). Analisis wacana menekankan makna dibalik teks. Dalam model analisis ini bahasa dipahami sebagai representasi yang membentuk subjek tertentu, tema wacana tertentu, maupun strategi yang ada di dalamnya (Eriyanto: 2011:6).

Model analisis wacana yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis wacana online di konteks media sosial media *Instagram*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, untuk mengetahui pengaruh gender terhadap variasi bahasa dalam *caption Instagram* serta bagaimana merealisasikan makna yang dimaksud. Dengan menggunakan metode kualitatif dapat mengamati karakteristik unit individu secara mendalam serta menganalisis berbagai fenomena (Cohen dan Manion, 1994). Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena variasi bahasa (Mahsun, 2014). Selanjutnya, menurut Isaac dan Michael (1987) mengemukakan metode kualitatif adalah studi dimana para peneliti tidak perlu menetapkan hipotesis, namun untuk mengamati apa yang disajikan. Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena variasi bahasa yang digunakan laki-laki dan perempuan dalam *caption Instagram*.

Penelitian ini bertujuan menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut Untuk menemukan apa saja fitur variasi bahasa variasi bahasa dalam *caption Instagram beauty influencer* laki-laki dan perempuan di *Instagram*. Untuk mengungkapkan dan menemukan bagaimana variasi bahasa tersebut digunakan untuk merealisasikan makna yang dimaksud. Untuk mendeskripsikan bentuk lingual dalam komentar *netizen* dalam postingan *Instagram beauty influencer*. Serta untuk mengungkapkan faktor sosial yang mempengaruhi variasi bahasa komentar *netizen* dalam postingan *Instagram beauty influencer*.

3.3 Teknik Penelitian

Penelitian ini memiliki dua teknik penelitian, yaitu teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan data. Berikut ini akan dijelaskan mengenai kedua teknik yang tersebut.

3.3.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam peneltitian ini adalah model analisis wacana yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis wacana online di konteks media sosial media *Instagram*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, untuk mengetahui pengaruh gender terhadap variasi bahasa dalam *caption Instagram* serta bagaimana merealisasikan makna yang dimaksud. Dengan menggunakan metode kualitatif dapat mengamati karakteristik unit individu secara mendalam serta menganalisis berbagai fenomena (Cohen dan Manion, 1994). Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena variasi bahasa (Mahsun, 2014). Selanjutnya, menurut Isaac dan Michael (1987) mengemukakan metode kualitatif adalah studi dimana para peneliti tidak perlu menetapkan hipotesis, namun

untuk mengamati apa yang disajikan. Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena variasi bahasa yang digunakan laki-laki dan perempuan dalam *caption Instagram*.

3.3.2 Teknik Pengolahan Data

Dalam pengolahan data, penelitian ini menggunakan analisis dokumen. Melakukan analisis dokumen dengan menggunakan kajian sociolinguistik. Setelah mengumpulkan data, langkah selanjutnya yang dikerjakan adalah mengolah data. Secara lebih jelasnya berikut ini adalah tahapan analisis data yang akan dilakukan yaitu 1) mencari postingan yang sesuai yaitu bertemakan kecantikan, 2) mendeskripsikan dan mengklasifikasikan data dari hasil fitur variasi bahasa, fitur variasi bahasa tersebut dapat merealisasikan makna yang dimaksud, bentuk lingual, dan faktor sosial yang mempengaruhi fitur bahasa dari komentar warganet, dan 3) menarik kesimpulan tentang variasi bahasa dalam postingan *Instagram beauty influencer* dengan pendekatan sociolinguistik.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa tabel kategorisasi fitur variasi bahasa laki-laki dan perempuan, kartu data. Kartu data tersebut digunakan untuk mencatat data bentuk lingual dan faktor sosial. Kartu data digunakan untuk analisis bentuk lingual dari komentar warganet di akun sosial media *Instagram* beberapa *beauty influencer* yang telah dijelaskan sebelumnya. Selanjutnya, kartu data digunakan untuk analisis faktor sosial yang digabungkan bersama bentuk lingual, serta menyimpulkan hasil analisis.

Bentuk kartu data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Data
Nama Akun : (diisi dengan username warganet) Komentar : (diisi dengan tulisan komentar dari warganet)
Variasi Bahasa (Variasi bahasa dari segi pemakaian)
Bentuk Lingual: (diisi dengan bentuk lingual yang terdapat pada kolom komentar warganet)
Faktor Sosial: (diisi dengan faktor sosial yang mempengaruhi penggunaan bahasa pada kolom komentar warganet)

3.5 Data dan Sumber Data Penelitian

LATIFAH, 2023

VARIASI BAHASA DALAM POSTINGAN INSTAGRAM BEAUTY INFLUENCER: ANALISIS BAHASA DAN GENDER DENGAN PENDEKATAN SOSIOLINGUISTIK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.5.1 Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data berupa beberapa postingan yang diambil dari rentang waktu mulai dari bulan Januari 2022-Mei 2023 yang diunggah di media sosial *Instagram* bertema *beauty* maskulin dan feminin. Item *beauty* yang dipilih dalam penelitian ini adalah *make up*, *skincare*, dan *bodycare* yang dibahas dalam postingan *Instagram* laki-laki dan perempuan. Data diinterpretasikan berdasarkan diri yang ditemukan di media sosial *Instagram* pada akun Jovie Adiguna (@joviadhiguna), Andreas Lukita (@andreaslukita_), Tasya Farasya (@tasyafarasya), serta Jharna Bhagwani (@jharnabhagwani) dalam bentuk tangkapan layar (*screenshots*). Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data primer, karena data diperoleh pada postingan keempat beauty influencer berupa *caption* atau keterangan pada unggahan foto atau video dan kolom komentar dari warganet. Data sekunder diperoleh melalui media perantara yang berupa data pendukung yang bersumber dari berbagai informasi.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data penelitian ini berasal dari bahasa yang digunakan oleh laki-laki dan Perempuan dalam postingan *Instagram* yang diunggah di akun pribadi. Lofland dan Lyn (dalam Moleong, 2011) menyatakan sumber data dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan. Selengkapnya merupakan data tambahan seperti dokumen, tindakan, kata, foto dan data statistik merupakan sumber data utama dalam penelitian. Menurut Arikunto (2014) sumber data diidentifikasi menjadi *person* atau orang, *place* atau tempat, dan *paper* atau simbol.

1) Person

Dalam penelitian ini sumber data *person* merupakan seorang *public figure* laki-laki dan perempuan. Adapun dalam penentuan *public figure* atau *influencer* tersebut berdasarkan kepopuleran atau keprofesionalan mereka di dalam sebuah membuat konten yang bertema *beauty*, hal ini dilakukan supaya penetapan *public figure* tepat sesuai dengan tujuan penelitian untuk mendapatkan data terkait variasi Bahasa dalam pendekatan sosiolinguistik. Penentuan *public figure* dalam penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui fitur variasi bahasa serta bagaimana fitur variasi bahasa tersebut digunakan untuk merealisasikan makna yang dimaksud. Adapun penentuan *public figure* berdasarkan beberapa kriteria berikut ini: 1) *public figure* tersebut berpengalaman dalam pembuatan konten

kecantikan, 2) *public figure* tersebut merupakan tokoh terkenal, 3) *public figure* tersebut memiliki pengikut yang cukup banyak, 4) ada beberapa *public figure* yang sudah menjadi *beauty influencer* lebih dari 5 tahun, serta 5) *public figure* tersebut memiliki penyampaian informasi produk baik secara lisan maupun tulisan sangat menarik dan kreatif.

Adapun profil singkat para *beauty influencer* yang dijadikan sebagai subjek pada penelitian ini, dapat dilihat table 3.1 dibawah ini:

Nama Influencer	Tanggal Lahir	Pendidikan Terakhir		Jenis Influencer	Jumlah Pengikut	Jumlah Engagem ent Rate	Media Sosisal			
		Pendidikan	Jurusan				Instagram	Youtube	Twitter	Facebook
Tasya Farasya	25 Mei 1992	Universitas Trisakti	Jurusan Dokter Gigi	<i>Beauty Influencer</i>	6,3 Juta	1,14%	@tasyafarasya	Tasya Farasya	tasya farasya	Tasya Farasya
Jharna Bhagwani	26 Agustus 2002	SMA	Gandhi Memorial Intercontinental School	<i>Beauty Influencer</i>	3,1 Juta	1,71%	@jharnabhagwani	Jharna Bhagwani	jharnabhagwani	Jharna Bhagwani
Jovi Adhiguna	2 Juni 1990	Universitas Telkom	Fashion Designer	<i>Beauty Influencer</i>	810 Ribu	0,49%	@joviadhiguna	Jovi Adhiguna Hunter	joviadhiguna	Jovi adhiguna hunter
Andres Lukita	26 Oktober 1991	London School Of Public Relations - Jakarta	Marketing Communication	<i>Beauty Influencer</i>	115 Ribu	0,19%	@andreaslukita_	AndreasLukita86	andreaslukita	-

Tabel 3.1 Profil Beauty Influencer

2) Place

Place dalam penelitian ini merupakan lokasi penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk melaksanakan penelitian dalam mengungkap sebuah fenomena ataupun peristiwa yang terjadi dari objek penelitian yang diteliti, guna mendapatkan data penelitian yang lebih akurat. Lokasi atau tempat yang dipilih dalam penelitian ini adalah media sosial *Instagram*. Tempat tersebut dipilih karena beberapa hal, yakni: 1) *Instagram* lebih fokus pada gambar dan video yang membuatnya lebih menarik bagi pengguna yang ingin berbagi dan menikmati konten visual, 2) *Instagram* sebagai sarana promosi, 3) *Instagram* dapat terkoneksi dengan sosial media lain.

3) Paper

Sumber data berupa tangkapan layar (*screenshot*), catatan-catatan, tulisan dari caption *Instagram* dan tuturan kolom komentar warganet yang berkaitan dengan tema kecantikan.

3.6 Analisis Data

LATIFAH, 2023

VARIASI BAHASA DALAM POSTINGAN INSTAGRAM BEAUTY INFLUENCER: ANALISIS BAHASA DAN GENDER DENGAN PENDEKATAN SOSIOLINGUISTIK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Analisis data merupakan tahap inti pada penelitian ini. Penelitian ini melakukan analisis data dengan menggunakan teori Lakoff (1975) yang membahas fitur bahasa perempuan dan Mulac, dkk (2001) membahas fitur bahasa laki-laki untuk menemukan variasi bahasa yang digunakan laki-laki dan perempuan dalam postingan *Instagram*. Analisis variasi bahasa yang digunakan untuk merealisasikan makna yang dimaksud dalam *caption Instagram* dianalisis menggunakan teori Herring (2012) yang membahas tentang *Computer Mediated Discourse Analysis* (CMDA).

Data dikumpulkan dengan metode tangkapan layar (*screenshot*) yang berupa *caption Instagram* bertema *beauty* dan akan dianalisis beberapa tahapan yaitu dengan mengikuti prosedur analisis data dari Miles dan Huberman (2014) tentang analisis data secara deskriptif kualitatif. Adapun tahapan-tahapan analisis data diuraikan sebagai berikut:

a. Identifikasi

Melihat dan menentukan ciri objek kebahasaan pada *caption Instagram*.

b. Klasifikasi

Pada tahapan ini data yang sudah dikumpulkan diklasifikasi sesuai dengan fitur bahasa yang ada pada teori Lakoff (197) dan Mulac (2001) untuk melihat variasi bahasa apa yang ditemukan dalam *caption Instagram* yang digunakan laki-laki dan perempuan. Selanjutnya, dianalisis menggunakan teori Herring (2012) tentang *Computer Mediated Discourse Analysis* (CMDA) untuk melihat bagaimana variasi bahasa itu digunakan untuk merealisasikan makna yang dimaksud.

c. Deskripsi

Pada tahapan ini peneliti mendeskripsikan hasil dari temuan dari hasil dan membahas temuan tersebut.

d. Eksplanasi/penjelasan

Setelah diuraikan maka memberikan penjelasan dari hasil temuan.

e. Interpretasi

Pada tahapan ini memberikan atau mengutarakan pendapat sendiri terhadap hasil temuan penelitian.

f. Simpulan

Pada tahapan yang terakhir ini, peneliti menarik kesimpulan dan verifikasi dari data yang sudah dianalisis. Sehingga, simpulan yang diberikan bisa menjawab masalah yang telah dirumuskan pada pendahuluan.

No.	Sentences	LH	TQ	HG	RI	EA	PCT	I	SF	SW	ES
1.	<p>Pasti kalian baru tau kan kalo wortel itu bukan cuma bagus buat mata aja, tp ternyata kalo dijadiin skincare ternyata kasih efek yg bagus juga!?</p> <p>Nonton reels aku sampe selesai! Aku ngenalin satu lagi product lokal yg baru aku coba dan ternyata cocok! bahkan ngasih improvement ke kulit aku.</p> <p>Nama productnya itu Dermies Hello glow by Erha my hero moisturanger, main ingredientsnya itu carrot extract, niacinamide, canola oil. Ngasih efek brightening, exfoliating dan moisturizing buat muka, leher sampe under eye juga bisa</p> <p>Nah lebih gongnya lagi tuh harganya cuma 80rb!! Check out sekarang ga sih</p> <p>#MaksimalCerah #DermiesHelloGlow #DermiesByERHA @dermies</p>					✓		✓			

Tabel 3.2 Analisis Fitur Bahasa Laki-laki dalam *Caption Instagram* Laki laki Lakoff (1975)

No.	Fitur bahasa laki-laki	Contoh kalimat
1.	Referensi kuantitatif	My favorites dari 8 warna barunya, catet!
2.	Kata sifat penghakiman	-
3.	Perintah	-
4.	Kata lokasi	-
5.	Kalimat singkat	-
6.	Referensi diri	You've outdone yourself once again @somethincofficial @somethincmakeup

[Tabel 3.3 Analisis Fitur Bahasa Laki-laki Mulac \(2001\)](#)

Kode	Dimensi	Kategori	Keterangan
M1	Sinkronisitas	Asinkronis	<i>Caption</i> tersimpan dalam media sosial <i>Instagram</i> dan bisa dibaca oleh siapa saja dan kapan saja.
M2	Transmisi Pesan	Satu arah	Karena pengguna <i>Instagram</i> tidak

			berhubungan secara langsung
M3	Persintensi Transkrip	Tersimpan atau tidak hilang	<i>Caption</i> akan tersimpan atau lebih lama bertahan dalam sosial media <i>Instagram</i>
M4	Ukuran Jatah Pesan	Luas	Jumlah karakter yang menggunakan <i>Instagram</i> tidak terbatas
M5	Saluran Komunikasi	Tekstual	Berbentuk teks
M6	Pesan Anonim	Tidak Dominan	Pemilik <i>caption Instagram</i> menggunakan akun asli
M7	Pesan Pribadi	Dominan	<i>Caption</i> yang dibuat bersifat pribadi karena menggunakan akun asli
M8	Penyensoran	Bebas	Tipografi yang tidak baku cenderung menggunakan kata atau huruf tidak formal dan bebas berbicara serta menggunakan akronim
M9	Kutipan	Mengacu pada teks <i>caption</i>	Tanggapan mengacu pada teks <i>caption instagram</i>
M10	Format Pesan	Diformat secara kronologis	Diurutkan berdasarkan jam, hari, tanggal dan tahun

Tabel 3.4 Klasifikasi Faktor Konteks Media (Herring, 2012)

Kode	Dimensi	Kategori	Keterangan
S1	Struktur Partisipan	<i>Follower</i> /Publik	Siapa saja dapat berpartisipasi
S2	Karakteristik Partisipan	Secara ideologi relatif beragam	Berdasarkan ideologi media
S3	Tujuan	Promosi dan <i>sharing</i>	Mempromosikan sebuah produk dan <i>sharing</i> tentang gaya <i>Beauty</i>
S4	Tema/topik	<i>Beauty</i>	Berkaitan dengan informasi tentang <i>beauty</i> atau mempromosikan item yang berhubungan dengan <i>beauty</i>
S5	Nada	Santai	Karena berbentuk informal
S6	Kegiatan	Memberikan Informasi	Informasi tentang produk <i>beauty</i>
S7	Norma	Informal	Menggunakan bahasa yang tidak baku
S8	Kode Bahasa	Kasual	Menggunakan ragam bahasa sehari-hari

Tabel 3.5 Faktor Situasi Komunikasi (Herring, 2012)