

BAB III

METODE PENELITIAN

Bagian metode penelitian merinci desain penelitian, sumber dan jenis data yang digunakan, metode pengumpulan data, teknik analisis data, serta keabsahan data yang sedang diselidiki. Penjelasan rinci tentang hal tersebut disajikan sebagai berikut.

3.1 Desain Penelitian

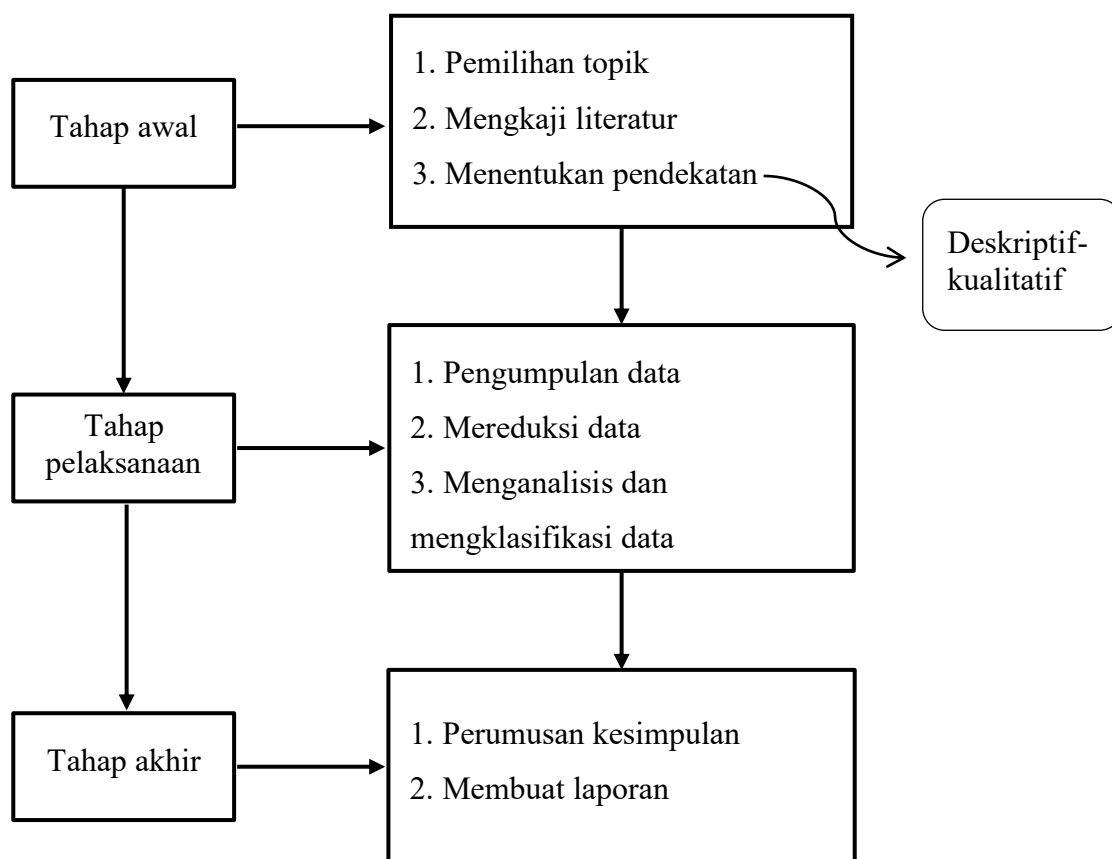
Creswell & David Creswell (2018) dalam bukunya yang berjudul “*Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*” menjelaskan bahwa, desain penelitian merupakan suatu bentuk penyelidikan dalam kerangka metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran yang memberikan pedoman khusus untuk langkah-langkah yang harus diambil dalam suatu studi penelitian. Desain penelitian memberikan prosedur untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyusun atau menyelesaikan masalah dalam penelitian (Mulyono dkk., 2018). Oleh karena itu, keputusan desain tidak hanya membatasi tetapi juga mendukung kesimpulan akhir peneliti.

Desain penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena melalui pengumpulan data yang sangat komprehensif (Shintyana, 2016). Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan wawasan yang mendalam dan kontekstual terhadap fenomena yang diamati. Metode deskriptif dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan dengan rinci dan menggali lebih dalam fenomena atau pengalaman tertentu (Herdiana, 2023). Dengan menggunakan pendekatan ini, penulis dapat memberikan wawasan yang kaya dan terperinci tentang fenomena tertentu, memungkinkan eksplorasi kompleksitas perilaku dan pengalaman manusia.

Metode kualitatif deskriptif sangat bermanfaat untuk mengeksplorasi topik yang belum diteliti sebelumnya, karena memungkinkan peneliti menyelidiki wilayah yang belum terjamah dan menghasilkan pengetahuan baru. Berikut ini

disajikan urutan proses atau alur penelitian untuk memudahkan pemahaman dan meningkatkan efisiensi.

Tahap awal penelitian melibatkan pemilihan topik, perumusan tujuan, review literatur dan menentukan pendekatan yang akan digunakan sebagai acuan penelitian. Tahap pelaksanaan mencakup desain penelitian, pemilihan metode (analisis semiotika Charles S. Peirce), dan pengumpulan data dari iklan *skincare* dengan aktor Korea di *YouTube*. Pada tahap akhir, dilakukan analisis data menggunakan teori semiotika untuk mengeksplorasi makna yang terkandung dalam iklan. Hasil analisis ini digunakan untuk merumuskan temuan penelitian dan kesimpulan, yang selanjutnya disajikan dalam laporan penelitian, mencakup hasil pembahasan, dan kesimpulan.



Gambar 3. 1 Alur Penelitian

3.2 Data dan Sumber Data Penelitian

Menurut Barlian (2016), data dijelaskan sebagai sekumpulan informasi atau nilai yang diperoleh dari pengamatan suatu objek. Suatu data merujuk pada informasi yang diperoleh oleh seorang peneliti, baik secara langsung atau data primer maupun tidak langsung melalui pihak lain atau data sekunder (Shinthaya, 2016). Data primer dapat dihasilkan melalui pengukuran langsung oleh peneliti, seperti mengukur berat badan atau keterampilan seseorang dengan menggunakan peralatan yang sesuai. Sementara data skunder diperoleh melalui sumber lain, seperti kantor lurah, puskesmas, atau hasil belajar dari guru (Barlian, 2016). Dapat disimpulkan bahwa, data merupakan kumpulan informasi yang menjadi dasar untuk analisis dan temuan dalam suatu penelitian.

Data untuk penelitian ini diperoleh dari video iklan dengan merek yang berbeda, yang dipilih berdasarkan kriteria penggunaan aktor dan bahasa Korea. Video iklan dipilih dari platform *YouTube* dengan mempertimbangkan penggunaan aktor Korea sebagai *brand ambassador* dan penggunaan bahasa Korea dalam narasi atau teks iklan. Merek yang diwakili dalam sampel ini antara lain *Avoskin*, *Everwhite*, *Y.O.U Beauty*, *Azarine*, *Somethinc*, *MS Glow*, *Scarlett*, dan *Whitelab*. Penggunaan berbagai merek dengan karakteristik penggunaan aktor dan bahasa Korea yang berbeda-beda memungkinkan analisis yang komprehensif tentang strategi komunikasi yang digunakan dalam iklan *skincare* berbahasa Korea di platform *YouTube*. Dengan memanfaatkan sumber data dari *YouTube*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang penggunaan elemen verbal dan visual dalam konteks penggunaan aktor dan bahasa Korea dalam iklan *skincare*. Berikut disajikan data sumber penelitian dalam bentuk tabel.

Tabel 3. 1

Data yang Dijadikan Sumber Penelitian

No	Tahun	Produk	Link
1	2021	Everwhite X Kim Seon Ho	https://youtu.be/ps7n5Hr5Svg
2	2021	Scarlett X Song Joong ki	https://youtu.be/jEbuA6LLzqw

Linda Fitri Hapsari, 2024

MAKNA DAN TANDA DALAM IKLAN PRODUK SKINCARE BERBAHASA KOREA PADA MEDIA YOUTUBE

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

3	2022	MS Glow X Cha Eun Woo	https://youtu.be/Dga7IbWkl80
4	2022	Avoskin X Park Hyung Sik	https://youtu.be/LjPzHtP4Ifw
5	2022	Azarine X Lee Min Ho	https://youtu.be/ZEpbSIqRwSs
6	2022	Whitelab X Sehun	https://youtu.be/YRPg8-SY11E
7	2022	Y.O.U Beauty X Kim Soo Hyun	https://youtu.be/4nwHGH-En08
8	2022	Somethinc X Han So Hee	https://youtu.be/mSh4xPCu8Lo

2.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan, mengukur, dan menganalisis data dalam suatu penelitian (Barlian, 2016). Dalam penelitian kualitatif, instrumen utama adalah peneliti itu sendiri, yang berfungsi sebagai pengumpul data utama melalui observasi dan analisis dokumen. Menurut Lincoln dan Guba (1985), dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen yang paling tepat karena manusia memiliki kemampuan adaptasi dan responsif terhadap situasi yang kompleks, memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa dan kedalaman makna yang sering kali luput dari instrumen non-manusia.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian karena merupakan langkah kunci untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian (Shintyana, 2016). Pengumpulan data dalam penelitian bertujuan untuk mendapatkan materi, informasi, fakta, dan keterangan yang dapat dipercaya (Barlian, 2016). Pengumpulan data yang dilakukan dengan cermat dan sistematis memberikan dasar yang kuat bagi peneliti untuk menyusun analisis, membuat interpretasi, dan menyajikan temuan penelitian secara meyakinkan, sehingga menghasilkan kontribusi yang signifikan dalam memajukan pemahaman dan pengetahuan di bidang penelitian tersebut.

Linda Fitri Hapsari, 2024

MAKNA DAN TANDA DALAM IKLAN PRODUK SKINCARE BERBAHASA KOREA PADA MEDIA YOUTUBE

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

Dalam penelitian ini, menggunakan dua teknik utama dalam pengumpulan data, yaitu observasi dan dokumentasi.

1. Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan menonton secara cermat 8 video iklan *skincare* berbahasa Korea dari merek Avoskin, Everwhite, Y.O.U Beauty, Azarine, Somethinc, MS Glow, Scarlett, dan Whitelab yang diambil dari platform YouTube. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mencatat elemen verbal dan visual yang digunakan dalam iklan, termasuk penggunaan aktor Korea, bahasa Korea, dan berbagai simbol visual yang menonjol.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi melibatkan pengumpulan dan analisis data sekunder berupa studi sebelumnya, jurnal akademis, buku, artikel, dan sumber-sumber lain yang relevan dengan topik penelitian. Dokumentasi ini digunakan untuk mendukung analisis dengan memberikan landasan teoritis dan kontekstual yang kuat. Selain itu, dokumentasi juga mencakup pengarsipan data primer berupa tangkapan layar, transkrip teks iklan, dan catatan observasi yang disusun secara sistematis untuk memudahkan analisis lebih lanjut. Dengan kombinasi teknik observasi dan dokumentasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam mengenai makna dan tanda dalam iklan *skincare* berbahasa Korea di YouTube.

Adapun langkah-langkah dalam mengumpulkan data penelitian adalah sebagai berikut.

- 1) Mengumpulkan seluruh iklan *skincare* lokal berbahasa Korea yang terdapat pada media *YouTube* pada tahun 2021-2022.
- 2) Mengklasifikasikan iklan sesuai dengan tema produk *skincare* lokal yang menggunakan aktor dan bahasa Korea.
- 3) Mengidentifikasi tanda verbal berupa ucapan, tulisan, musik, dan nonverbal berupa gambar, warna, dan pergerakan yang telah dianalisis menurut unsur-unsur semiotik.

- 4) Menganalisis unsur-unsur tersebut sesuai dengan model semiotik Charles Sander Peirce, yaitu elemen signifikasi (representasi, objek, dan interpretasi) berdasarkan makna ikon, indeks, dan simbol.
- 5) Menarik kesimpulan dari hasil analisis iklan baik dari segi verbal maupun nonverbal.

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses yang dilakukan dalam penelitian kualitatif untuk mengumpulkan, mengelola, dan menginterpretasikan data serta informasi secara sistematis sejak sebelum memasuki lapangan hingga penelitian selesai, dengan tujuan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti (Barlian, 2016). Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan dengan memanfaatkan pendekatan semiotika. Semiotika tidak hanya berfungsi sebagai landasan teoritis dalam studi media massa, melainkan juga dapat digunakan sebagai metode analisis dalam konteks tersebut (Shintyana, 2016). Setelah data primer dan sekunder terkumpul, peneliti melakukan proses analisis yang mendalam terhadap elemen-elemen semiotika yang muncul dalam iklan *skincare* berbahasa Korea di media *YouTube*. Pertama-tama, peneliti mengidentifikasi dan merinci setiap tanda yang terdapat dalam iklan, seperti visual, simbol, gerakan, dan kata-kata, yang menjadi bagian dari representasi aktor tersebut.

Selanjutnya, peneliti mengkaji hubungan antara representamen, objek, dan interpretan sesuai dengan konsep triadik Peirce. Analisis ini membuka ruang untuk memahami makna yang terkandung dalam setiap tanda dan bagaimana makna tersebut dapat diinterpretasikan oleh penonton. Konsep representasi dieksplorasi untuk mengungkapkan lapisan makna yang mungkin terkandung dalam iklan.

Pendekatan semiotika juga memungkinkan peneliti untuk melihat konteks budaya Korea dalam interpretasi tanda-tanda tersebut. Dengan merinci struktur triadik dan konsep semiotika, penelitian ini tidak hanya berfokus pada aspek visual dan verbal dalam iklan, tetapi juga menggali makna dan pesan yang tertanam dari representasi tersebut. Salah satu contoh analisis data pada iklan menggunakan teori Charles Sanders Peirce adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 2

Contoh Analisis Data menggunakan Teori Charles S. Peirce

No.	Iklan	Tanda Visual Dominan	Tanda Verbal Dominan	Interpretasi	Jenis Tanda
1	Avoskin	Warna natural, bahan alami, wajah berseri, latar belakang kamar dan kota	피부 (Pibu) – kulit, 시작해요 (Sijakhaeyo) – memulai, 천연 성분 (Cheon-yeon seongbun) - bahan alami, 매일 (Maeil) - setiap hari, 보호막 (Bohomak) - lapisan pelindung, 강화 (Ganghwa) – penguatan, 세럼 (Sereom) – serum, 레티놀 (Retinol) – retinol, 빛나는 (Bichnaneun) – bersinar, 비밀 (Bimil) – rahasia.	Kecantikan alami, sehat, dan berseri	Ikon, indeks

3.5 Uji Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan elemen krusial dalam penelitian kualitatif karena menentukan kepercayaan dan validitas temuan. Interpretasi dan analisis subjektif peneliti memegang peran penting, sehingga keabsahan data menjadi esensial untuk memastikan temuan mencerminkan realitas sebenarnya (Hayashi dkk., 2019). Keabsahan data memerlukan proses kritis dalam menganalisis dan menginterpretasi temuan, menghindari bias penelitian, serta memastikan temuan sesuai dengan konteks yang diselidiki.

Untuk meningkatkan keabsahan data, peneliti dapat menerapkan triangulasi data sumber. Triangulasi data sumber melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber atau metode untuk membandingkan dan mengonfirmasi temuan. Dengan melibatkan multiple sumber atau teknik, penelitian menjadi lebih reliabel karena temuan disusun berdasarkan konvergensi informasi dari berbagai sudut pandang.

Linda Fitri Hapsari, 2024

MAKNA DAN TANDA DALAM IKLAN PRODUK SKINCARE BERBAHASA KOREA PADA MEDIA YOUTUBE

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

Proses refleksi, diskusi, atau *peer review* merupakan langkah penting untuk menguji keabsahan data penelitian kualitatif. Peneliti secara terbuka merefleksikan proses pengumpulan dan analisis data, mempertanyakan interpretasi subjektif, dan mencari pemahaman lebih mendalam. Diskusi internal atau eksternal dengan ahli bidang terkait dapat memberikan perspektif tambahan dan mengidentifikasi potensi bias atau kelengkapan interpretasi. *Peer review*, yaitu peninjauan oleh pakar independen, memperkaya pandangan penelitian dengan menyajikan tanggapan kritis yang meningkatkan kepercayaan hasil penelitian. Dengan demikian, proses refleksi, diskusi, dan *peer review* menjadi landasan kuat dalam menjamin keabsahan dan kualitas data penelitian kualitatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan dan mengidentifikasi tanda-tanda dalam iklan *skincare* berbahasa Korea pada media *YouTube*. Melalui teori semiotika Peirce, penelitian ini berusaha mengidentifikasi unsur-unsur semiotik, seperti ikon, indeks, dan simbol yang digunakan. Harapannya, hasil identifikasi ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang cara tanda-tanda tersebut merepresentasikan gaya hidup sehat dan produk *skincare*, serta bagaimana hubungan tanda dengan objeknya dapat diartikan dalam konteks representasi yang diusung.