

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2011: 3) adalah “cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian harus didasarkan pada cirri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis”. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara yang dapat diterima oleh akal manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan dapat diamati dan dipelajari oleh manusia. Sistematis berarti penelitian yang dilakukan menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. ”Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain” (Sugiyono, 2009: 11).

Metode ini sesuai dengan tujuan peneliti, yaitu mendeskripsikan secara sistematis mengenai fakta-fakta dari data yang dikaji. Dalam penelitian ini, data yang dikaji adalah iklan audio visual produk makanan berbahasa Perancis pada situs *www.culturepub.fr* bulan Januari – Juni tahun 2014.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam setiap penelitian, populasi dan sampel sangat dibutuhkan untuk mencapai keberhasilan pada penelitian tersebut. Oleh karena itu, populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah :

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2011: 117), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi penelitian ini adalah iklan audio visual produk makanan pada bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2014 yang diambil dari situs *www.culturepub.fr*.

3.2.2 Sampel

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2011: 118). Teknik sampling yang digunakan adalah *Sampling Purposive*. Teknik tersebut menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Sampel dari penelitian ini adalah iklan audio visual produk makanan pada situs *www.culturepub.fr* bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2014 yang menggunakan bahasa Perancis, yang berjumlah 6 buah iklan audio visual.

3.3 Definisi Operasional

a. Analisis

Analisis diartikan sebagai (1) penyelidikan suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dsb) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. (2) Sebuah penjabaran sesudah dikaji sebaik-baiknya (KBBI, 2002: 43). Analisis yang dimaksud pada penelitian ini adalah analisis semiotik yang mengkaji tanda dan signifikasinya yang terdapat dalam iklan audio visual produk makanan berbahasa Perancis.

b. Semiotik

“Semiotik adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan sistem tanda dan lambang di kehidupan manusia. Sedangkan semiotika adalah ilmu (teori) tentang lambang dan tanda (bahasa, lalu lintas, kode morse, dsb)” (KBBI, 2002: 1029).

c. Iklan

“Iklan adalah pemberitahuan kepada khalayak ramai agar tertarik pada barang atau jasa yang dijual, dipasang di media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum” (KBBI, 2002: 421). Pada penelitian ini, iklan yang digunakan adalah iklan audio visual atau iklan televisi.

d. Audio Visual

Menurut KBBI (2002: 65), “Audio visual adalah sesuatu yang bersifat dapat didengar dan dilihat, atau juga alat peraga bersifat dapat didengar dan dilihat seperti film”.

e. *www.culturepub.fr*

www.culturepub.fr adalah sebuah situs iklan yang dibuat pada awal tahun 1990. Dibuat oleh Christian Blachas dan Anne Magnien 20 tahun setelah adanya iklan di televisi. Situs ini dibuat dengan tujuan untuk menjaga karya-karya seni dalam sebuah iklan dari tahun ke tahun. Selain itu, situs ini juga dapat memberi informasi produk-produk unggulan yang masih bertahan hingga saat ini. Kumpulan iklan dari

merek ternama di seluruh dunia tersedia dalam situs ini dengan tema dan tahun yang berbeda.

3.4 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2008: 102), "Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Pada beberapa penelitian, instrumen penelitian yang akan digunakan sudah tersedia seperti akan mengukur suhu, maka instrumennya adalah *thermometer*. Berbeda dengan penelitian kualitatif, penelitian ini cenderung menjadikan peneliti sebagai instrumennya". Seperti pernyataan Sugiyono (2009: 105) bahwa, dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan *key instruments*.

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini berupa tabel penggolongan tanda verbal dan nonverbal. Analisis data dalam penelitian ini berdasarkan model semiotik Charles Sander Peirce yang memiliki unsur representasi (tanda), objek, dan interpretasi pada makna ikon, indeks, dan simbol dari iklan audio visual produk makanan berbahasa Perancis. Oleh karena itu, peneliti membuat instrumen penelitian seperti berikut.

Tabel 3.1
Penggolongan Tanda Verbal dan Nonverbal

Unit Terteliti	Representasi	Objek	Interpretasi	Makna
----------------	--------------	-------	--------------	-------

Tanda Verbal (<i>Kata yang terlihat, Kata yang terdengar, Musik</i>)				- Ikon - Indeks - Simbol
Tanda Nonverbal (<i>Gambar, Warna, Pergerakan</i>)				- Ikon - Indeks - Simbol

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah salah satu bagian terpenting dalam melakukan sebuah penelitian. Karena tujuan utama dalam sebuah penelitian adalah untuk mendapatkan data-data yang memenuhi standar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Menurut Sugiyono (2011: 309), ada empat macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan/triangulasi.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.5.1 Studi Pustaka

Studi Pustaka ini dilakukan dengan mempelajari dan memahami buku-buku yang berhubungan dengan analisis penelitian ini, yaitu analisis semiotik iklan audio visual produk makanan berbahasa Perancis serta mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian.

3.5.2 Studi Dokumentasi

Apriyanti Wulandari, 2015
Analisis semiotik iklan audio visual produk makanan berbahasa Perancis pada situs
www.culturepub.fr
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Studi dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan penelitian berupa dokumen. “Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu” (Sugiyono, 2011: 329). Sebuah dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, ataupun karya seni lainnya. Sebagai contoh dokumen tulisan adalah catatan harian, biografi, peraturan. Sedangkan dokumen yang berbentuk gambar dapat berupa foto, gambar hidup (video), sketsa, dan lain-lain.

3.6 Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengolah data yang tersedia secara sistematis. Pengolahan data tersebut menggunakan analisis model semiotik Charles Sander Peirce yang membagi elemen tanda menjadi tiga bagian, yaitu representamen, objek, dan interpretan. Sebelum menjabarkan makna tanda, maka peneliti akan mengkaji terlebih dahulu unsur-unsur tanda yang ada pada iklan audio visual tersebut. Tanda-tanda yang akan dikaji, yaitu:

1. Tanda Verbal

Menurut Pateda dalam Sobur (2009: 122), “Tanda verbal adalah tanda-tanda yang digunakan sebagai alat komunikasi yang dihasilkan oleh alat bicara”. Jadi, segala sesuatu yang berhubungan dengan kata-kata baik lisan maupun tulisan merupakan tanda verbal.

2. Tanda Nonverbal

“Komunikasi nonverbal adalah komunikasi tanpa bahasa atau kata, maka tanda nonverbal dapat diartikan semua tanda yang bukan kata-kata.” (Sobur, 2009: 122). Jadi, tanda nonverbal adalah segala sesuatu bentuk komunikasi yang dilakukan tanpa menggunakan bahasa atau kata-kata. Yang termasuk dalam tanda nonverbal adalah:

1. Bahasa Tubuh
2. Warna

Kemudian, setelah mengkaji tanda-tanda yang terdapat pada iklan audio visual, peneliti menentukan makna yang terkandung di dalamnya berdasarkan ikon, indeks, dan simbol. Seperti yang dikemukakan oleh Wibowo (2013: 19) pada tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2
Jenis Tanda dan Cara kerjanya

Jenis Tanda	Ditandai dengan	Contoh	Cara Menginterpretasi
Ikon	<ul style="list-style-type: none"> - Persamaan (Kesamaan) - Kemiripan 	<ul style="list-style-type: none"> - Gambar - Foto - Patung 	Dilihat
Indeks	<ul style="list-style-type: none"> - Hubungan sebab akibat - Keterkaitan 	<ul style="list-style-type: none"> - Asap → api - Gejala → penyakit 	Diperkirakan
Simbol	<ul style="list-style-type: none"> - Konvensi atau - Kesepakatan social 	<ul style="list-style-type: none"> - Kata-kata - Isyarat 	Dipelajari

Sumber: Wibowo (2013: 19)

3.7 Prosedur Penelitian

Dalam pengelolaan data, langkah-langkah yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan seluruh iklan audio visual yang terdapat pada situs *www.culturepub.fr* pada bulan Januari – Juni 2014.
2. Mengklasifikasikan iklan sesuai dengan tema produk makanan dan berbahasa Perancis.
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 audio visual.