

BAB III

METODE PENELITIAN

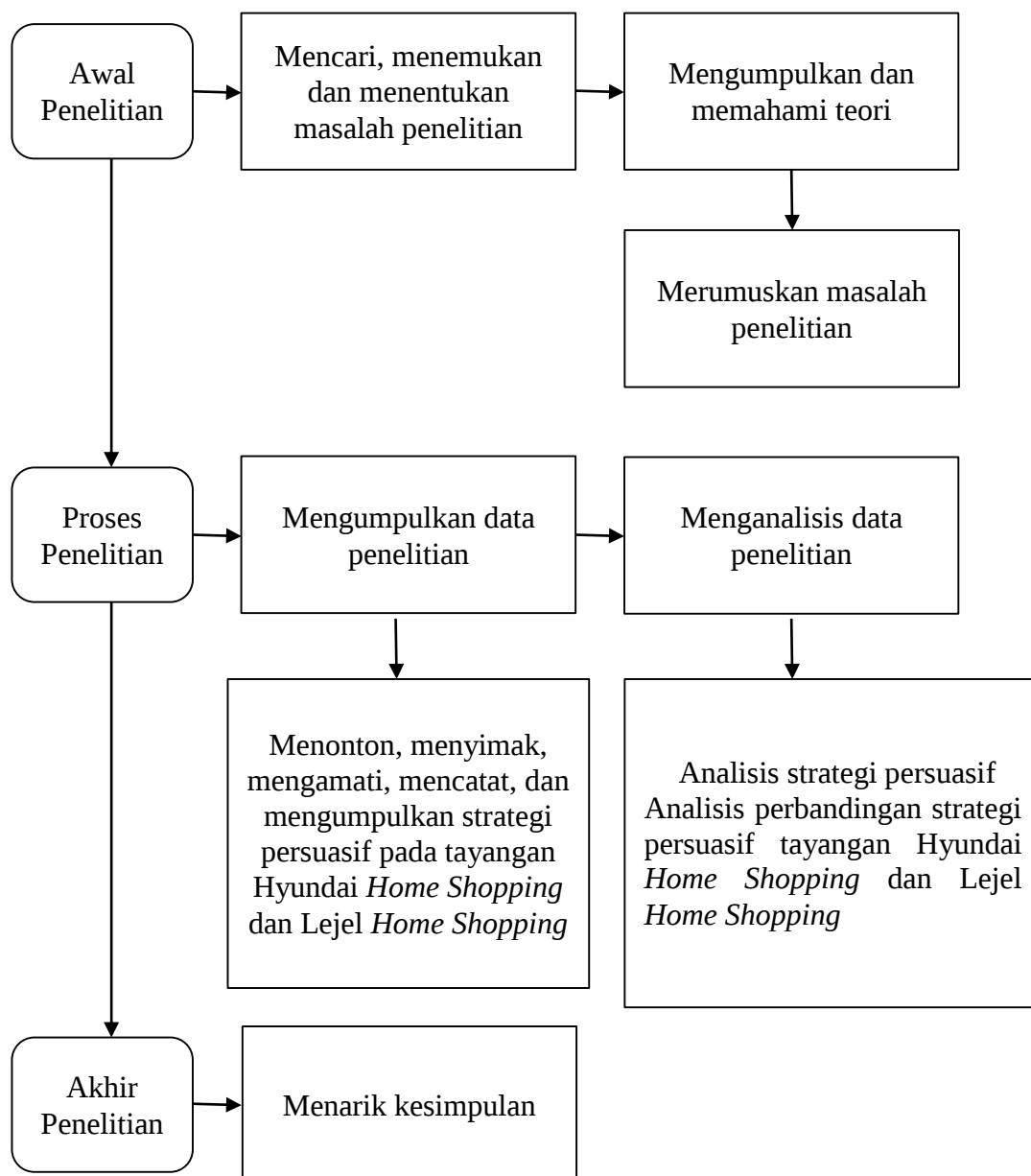
Dalam bab III ini dibahas mengenai desain penelitian, data dan sumber data, pengumpulan data, dan analisis data.

3.1 Desain Penelitian

Dalam sebuah penelitian diperlukan sebuah metode yang akan digunakan untuk merencanakan dan merancang tindakan yang akan dilakukan. Desain penelitian merupakan sebuah rancangan dalam penelitian yang akan digunakan oleh peneliti dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian ditujukan sebagai pegangan atau pedoman yang jelas dan terstruktur bagi peneliti selama penelitiannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Moelong (2014) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang ditujukan untuk memahami suatu fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, tindakan, motivasi, dan lain sebagainya, dengan cara deskriptif berbentuk bahasa dan kata-kata pada konteks khusus secara alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Kemudian menurut Endraswara (2013, hlm. 176) metode deskriptif kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan data penelitian melalui kata - kata.

Berdasarkan pernyataan di atas, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif karena bertujuan untuk mendeskripsikan hasil perbandingan analisis strategi persuasif pada tayangan Hyundai *Home Shopping* Korea Selatan dan Lejel *Home Shopping* Indonesia tanpa mengubah, maupun memanipulasi objek.

Metode penelitian deskriptif kualitatif memiliki tiga tujuan diantaranya yaitu mendeskripsikan masalah, menjelaskan masalah yang ditemukan, dan memvalidasi temuan yang didapatkan dari sebuah penelitian. Adapun desain penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Desain Penelitian

3.2 Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data berupa tuturan para presenter pada tayangan *Hyundai Home Shopping* berbahasa Korea dan *Lejel Home Shopping* berbahasa Indonesia yang mengandung strategi persuasif. Sumber data pada penelitian yaitu

3 tayangan infomercial dari tiap *home shopping* yang merupakan produk rumah tangga dengan durasi 15-20 menit pertayangannya, yaitu:

1. Produk Hyundai: 빈블랑 뉴폴딩성반 Vigne Blanc (Rak Lipat)
2. Produk Hyundai: 메종노아 Maison Noah (Sprei)
3. Produk Hyundai: 스텐 사각트레이 Stainless Steel (Baki)
4. Produk Lejel: Intex Kasur Angin (Kasur)
5. Produk Lejel: Neochef Pan Set Made in Korea (Pan Set)
6. Produk Lejel: Raket Ling Mei

Tabel 3. 1 Sumber Data Penelitian

Cuplikan	Tanggal	Judul	Durasi	Situs Akses
	2024	현대홈쇼핑 + 선반 방송 with 이다솜, 김옥진 쇼호스트 빈블랑 뉴폴딩성반	13:20 menit	https://youtu.be/x2JanahtC0Y?si=RVWgUuIW8i638iYt
	2024	현대홈쇼핑 + 주방용품 방송 with 이다솜, 이경은 쇼호스트 바겐슈타이거 스텐 사각트레이 방송분	15:11 menit	https://youtu.be/fdffFI39LYY?si=mlZXWsDwb3S8NZTO
	2024	현대홈쇼핑 + 침구 방송 with 이다솜, 서은경 쇼호스트 메종노아 (Maison Noah) 가든 플란넬 차렵 침구 방송분	14:59 menit	https://youtu.be/6vyoOhznG_E?si=NNJpnX83r5VMyiBF
	2024	Intex Kasur Hanya 600ribuan 1 Paket Isi 5pcs	20:19 menit	https://youtu.be/Eahu3dUIds8?si=gxt_Stu0EYaXM2bI

Cuplikan	Tanggal	Judul	Durasi	Situs Akses
	2024	NeoChef Pan Set Made in Korea	15:10 menit	https://youtu.be/ttpk2YAZl-4?si=jTJTLTfappVsKlX9
	2023	Salam Sehat Bersama Ling Mei Profesional Raket Badminton	16:26 menit	https://youtu.be/4H0MCJbwCIw?si=Rtu72WYmt-Lf6cnb

3.3 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik simak dan teknik catat. Peneliti akan menyimak dan mengamati tayangan *Hyundai Home Shopping* dan *Lejel Home Shopping* melalui *youtube*, saat pengamatan berlangsung peneliti melakukan pengamatan dengan kefokusian dan ketelatenan agar mendapatkan data yang akurat untuk melakukan penelitian mengenai strategi persuasif. Setelah itu peneliti akan mencatat data percakapan *Hyundai Home Shopping* Korea Selatan dan *Lejel Home Shopping* Indonesia yang mengandung strategi persuasif.

3.4 Analisis Data

Untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian perlu dilakukan sebuah analisis data. Analisis data dapat berbentuk keterangan-keterangan yang berasal dari studi kepustakaan. Langkah-langkah yang akan peneliti lakukan dalam menganalisis data yaitu: Langkah pertama, peneliti akan mengumpulkan data berupa tayangan tayangan *Hyundai Home Shopping* yang berbahasa Korea dan *Lejel Home Shopping* yang berbahasa Indonesia, Kemudian peneliti akan mencatat tuturan *show host* yang mengandung strategi persuasif. Selanjutnya mencari persamaan dan

perbedaan data tersebut. Langkah selanjutnya setelah menemukan perbedaan dan persamaan, hasil tersebut ditulis dalam bentuk laporan.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2020, hlm. 132) diantaranya pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan menarik kesimpulan (*conclusion drawing/verification*).

3.4.1 Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pada penelitian ini, proses pengumpulan data menggunakan teknik simak dan teknik mencatat. Peneliti akan menyimak dengan cara menonton video tayangan *Hyundai Home Shopping* Korea dan *Lejel Home Shopping* Indonesia di Youtube lalu membuat transkrip percakapan yang terjadi selama tayangan berlangsung. Setelah data diidentifikasi, langkah berikutnya yaitu menuangkan seluruh data yang didapat menggunakan teknik mencatat ke dalam kartu data yang telah disediakan. Analisis makna pada setiap tuturan yang ditemukan strategi persuasif mengacu pada teori strategi dari Jeon (2007) yaitu dengan cara mengamati alur atau pola penyampaian dan mempertimbangkan setiap aspek yang membangun makna persuasif tersebut.

Berikut ini adalah contoh tabel kartu data yang akan dibuat oleh penulis:

Tabel 3. 2

Tuturan persuasif pada tayangan Hyundai Home Shopping

No. Data	Tuturan Persuasif	Konteks
1.	8 주변 구매하시는 것 보다 한 번에 16 쪽 무력 7 만원이 아껴 가실 수가 있겠고요.	Host live menyebutkan harga diskon saat siaran langsung

	[Daripada membeli paket 8 minggu, Anda bisa menghemat 70.000 won untuk 16 paket sekaligus.]	
2.	...	
3.	...	

Tabel 3. 3

Tuturan persuasif pada tayangan Lejel Home Shopping

No. Data	Tuturan Persuasif	Konteks
1.	Dari harga 1,1 juta pemirsa, jadi cuman 600ribu untuk SSHIK kalau anda pesannya sekarang	Harga beli yang ditawarkan saat siaran berlangsung
...	...	...

3.4.2 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas dari data yang didapat pada proses pengumpulan data. Pada tahapan ini data akan dipilih, difokuskan, dan dirangkum (Sugiyono, 2020, hlm. 135). Pada tahap ini, peneliti akan memilah, menyederhanakan, dan mentransformasikan data tuturan yang mengandung strategi persuasif yang ditemukan dalam tayangan iklan infomercial Hyundai Home Shopping Korea dan Lejel Home Shopping Indonesia ke dalam tabel. Kemudian akan dijelaskan dalam bentuk narasi, grafik, atau matriks.

Tabel 3.4
Ringkasan Strategi Persuasif pada Infomercial X

No Data	Strategi Persuasif	Konteks
1	Speaker-oriented	<i>Host melakukan ...</i>
2	Listener-oriented	<i>Host melakukan ...</i>
3	Message-oriented	<i>Host melakukan ...</i>
...		
...		

3.4.3 Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka tahapan selanjutnya yaitu penyajian data (*data display*). Menurut Miles dan Huberman dalam Ahmad (2021, hlm. 106) menyatakan bahwa suatu penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan atau pengambilan tindakan. Pada tahapan ini, analisis data mengenai distribusi strategi dan teknik persuasif yang telah dianalisis dengan teori Jeon (2007) disajikan dalam bentuk tabel terlebih dahulu. Kemudian akan dijelaskan dalam bentuk narasi, grafik, atau matriks.

Tabel 3. 6
Distribusi Strategi Persuasif pada tayangan Home Shopping

No.	Strategi Persuasif	Frekuensi	Persentase
1	<i>The speaker-oriented strategy</i>		
2	<i>The listener-oriented strategy</i>		
3	<i>The message-oriented strategy</i>	1	..%
Jumlah		1	

3.4.4 Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Tahapan keempat dari penelitian ini yaitu menarik sebuah kesimpulan dari keseluruhan proses analisis data yang telah dilakukan. Kesimpulan ini disajikan dalam bentuk narasi yang mencakup keseluruhan hasil analisis secara singkat. Pada tahap ini, penulis akan menarik sebuah kesimpulan dari hasil menganalisis data yang telah ditemukan pada tayangan Hyundai *Home Shopping* Korea Selatan dan Lejel *Home Shopping* Indonesia dengan di deskripsikan secara singkat, padat, dan dapat mudah dipahami serta mencakup jawaban seluruh rumusan masalah pada penelitian yang akan dilakukan ini. Kemudian peneliti akan melakukan verifikasi data strategi persuasif yang ditemukan dengan menggunakan triangulasi sumber data yaitu dengan mengumpulkan lebih beragam rujukan lalu membandingkan dengan penelitian strategi persuasif lainnya.

3.5 Uji Keabsahan Data (*Validitas*)

Uji keabsahan data (*validitas*) penting dalam penelitian karena untuk membuktikan kebenaran bahwa data yang sudah diteliti dapat dipertanggungjawabkan dari segala segi. Dalam penelitian ini, menggunakan pengujian keabsahan *validitas* dengan bantuan pendapat ahli (*expert judgment*) sesuai dengan bidangnya. Dalam penelitian ini peneliti akan meminta bantuan kepada Ibu Asma Azizah S.S., M.A. untuk menelaah apakah penelitian mengenai perbandingan strategi persuasif dalam tayangan Hyundai *Home Shopping* Korea Selatan dan Lejel *Home Shopping* Indonesia yang dilakukan telah sesuai dengan teori yang digunakan.