

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam sebuah penelitian, metodologi penelitian memiliki peran yang sangat penting. Karena dengan adanya metodologi penelitian, hasil penelitian yang dilakukan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan tentang metodologi pada penelitian yang dilakukan, diantaranya yaitu metode dan desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan prosedur penelitian.

#### **3.1 Metode dan Desain Penelitian**

##### **3.1.1 Metode Penelitian**

Sugiyono (2012: 2) mengungkapkan bahwa "metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Untuk mendapatkan hasil penelitian yang sesuai dengan harapan, maka diperlukan sebuah metode penelitian yang tepat. Dalam hal ini, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode deskriptif. Setiadi (2010: 10) menyatakan bahwa:

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang dan dilakukan untuk mengumpulkan informasi tentang suatu fenomena yang terjadi pada saat penelitian dilaksanakan dan sifat penelitian ini yaitu menjabarkan, memotret segala permasalahan yang dijadikan pusat perhatian peneliti, kemudian dibebaskan apa adanya.

Dapat dikatakan bahwa metode deskriptif ini merupakan metode yang digunakan untuk menemukan jawaban dari suatu masalah yang ada saat penelitian dilakukan. Cara pemecahan masalah dalam metode ini yaitu dengan melakukan pengumpulan dan penyusunan data kemudian data tersebut dianalisa dan diinterpretasikan untuk mengetahui arti data tersebut. Hal tersebut sesuai dengan ciri-

**Diah Ismiati, 2015**

***ANALISIS TINDAK TUTUR IMPERATIF DALAM TEKS IKLAN PADA MAJALAH ONLINE LA GAZETTE DE COTE-D'OR EDISI BULAN JANUARI - MARET 2014***

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

ciri metode deskriptif yang dikemukakan oleh Surakhmad (1982: 140) yakni bahwa metode deskriptif itu:

1. Memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, pada masalah-masalah yang aktual.
2. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisa.

Yang menjadi perhatian dalam penelitian deskriptif adalah data-data berupa gambar dan kata-kata. Seperti yang dikemukakan oleh Ratna (2010: 53) bahwa "metode deskriptif analisis adalah metode yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan fakta-fakta yang kemudian disusul dengan analisis". Berdasarkan penjelasan tersebut, metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif analisis. Di mana metode ini digunakan untuk menganalisis dan mendeskripsikan tindak tutur imperatif yang terdapat dalam teks iklan pada majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari sampai bulan Maret 2014, dengan tujuan untuk menemukan jawaban atas pertanyaan penelitian.

### 3.1.2 Desain Penelitian

Kerlinger (2004: 483) memaknai desain penelitian sebagai "rencana dan struktur penyelidikan yang disusun sedemikian rupa sehingga peneliti akan dapat memperoleh jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan penelitian". Jadi, desain penelitian merupakan salah satu hal yang penting dalam metodologi penelitian karena dengan adanya desain penelitian akan memudahkan peneliti untuk menemukan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan penelitian. Rencana dalam penelitian merupakan sebuah bagan yang mencakup program penelitian.

Kerlinger (2004: 484) mengungkapkan bahwa desain penelitian memiliki dua maksud atau kegunaan, yaitu:

1. Menyediakan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian, dan
2. Mengontrol atau mengendalikan varian.

Adanya desain dalam sebuah penelitian yaitu untuk membantu peneliti menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dan mengendalikan varian eksperimen.

Diah Ismiati, 2015

**ANALISIS TINDAK TUTUR IMPERATIF DALAM TEKS IKLAN PADA MAJALAH ONLINE LA GAZETTE DE COTE-D'OR EDISI BULAN JANUARI - MARET 2014**

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

Selain itu, Surakhmad (1982: 147) memaknai metode deskriptif sebagai "metode yang digunakan untuk memecahkan masalah yang aktual, dengan jalan mengumpulkan data, menyusun atau mengklasifikasikannya, menganalisa dan menginterpretasinya".

Sejalan dengan pemaparan di atas, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan desain penelitian deskriptif analisis yang bertujuan untuk menjelaskan fakta-fakta yang ditemukan secara tepat serta untuk menjawab pertanyaan dari suatu permasalahan penelitian yang kemudian jawaban permasalahan penelitian tersebut dideskripsikan secara apa adanya.

## **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

### **3.2.1 Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2012: 80), "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Jadi populasi adalah keseluruhan dari subjek atau objek dalam sebuah penelitian yang mempunyai karakteristik tertentu.

Merujuk pada pengertian tentang populasi di atas, maka yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah semua iklan pada majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari sampai bulan Maret 2014 yang mengandung tindak tutur imperatif di dalamnya. Jumlah keseluruhan iklan yang dijadikan populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 44 iklan dengan beragam tema.

### **3.2.2 Sampel Penelitian**

Sampel menurut Sugiyono (2012: 81) adalah "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sementara itu, Surakhmad (1982: 93) memaknai sampel sebagai "sebahagian dari populasi". Mengacu pada kedua pengertian tersebut, maka sampel yang diambil dalam sebuah penelitian haruslah representatif yang dapat mewakili populasi.

Diah Ismiati, 2015

**ANALISIS TINDAK TUTUR IMPERATIF DALAM TEKS IKLAN PADA MAJALAH ONLINE LA GAZETTE DE COTE-D'OR EDISI BULAN JANUARI - MARET 2014**

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

Dalam penelitian ini, sampel yang akan digunakan berupa data, yaitu teks iklan pada majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari sampai bulan Maret 2014 yang mengandung tindak tutur imperatif di dalamnya dengan berbagai tema yang berbeda-beda. Sebanyak 22 iklan dijadikan sampel dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu *sampling purposive*. Di mana penentuan pengambilan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada berbagai pertimbangan seperti keterbatasan kemampuan dari peneliti dan terbatasnya waktu dalam penelitian.

### 3.3 Definisi Operasional

Di dalam penelitian ini ada beberapa istilah-istilah umum yang digunakan. Agar tidak terjadi salah penafsiran terhadap istilah-istilah tersebut, maka peneliti membatasi definisi operasional dalam penelitian ini, di antaranya adalah sebagai berikut:

#### 1. Analisis

”Analisis adalah suatu tindakan/usaha untuk menarik kesimpulan dari data hasil eksperimen”, Suwanda (2011: 2). Sementara itu, menurut Suharso dan Retnoningsih (2011: 37), analisis adalah ”penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab, musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya)”.

Analisis dalam penelitian ini yaitu untuk menyelidiki dan mendeskripsikan serta menarik kesimpulan dari data penelitian berupa tindak tutur imperatif yang terdapat dalam teks iklan pada majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari sampai bulan Maret 2014.

#### 2. Tindak Tutur Imperatif

Tindak tutur imperatif adalah tuturan memerintah dan meminta agar mitra tutur melakukan sesuatu sebagaimana diinginkan oleh penutur, Rahardi dalam Fitriyanti (2009: 15).

Diah Ismiati, 2015

**ANALISIS TINDAK TUTUR IMPERATIF DALAM TEKS IKLAN PADA MAJALAH ONLINE LA GAZETTE DE COTE-D'OR EDISI BULAN JANUARI - MARET 2014**

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

Tindak tutur imperatif dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tuturan atau sebagai ungkapan pikiran yang mengandung perintah agar mitra tutur melakukan tindakan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh penutur. Dalam hal ini tuturan berupa teks yang berisi kalimat imperatif yang dibuat oleh penulis atau pembuat iklan dengan tujuan untuk menarik perhatian calon konsumen untuk membeli produknya.

### **3. Teks**

”Teks yaitu kata-kata asli dari pengarangnya; kutipan dari kitab suci untuk pangkal ajaran atau dalih alasan; sesuatu yang tertulis untuk dasar member pelajaran atau berpidato dan sebagainya”, Suharso dan Retnoningsih (2011: 543).

Definisi teks iklan dalam penelitian ini yaitu berupa slogan atau jargon yang merupakan kalimat perintah dalam iklan yang terdapat di majalah *online La Gazette de Côte-d’Or* edisi bulan Januari sampai bulan Maret 2014.

### **4. Iklan**

Iklan adalah alat pemasaran yang penting yang membantu mengkreasi kesadaran konsumen akan *brand (brand awareness)* dan loyalitas serta merangsang permintaan, Ibrahim (2007: 127).

Iklan dalam penelitian ini merupakan iklan dua dimensi atau iklan gambar yang terdapat dalam majalah *online La Gazette de Côte-d’Or* edisi bulan Januari sampai bulan Maret 2014.

### **5. Majalah *La Gazette de Côte-d’Or***

*La Gazette de Côte-d’Or* merupakan sebuah majalah online mingguan berbahasa Perancis yang diterbitkan di daerah Bourgogne setiap hari kamis. Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas tindak tutur imperatif dalam teks iklan yang terdapat dalam majalah *online La Gazette de Côte-d’Or* edisi bulan Januari sampai bulan Maret 2014.

### 3.4 Instrumen Penelitian

Dalam sebuah penelitian dibutuhkan sebuah alat ukur yang dapat diuji kebenarannya, alat ukur dalam sebuah penelitian biasa disebut dengan instrument penelitian. "Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati", Sugiyono (2012: 102).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa tabel deskripsi klasifikasi data yang berfungsi untuk mendeskripsikan dan menjabarkan pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini yang berkaitan dengan tindak tutur imperatif dalam teks iklan pada majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari sampai bulan Maret 2014. Berikut tabel deskripsi klasifikasi data yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

**Tabel Deskripsi Klasifikasi Data**

No	Sumber Data	Iklan	Tuturan	Konteks Tuturan	Jenis Tindak Tutur Imperatif

**Tabel 3.1**

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012: 224), "teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data".

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data tentang tindak tutur imperatif dalam teks iklan pada majalah *online*

Diah Ismiati, 2015

**ANALISIS TINDAK TUTUR IMPERATIF DALAM TEKS IKLAN PADA MAJALAH ONLINE LA GAZETTE DE COTE-D'OR EDISI BULAN JANUARI - MARET 2014**

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

*La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari sampai bulan Maret 2014. Adapun teknik penelitian yang peneliti lakukan dalam pengumpulan data ini yaitu studi pustaka dan studi dokumentasi (iklan pada majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari – Maret 2014). Berikut teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

### **3.5.1 Studi Pustaka**

Studi pustaka yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan mengkaji buku-buku yang dijadikan sebagai sumber informasi dalam penelitian dan teori-teori yang sesuai untuk menjelaskan teori tindak tutur imperatif dalam teks iklan.

### **3.5.2 Studi Dokumentasi**

”Studi dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya”, Arikunto (2006: 231).

Studi dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan mencari data mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan seperti majalah, buku, catatan, dan sumber lainnya.

## **3.6 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan tindak tutur imperatif yang terdapat dalam teks iklan yang didasarkan pada teori tindak tutur imperatif menurut Rahardi (2009), yaitu:

1. Tindak tutur imperatif ajakan
2. Tindak tutur imperatif permintaan
3. Tindak tutur imperatif anjuran
4. Tindak tutur imperatif imbauan
5. Tindak tutur imperatif suruhan

### 3.7 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian adalah tahapan-tahapan dalam penelitian. Berikut akan dijelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Mengumpulkan iklan dengan beragam tema yang mengandung tindak tutur imperatif di dalamnya pada majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari sampai bulan Maret 2014.
2. Memilih sampel iklan yaitu sebanyak 22 iklan dengan beragam tema yang mengandung tindak tutur imperatif di dalamnya pada majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari sampai bulan Maret 2014.
3. Memberikan pemaparan tentang teori-teori yang berkaitan dengan tindak tutur imperatif dalam teks iklan.
4. Menganalisis tindak tutur imperatif dalam teks iklan dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Rahardi (2009).
5. Menyimpulkan hasil analisis tindak tutur imperatif dalam teks iklan pada majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari sampai bulan Maret 2014.