

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang gaya bahasa yang muncul dan fungsinya serta jenis kosakata yang menonjol dalam iklan media online pada portal web yahoo.co.jp. Berdasarkan hal tersebut, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan. Mengenai penelitian deskriptif, Djajasudarma (1993, hlm. 8), menyatakan bahwa penelitian deskriptif, yaitu membuat gambaran, lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai data, sifat-sifat serta hubungan fenomena yang diteliti.

Djajasudarma (1993, hlm. 10) menjelaskan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa data tertulis atau lisan dari masyarakat. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan, penelitian kualitatif menghasilkan deskriptif data, kemudian deskriptif data tersebut digali hingga mendapatkan hipotesis yang konsisten.

Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan memperoleh data akurat sehingga metode penelitian ini akan membantu memecahkan masalah dalam pemahaman gaya bahasa dan bahasa iklan serta kosakata bahasa Jepang yang ada saat ini secara lebih jelas. Menurut Nazir (1988, hlm. 63) metode deskriptif ialah suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antara masalah yang diteliti. Metode ini digunakan untuk memecahkan masalah terhadap suatu objek dengan cara mengumpulkan data, menyusun dan mengklarifikasi, serta menganalisis.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 iklan yang berbentuk gambar beserta wacana di dalamnya yaitu produk barang dan jasa yang diunduh secara acak dan dapat diakses melalui situs yahoo.co.jp.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah lima puluh iklan barang dan jasa pada media online di yahoo.co.jp yang diambil dari bulan Januari-Juni tahun 2019. Yahoo.co.jp merupakan media online berupa portal web yang didirikan oleh Yahoo! Amerika dan perusahaan Jepang bernama SoftBank. Objek penelitian ini adalah gaya bahasa dan jenis kosakata yang muncul dalam iklan media online berbahasa Jepang di yahoo.co.jp. Iklan-iklan tersebut akan dianalisis dalam penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah pertama yaitu analisis penggunaan gaya bahasa dalam iklan media online berbahasa Jepang yang telah dikategorikan masing-masing.

3.3 Instrumen Penelitian

Dalam sebuah penelitian, data penelitian merupakan sejumlah informasi yang penting untuk menjawab prosedur penelitian. Instrumen ialah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif (Sutedi, 2005, hlm. 36).

Instrumen dalam penelitian kualitatif ini adalah penulis sendiri (*human instrument*) dan studi literatur. Penulis dalam penelitian kualitatif merupakan orang yang membuka kunci, menelaah dan mengeksplorasi seluruh ruang cermat, tertib, dan leluasa, dan bahkan ada yang menyebutnya sebagai *key instrument* (Satori, 2010, hlm. 61).

Nasution (dalam Satori, 2010, hlm. 62) menegaskan bahwa hanya manusia sebagai instrumen yang dapat memahami makna interaksi antarmanusia, membaca gerak muka, menyelami perasaan dan nilai yang terkandung dalam ucapan atau perbuatan responden.

Sutedi (2011: hlm, 155) mengemukakan, instrumen penelitian yaitu alat yang digunakan untuk mengumpulkan atau menyediakan berbagai data yang diperlukan dalam kegiatan penelitian. Untuk memperoleh data sumber, penulis membutuhkan instrumen untuk mengolah informasi penting sehingga masalah yang diteliti dapat terpecahkan. Dalam penelitian pendidikan, secara garis

besar instrumen penelitian bisa digolongkan menjadi dua, yaitu instrumen yang berbentuk tes dan non-tes. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk non-tes yaitu berupa format data dan pencetak gambar serta studi literatur, yaitu mencari dan mengumpulkan buku-buku yang menjadi referensi dan literatur yang relevan tentang gaya bahasa dan jenis kosakata pada iklan media online berbahasa Jepang.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan proses persiapan dan mengumpulkan data (Mahsun, 2005, hlm. 6). Pengumpulan data dilakukan untuk mendapat informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi dan teknik catat. Teknik catat merupakan pencatatan terhadap data dilanjutkan dengan klasifikasi data dengan alat tulis. Data yang diperoleh dalam bentuk tulisan maka harus dibaca serta hal-hal yang penting dicatat dengan maksud untuk mencari data yang relevan dan sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian.

Langkah yang dilakukan adalah dengan membaca dengan teliti wacana iklan yang terdapat dalam iklan barang dan jasa, menandai, menyimpan gambar iklan tersebut dan mencatat gaya bahasa yang terdapat dalam wacana tersebut baik berupa kalimat maupun hanya berupa kata, mengelompokkan gaya bahasa tersebut berdasarkan jenisnya. Kemudian langkah yang dilakukan dalam mengumpulkan data kosakata adalah dengan membaca dengan teliti wacana iklan yang berupa kalimat maupun kata yang terdapat dalam iklan barang dan jasa, kemudian menandai kosakata yang menonjol atau sering muncul dalam iklan media online di yahoo.co.jp.

Selanjutnya yaitu studi kepustakaan, yaitu mengumpulkan data-data yang relevan dengan penelitian dari berbagai sumber kemudian disusun, dianalisis, dan ditarik kesimpulan untuk menjawab masalah tersebut. Studi kepustakaan penelitian ini berasal dari buku-buku atau artikel dan sumber tertulis lainnya mengenai gaya bahasa dan jenis kosakata dalam bahasa Jepang. Penulis melakukan studi pustaka dengan mengkaji teori-teori yang relevan dengan

tema penelitian, sehingga penelitian ini terarah dan mempunyai dasar teori yang kuat.

Adapun dalam pengumpulan data, yang menjadi referensi bagi penelitian ini yaitu :

1. Iklan-iklan yang terdapat pada portal web yang diambil dari situs yahoo.co.jp.
2. Buku-buku sumber mengenai linguistik, metode penelitian, gaya bahasa, bahasa iklan, jenis kosakata baik dalam bahasa Indonesia maupun Jepang.
3. Karya tulis terdahulu.

3.5 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen dalam penelitian kualitatif ini adalah penulis sendiri (human instrument). Penulis dalam penelitian kualitatif merupakan orang yang membuka kunci, menelaah dan mengeksplorasi seluruh ruang secara cermat, tertib, dan leluasa, dan bahkan ada yang menyebutnya sebagai *key instrument* (Satori, 2010, hlm. 61).

Nasution (dalam Satori, 2010, hlm. 62) menegaskan bahwa hanya manusia sebagai instrumen yang dapat memahami makna interaksi antarmanusia, membaca gerak muka, menyelami perasaan dan nilai yang terkandung dalam ucapan atau perbuatan responden.

Untuk mencatat data penelitian, penulis menggunakan tabel data yang digunakan sebagai alat untuk mencatat data berupa kalimat pada wacana iklan barang dan jasa dalam media online di portal web yahoo.co.jp.

3.6 Metode Analisis Data

Untuk menganalisis data pada penelitian ini, dilakukan dengan teknik deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis konten yang mengkaji wacana iklan sebagai sarana untuk mengungkapkan gaya bahasa dan kosakata yang menonjol.

Teknik deskriptif kualitatif digunakan karena data-data dalam penelitian ini berupa wacana, sehingga merupakan data kualitatif. Dalam metode analisis konten, data harus merupakan informasi yang tepat. Artinya dapat mengandung

hubungan antara sumber informasi dan bentuk-bentuk simbolik yang asli pada satu sisi dan di sisi lain pada teori-teori model dan pengetahuan mengenai konteks data (Zuchdi, 1993, hlm. 29). Langkah-langkah metode analisis konten adalah sebagai berikut.

1. Tahap induksi komparasi, yaitu melakukan pemahaman dan penafsiran antardata, kemudian data-data tersebut diperbandingkan.
2. Tahap kategorisasi, yaitu mengelompokkan data-data yang telah dibandingkan tersebut berdasarkan jenis gaya bahasa dan kosakata yang menonjol atau sering muncul. Gaya bahasa dikelompokkan berdasarkan jenis gaya bahasa pertentangan, gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa perulangan, dan gaya bahasa penegasan, sedangkan dalam kosakata, dikelompokkan berdasarkan kosakata yaitu *wago* (和語), *kango* (漢語), *gairaigo* (外来語), dan *roomaji*(ローマ字) yang terdapat dalam wacana iklan tersebut.
3. Tahap tabulasi, yaitu data-data yang menunjukkan indikasi tentang permasalahan yang diteliti, ditabulasikan sesuai kelompok yang telah dikategorikan.
4. Tahap pembuatan inferensi, yaitu dilakukan berdasarkan deskripsi tentang gaya bahasa dan kosakata yang menonjol yang telah disesuaikan dengan penguasaan konteks data.

