

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

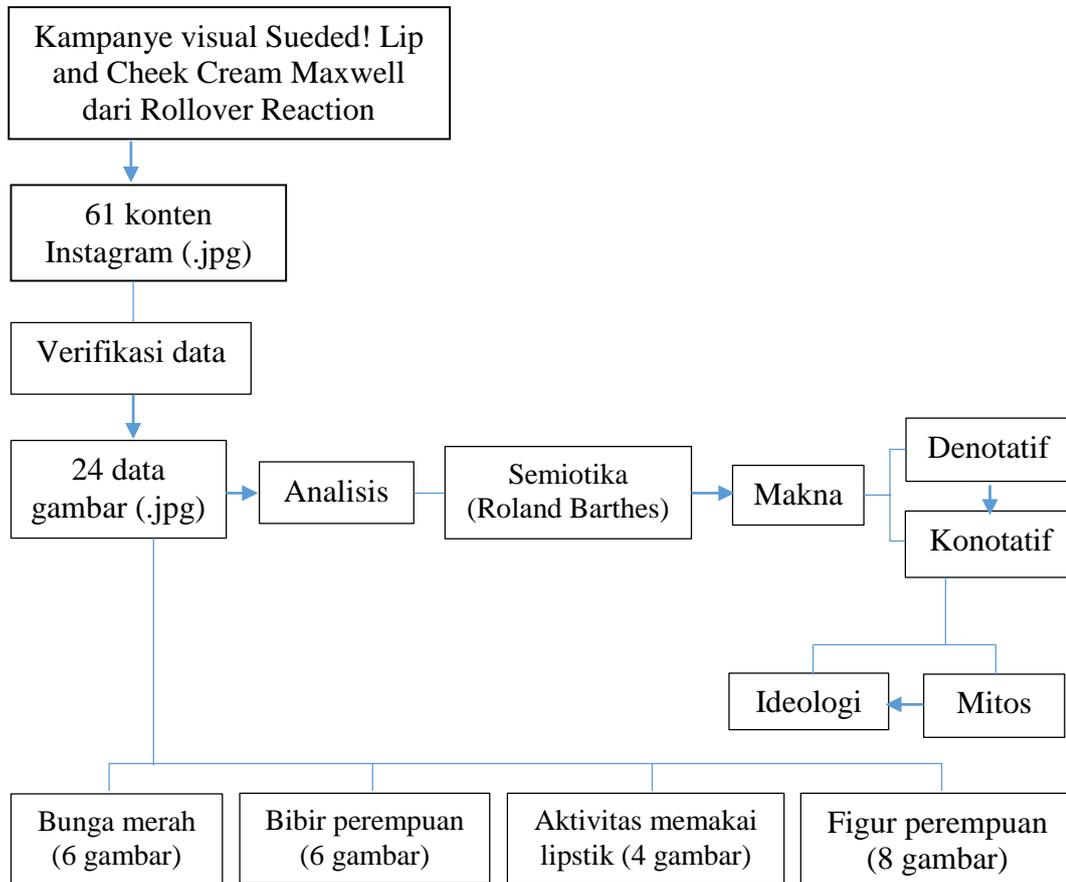
Sugiyono (2008) menjelaskan bahwa metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Berikut adalah penjelasan mengenai metode penelitian deskriptif menurut Nazir (2011, hlm. 54).

Metode penelitian deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2008), penelitian kualitatif didasarkan pada aliran filsafat postpositivisme, instrumen penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri, dan pengambilan data dalam penelitian kualitatif bersifat *purposive*. Menurut Sugiyono (2008), hasil penelitian kualitatif lebih menitikberatkan makna ketimbang generalisasi. Maka dari itu, pendekatan kualitatif cocok untuk digunakan dalam penelitian ini.

Adapun teori yang digunakan untuk analisis data adalah teori pertandaan dua tingkat denotasi dan konotasi. Pendekatan tersebut dipilih karena dalam penelitian ini, peneliti mencari makna-makna yang berhubungan dengan representasi femininitas dalam kampanye visual Maxwell. Sistem pertandaan dua tingkat milik Barthes yakni denotasi dan konotasi cocok untuk memaknai representasi femininitas dalam kampanye visual Maxwell.

3.2 Prosedur Penelitian



Bagan 3.1 Prosedur Penelitian.
Sumber: data pribadi, 2019

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tahapan-tahapan sebagai berikut.

1. Peneliti mengangkat tema femininitas untuk penelitian ini dan memilih kampanye kosmetik lipstik sebagai bahan penelitian. Kemudian, peneliti memilih kampanye visual kosmetik Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell oleh Rollover Reaction berdasarkan banyaknya unsur femininitas yang ditemukan secara visual serta latar belakang produk yang relevan dan menarik untuk dikaji lebih lanjut.
2. Peneliti mengumpulkan data berupa gambar-gambar yang merupakan konten kampanye visual Maxwell dari akun Instagram resmi Rollover Reaction di <https://instagram.com/rollover.reaction>. Format dari gambar-gambar tersebut adalah .jpg.

3. Peneliti mengelompokkan data berupa gambar-gambar tadi menjadi empat kategori untuk mempermudah proses penelitian.
4. Peneliti mengumpulkan informasi-informasi pendukung yang relevan dengan kosmetik Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell oleh Rollover Reaction. Informasi dikumpulkan melalui internet dan diambil dari berbagai situs, termasuk laman resmi Rollover Reaction di <https://rollover-reaction.com>.
5. Peneliti memahami makna denotatif dan konotatif kampanye visual Maxwell melalui elemen-elemen visual yang terkandung di dalamnya. Untuk memahami makna denotatif dan konotatif dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori semiotika Roland Barthes mengenai sistem pertandaan denotasi dan konotasi.
6. Peneliti menjabarkan kesimpulan dan saran.

3.3 Pengumpulan Data

Adapun data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dengan teknik studi dokumentasi.

3.3.1 Objek Penelitian

Rollover Reaction adalah merek kosmetik lokal Indonesia independen yang muncul ke publik tahun 2016. Dalam artikel daring majalah *Cosmopolitan* berjudul *Kisah Sukses Label Kosmetik Lokal, Rollover Reaction* yang bisa diakses melalui tautan <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/8/2018/14520/kisah-sukses-label-kosmetik-lokal-rollover-reaction>, dijelaskan bahwa Rollover Reaction digagas oleh empat orang perempuan yakni Tinanda Nabila, Dinar Ananda, Sarah Novia, dan Novianti Haryanto. Sebelum membentuk Rollover Reaction, empat perempuan yang berteman baik ini sudah memiliki kegemaran yang sama dalam dunia kecantikan termasuk kosmetik. Mereka memiliki kegelisahan yang sama yakni sulitnya mendapatkan produk kosmetik lokal yang berkualitas, kemudian menciptakan pemecahan masalah untuk hal tersebut yakni dengan mendirikan Rollover Reaction.

Produk pertama yang dirilis Rollover Reaction adalah Sueded! Lip & Cheek Cream yakni krim pewarna bibir multifungsi yang sekaligus bisa dijadikan perona

pipi dan kelopak mata. Sueded! Lip & Cheek Cream diperkenalkan ke publik dalam empat varian warna natural yang cocok untuk dipakai perempuan Indonesia: Saddle, Lizzy, Lucy, dan Prudence. Dengan memasarkan seri Sueded! Lip and Cheek Cream yang multifungsi dan memiliki konsep *branding* yang apik dengan kampanye visual yang menarik, debut Rollover Reaction di industri kecantikan nusantara menuai sukses dalam waktu singkat. Seri Sueded! Lip and Cheek Cream kemudian merilis warna edisi terbatas yang diberi nama Maxwell. Warna merah bata Maxwell yang cocok dikenakan oleh semua jenis warna kulit perempuan Indonesia dipilih dengan cermat oleh Putricaya atau Puchh, seorang *beauty influencer* ternama Indonesia yang sempat menjadi *managing editor* forum khusus perempuan *femaledaily* tahun 2014, dan dikemas dengan cantik dengan ilustrasi oleh Ykha Amelz, ilustrator merangkap desainer grafis. Dalam akun Instagramnya yakni <https://instagram.com/ykhaamelz>, Ykha Amelz kerap mengunggah portofolio karyanya yang beberapa diantaranya adalah kolaborasi dengan merek-merek produk kecantikan perempuan seperti Vaseline, Dove, dan SASC Cosmetics.

3.3.2 Unit Analisis

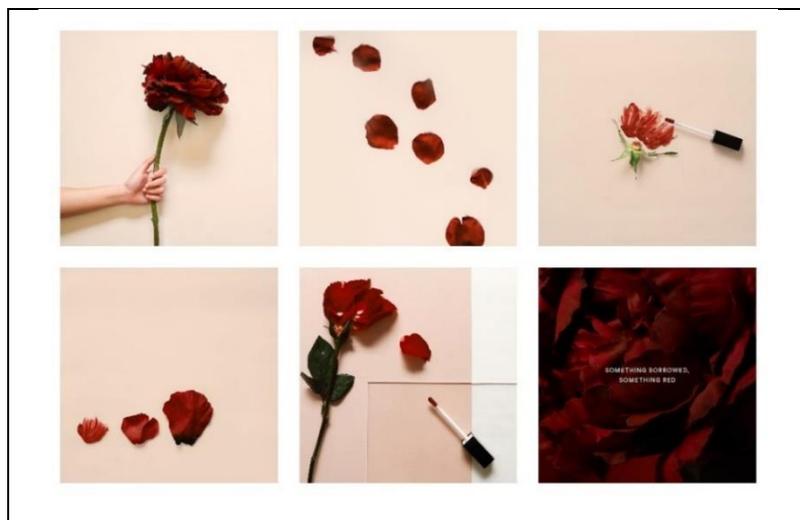
Peneliti mengumpulkan data berupa konten-konten kampanye visual Maxwell berupa gambar dari akun Instagram Rollover Reaction secara kronologis menurut edisi bulan rilis. Apabila dilihat secara kronologis, kampanye visual Maxwell terbagi menjadi beberapa edisi, yang pertama adalah edisi September 2016 dengan jumlah data sebanyak 3 gambar, yang kedua adalah edisi Mei 2017 dengan jumlah data sebanyak 12 gambar, yang ketiga adalah edisi Oktober 2017 dengan jumlah data sebanyak 18 gambar, dan yang keempat adalah edisi Januari 2019 dengan jumlah data sebanyak 28 gambar. Keseluruhan data yang peneliti dapatkan dari Instagram Rollover Reaction berjumlah 61 gambar. Keseluruhan data gambar yang didapatkan dari akun Instagram Rollover Reaction peneliti lampirkan pada bagian lampiran.

3.4 Analisis Data

3.4.1 Tahap Pemilihan Data

Setelah mendapatkan data sebanyak 61 gambar, peneliti kemudian mereduksi data tersebut menjadi 24 gambar dan mengelompokkannya menjadi 4

kategori. Pembagian kategori didasarkan kepada tanda-tanda dominan yang merepresentasikan femininitas dan bertujuan untuk mempermudah proses analisis. Kategori yang pertama adalah gambar-gambar yang fokus terhadap objek bunga sebanyak 6 gambar, kategori yang kedua adalah gambar-gambar yang fokus terhadap bibir perempuan sebanyak 6 gambar, kategori yang ketiga adalah gambar-gambar yang fokus terhadap perilaku memakai lipstik sebanyak 4 gambar, dan kategori yang keempat adalah gambar-gambar yang fokus terhadap figur perempuan sebanyak 8 gambar.



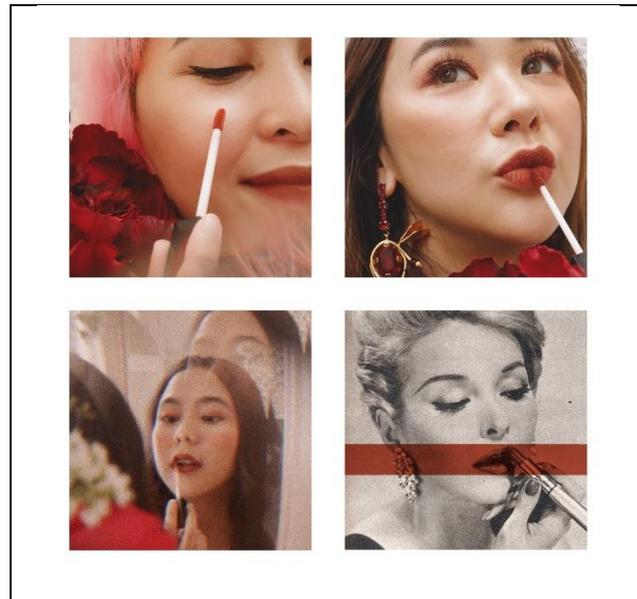
Gambar 3.1 Kategori Data Berupa Gambar yang Fokus terhadap Objek Bunga.

Sumber: <https://instagram.com/rollover.reaction>



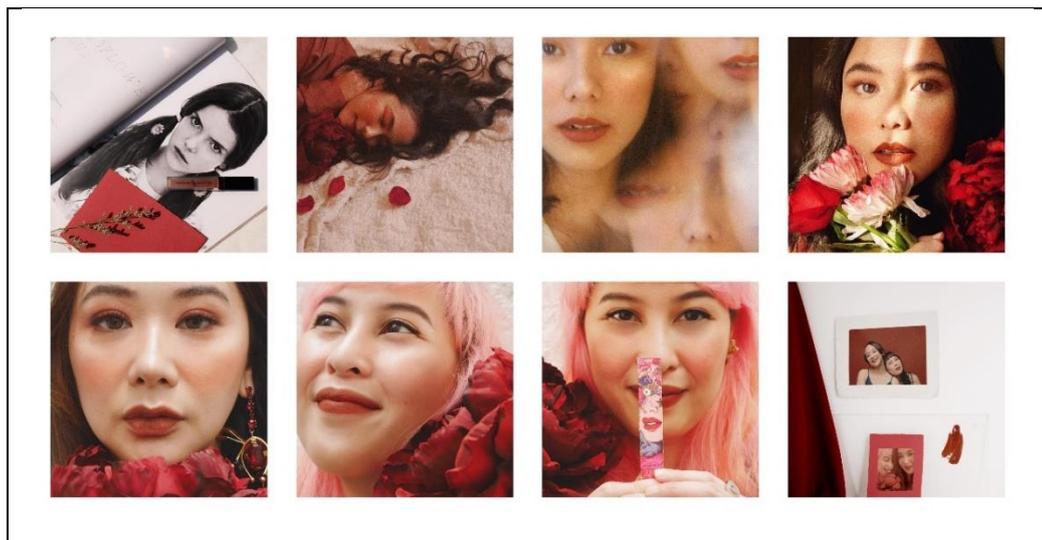
Gambar 3.2 Kategori Data Berupa Gambar yang Fokus terhadap Bibir Perempuan.

Sumber: <https://instagram.com/rollover.reaction>



Gambar 3.3 Kategori Data Berupa Gambar yang Fokus terhadap Perilaku Memakai Lipstik.

Sumber: <https://instagram.com/rollover.reaction>



Gambar 3.4 Kategori Data Berupa Gambar yang Fokus terhadap Figur Perempuan.

Sumber: <https://instagram.com/rollover.reaction>

3.4.2 Tahap Analisis

Setelah memverifikasi data dan mengelompokannya menjadi empat kategori, peneliti melakukan analisis untuk menemukan makna representasi femininitas yang terkandung dalam kampanye visual Maxwell. Makna-makna yang berkaitan dengan representasi femininitas ini dapat dijelaskan dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes mengenai denotasi dan konotasi. Teori gender, feminisme, dan sejarah lipstik juga digunakan oleh peneliti untuk

Alifa Kemarani Yahya, 2019

REPRESENTASI FEMININITAS DALAM KAMPANYE VISUAL KOSMETIK SUEDED! LIP AND CHEEK CREAM MAXWELL DARI ROLLOVER REACTION

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

lebih memahami mitos dan ideologi yang berkaitan dengan representasi femininitas dalam kampanye visual Maxwell.