

## **BAB III**

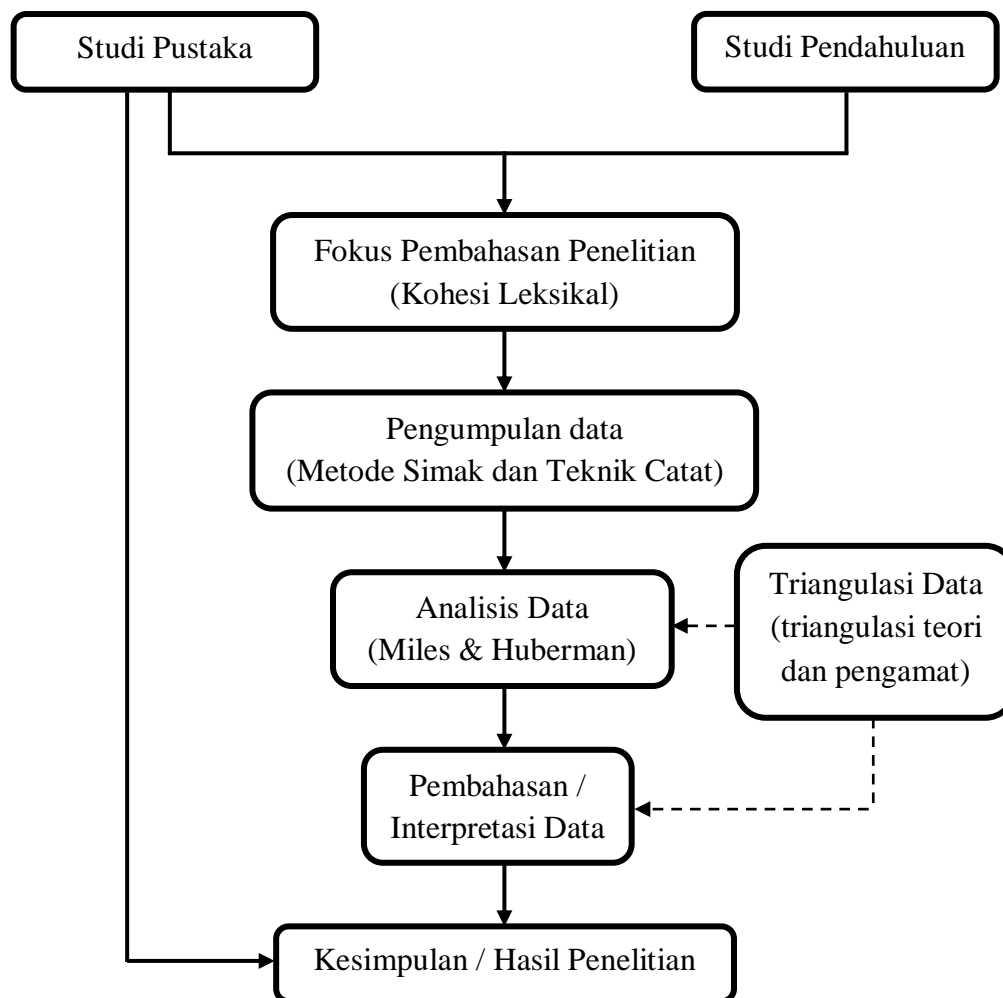
### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian merupakan suatu proses yang memberikan gambaran keseluruhan dari tahap perencanaan hingga analisis data yang dilakukan dari awal hingga akhir penelitian. Jenis penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Creswell (2013, hlm. 4) merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Subroto (1992, hlm. 5) juga mengungkapkan bahwa metode kualitatif adalah penelitian terhadap suatu masalah yang tidak didesain atau dirancang menggunakan prosedur-prosedur statistik.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang melibatkan pengumpulan data dan menjelaskan perihal yang dianalisis, kemudian mengorganisir, mentabulasi, menggambarkan, dan menjelaskan hal yang ditemukan (Gall & Hopskins, 1984). Metode ini merupakan metode yang digunakan penulis untuk menjelaskan, menganalisis, dan mengklasifikasikan bentuk-bentuk kohesi leksikal melalui penjelasan deskripsi untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini.

Penelitian deskriptif kualitatif tidak berbentuk angka, melainkan berupa kata-kata yang tertulis pada hasil analisis data, sehingga dalam penelitian ini tidak melibatkan perhitungan statistik dan hasil penelitian tidak dapat dipastikan sebelumnya. Selain itu, metode penelitian dapat mempermudah penulis dalam mengarahkan penelitian untuk menjawab rumusan masalah sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk kohesi leksikal yang terdapat dalam iklan komersial berbahasa Korea beserta fungsi penggunaannya pada suatu iklan dalam bentuk paragraf. Desain penelitian dalam penelitian ini akan digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Desain Penelitian

### 3.2 Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini menurut Arikunto (2013, hlm. 172) adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Majalah-majalah berbahasa Korea merupakan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan lima majalah berbahasa Korea yang ada di Prodi Pendidikan bahasa Korea ataupun yang ada di Pusat Kajian Studi Korea / KSRC (*Korean Studies Reseachr Center*), diantaranya adalah Majalah *New Hanul* edisi 11 tahun 2014, Majalah 객석 (*gaekseok*) volume 364 edisi 06 tahun 2014, Majalah *Korea Tourism News* bulan Agustus tahun 2014, Majalah *Monthly Dance Magazine Momm* bulan Oktober 2014, dan Majalah 한인 뉴스 (*Korean News*) edisi 04 tahun 2018. Data penelitian yang akan dianalisis berupa

iklan-iklan komersial berbahasa Korea yang memiliki unsur verbal didalamnya. Tidak ada batasan jumlah kalimat ataupun paragraf pada iklan yang akan dianalisis, karena penulis akan menganalisis iklan komersial berbahasa Korea baik iklan dalam bentuk frasa, kalimat, ataupun paragraf.

### 3.3 Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data menurut Kholifah (2018) adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkit berbagai fenomena, informasi atau kondisi lokasi penelitian sesuai dengan lingkup penelitian. Mahsun (2017, hlm. 91) menjelaskan bahwa metode dan teknik penyediaan data penelitian bahasa secara sinkronis dikelompokkan menjadi tiga macam yang terdiri dari metode simak, metode cakap, dan metode introspeksi.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data menggunakan metode simak yang dilanjutkan dengan teknik catat. Istilah menyimak disini tidak berkaitan dengan penggunaan bahasa secara lisan, melainkan penggunaan bahasa secara tertulis. Kemudian, penulis menggunakan teknik catat untuk mencatat hal-hal yang diperlukan bagi penelitian. Dalam hal ini, data penelitian dikumpulkan dengan cara menyimak wacana iklan komersial untuk mencari dan mengidentifikasi bentuk kohesi leksikal pada sumber data kemudian mencatat hal-hal yang diperlukan ke dalam kartu data untuk dianalisis.

Berikut ini adalah contoh kartu data yang dibuat penulis yang akan digunakan dalam penelitian:

Tabel 3. 1  
Kartu Data Penelitian

<b>Data :</b>	A
<b>Sumber Data :</b>	B
<b>Teks Iklan :</b>	C
<b>Keterangan :</b>	D

Repetisi (동형 반복)	Sinonim (동의 관계)	Antonim (반의 관계)	Hiponim (상·하 관계)	Kolokasi (연어적 의미)

Keterangan :

A : Nomor data yang diperoleh.

B : Sumber data yang digunakan.

C : Teks Iklan komersial yang akan dianalisis.

D : Keterangan (berupa penggalan kata atau frasa pada kalimat yang mengandung kohesi leksikal) serta kolom bentuk kohesi leksikal yang terdiri atas repetisi (동형 반복), sinonim (동의 관계), antonim (반의 관계), hiponim (상·하 관계), dan kolokasi (연어적 의미).

### 3.4 Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah pengumpulan data selesai untuk memberikan arahan agar dapat menganalisis lebih lanjut. Satori (2014) mengemukakan bahwa analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Sedangkan menurut Miles dan Huberman (2007) langkah-langkah analisis data dibagi menjadi tiga yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

#### 1. Reduksi Data

Menurut Miles dan Huberman (2007) reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi.

Dalam penelitian ini, penulis memilih iklan-iklan yang beragam dari berbagai majalah yang berbeda lalu menggolongkannya ke dalam satu kategori, yaitu iklan komersial. Selain itu bentuk kohesi leksikal yang ditemukan akan dicatat ke dalam kartu data. Dengan demikian, data yang telah direduksi dapat memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah penulis ketika menganalisis data.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dengan menjelaskan bentuk kohesi leksikal yang ditemukan dalam bentuk paragraf dengan tujuan untuk mempermudah penulis dalam mendeskripsikan hasil penelitian dan penarikan kesimpulan. Data penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel dan dideskripsikan melalui paragraf agar hasil penelitian terlihat dengan jelas dan mudah dipahami pembaca. Berikut bentuk penyajian data dalam penelitian ini:

Tabel 3. 2  
Penyajian Data

A
B

C

Keterangan :

A : Wacana Iklan Komersial berbahasa Korea

B : Wacana Iklan Komersial yang sudah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia

C : Pembahasan dalam bentuk paragraf

### 3. Penarikan Kesimpulan

Seperti yang dipaparkan oleh Miles dan Huberman (2007) penarikan kesimpulan merupakan bagian dari suatu kegiatan konfigurasi yang utuh. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara merangkum hasil penelitian yang telah diperoleh berdasarkan hasil dari pemecahan rumusan masalah dan analisis data, kemudian ditarik garis besarnya secara keseluruhan agar memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini.

Analisis data bertujuan untuk mengolah data yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk memperoleh kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian melalui beberapa tahap. Tahapan analisis dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Mencari dan memilih iklan-iklan komersial yang memungkinkan di dalamnya terdapat kohesi leksikal dalam majalah berbahasa Korea.
2. Membaca dan memahami wacana iklan komersial berbahasa Korea.
3. Mengidentifikasi bentuk-bentuk kohesi leksikal yang terdapat pada wacana iklan.
4. Menganalisis bentuk kohesi leksikal dan maknanya pada iklan-iklan komersial dalam majalah berbahasa Korea.
5. Mengklasifikasikan bentuk-bentuk kohesi leksikal yang dianalisis sesuai dengan bentuknya.
6. Mengklasifikasikan bentuk kohesi leksikal yang paling dominan digunakan pada iklan komersial berbahasa Korea.
7. Mengklasifikasikan fungsi penggunaan bentuk kohesi leksikal pada iklan komersial berbahasa Korea berdasarkan bentuknya.

Untuk mengetahui bentuk kohesi leksikal yang paling dominan, diperlukan persentase dari setiap bentuk kohesi leksikal yang muncul pada iklan komersial. Rumus untuk mencari persentase sebagaimana yang dikemukakan oleh Sudijono (2011, hlm.43) adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P : Hasil Persentase

F : Frekuensi (jumlah setiap bentuk kohesi leksikal yang ditemukan)

N : *Number of case* (jumlah seluruh bentuk kohesi leksikal yang ditemukan)

100%: Bilangan tetap

Berikut ini bentuk tabulasi data yang digunakan untuk mengetahui frekuensi bentuk kohesi leksikal yang muncul :

Tabel 3. 3  
Tabulasi Data Penelitian

No. Data	Sumber Data	Bentuk Kohesi Leksikal yang ditemukan					Jumlah Bentuk Kohesi
		Reiterasi				Kol.	
		Rep.	Sin.	Ant.	Hip.		
Data 1							
Data 2							
Data 3							
Data...							
<b>Jumlah Keseluruhan</b>							
<b>Persentase</b>							

Keterangan :

No Data : Iklan Komersial yang sudah diberi nomor untuk diteliti

Sumber Data : Majalah berbahasa Korea yang didalamnya terdapat iklan komersial

Rep : Repetisi (Pengulangan Kata)

Sin : Sinonim (Persamaan Kata)

Ant : Antonim (Lawan Kata)

Hip : Hiponim (Ketercakupan Makna)

Kol : Kolokasi

Jumlah Bentuk Kohesi : Banyaknya bentuk kohesi leksikal yang ditemukan dalam setiap iklan

- Jumlah Keseluruhan : Jumlah setiap bentuk-bentuk kohesi leksikal yang ditemukan dari seluruh iklan yang sudah diteliti
- Persentase : Jumlah setiap bentuk-bentuk kohesi leksikal yang ditemukan dari seluruh iklan yang sudah diteliti dalam bentuk persen (%)

### 3.5 Triangulasi Data

Triangulasi data digunakan untuk memeriksa apakah hasil analisis yang telah dilakukan sudah benar dan sesuai dengan teori yang ada. Afifuddin (2009, hlm.143) mengemukakan bahwa triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Sementara Stainback (1988, hlm.330) menyatakan bahwa tujuan dari triangulasi bukanlah untuk mencari kebenaran mengenai fenomena yang sama, akan tetapi lebih pada meningkatkan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan.

Patton dalam Afifuddin (2009, hlm.143) menyatakan bahwa terdapat empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan, yaitu triangulasi data, triangulasi pengamat, triangulasi teori, dan triangulasi metode. Berdasarkan keempat teori yang telah disebutkan, penulis menggunakan triangulasi teori dan triangulasi pengamat untuk mencapai keabsahan dan memastikan bahwa data sudah memenuhi syarat. Dikarenakan hasil penelitian yang penulis lakukan tidak berupa angka, melainkan sebuah rumusan informasi, maka dengan menggunakan triangulasi teori dapat meningkatkan pemahaman yang mendalam. Dalam penelitian ini penulis menggunakan berbagai teori dari para ahli sebagai acuan ketika menganalisis data. Setelah itu dilakukan triangulasi pengamat oleh Lee Tae Gun, M.ed., Ph.D. selaku dosen linguistik bahasa Korea untuk memastikan kebenaran hasil analisis dan juga sebagai bukti bahwa hasil analisis sudah memenuhi syarat.

### 3.6 Isu Etik

Isu etik dalam penelitian ini merupakan norma atau standar perilaku yang menjadi pemandu pilihan moral mengenai perilaku dan hubungan kita dengan orang lain. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa tidak ada yang dirugikan atau menderita konsekuensi yang merugikan dari kegiatan penelitian. Dalam



penelitian ini, penulis menerapkan isu etik sebagai etika penelitian yaitu mencari kebenaran ilmiah yang bermanfaat melalui teori-teori dari para ahli untuk kepentingan umum. Kemudian dalam pengambilan suatu data, iklan yang diambil dari Prodi Pendidikan bahasa Korea / KSRC (*Korean Studies Research Center*) telah memiliki izin untuk digunakan sebagai bahan penelitian. Selain itu penulis juga tidak melakukan pengurangan atau penambahan pada iklan yang dianalisis sebagai kode etika berperilaku dalam pengelolaan sumber daya keilmuan dengan rasa tanggung jawab.