

BAB III

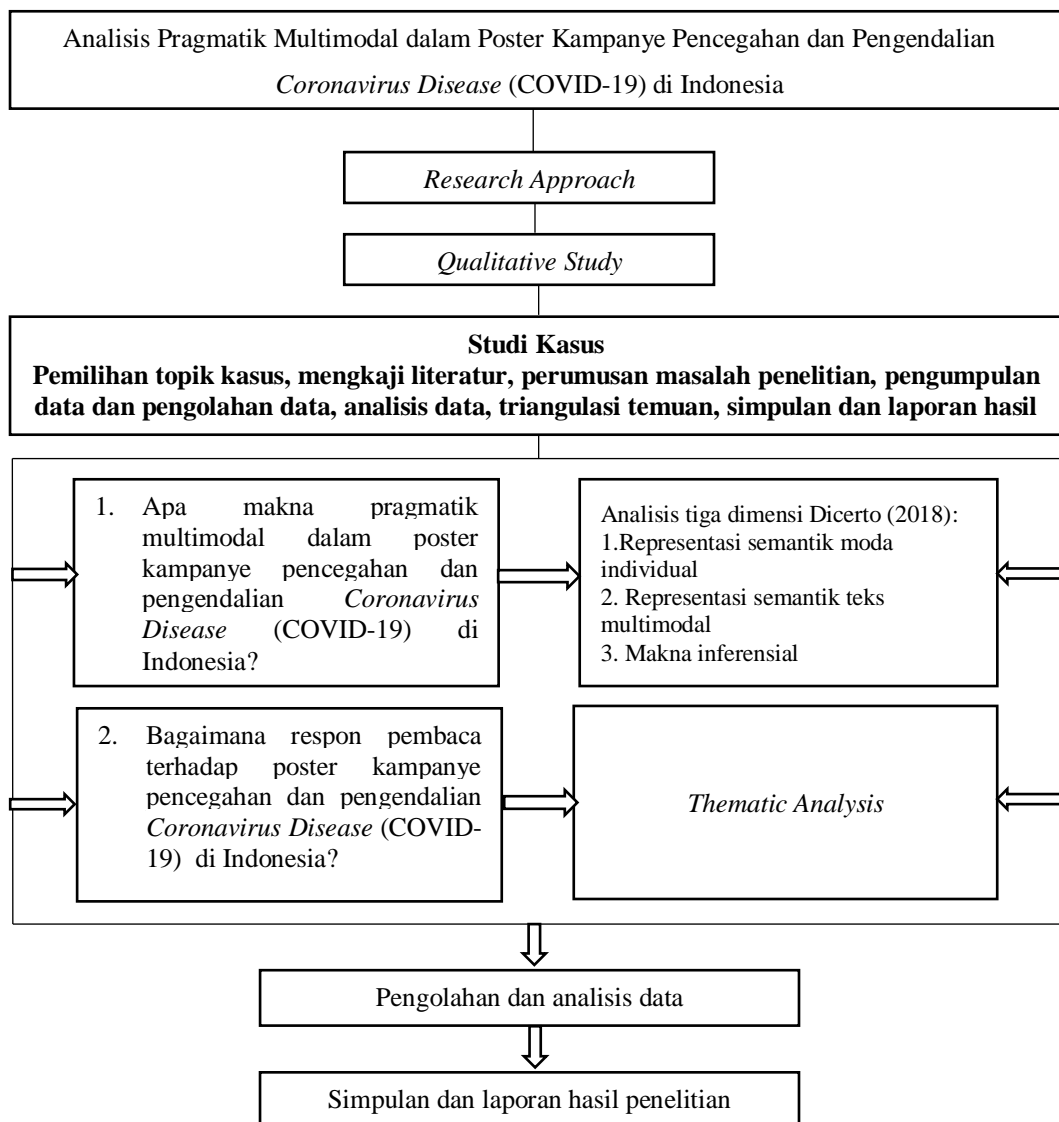
METODE PENELITIAN

BAB III akan dipaparkan berupa tata rancangan dalam pelaksanaan penelitian ini untuk dapat menjawab rumusan masalah penelitian yang telah dirancang pada Bab I. Kerangka tata rancangan pelaksanaan penelitian ini terdiri atas: 1) desain penelitian (bagian 3.1), 2) sumber dan pengumpulan data (bagian 3.2), 3) populasi dan sampel (bagian 3.3), dan 4) contoh analisis data (bagian 3.4).

3.1 Desain Penelitian

Kerangka metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dan desain penelitian yang digunakan merupakan adaptasi dari rancangan pemodelan pragmatik multimodal Sara Dictero (2018). Pemodelan pragmatik multimodal Dictero (2018) terdiri atas tiga dimensi analisis, yaitu 1) representasi semantik mode individual (*semantic representation of individual modes*), 2) representasi semantik teks multimodal (*semantic representation of multimodal text*), dan 3) makna inferensial (*inferential*). Pemodelan tersebut telah diuji dan berhasil menguraikan sumberdaya moda visual dan verbal dalam teks operatif seperti poster kampanye *UNICEF water campaign* dan berbagai jenis lainnya dengan tujuan untuk mengkaji bagaimana teks pragmatik multimodal dimaknai dan isu translasi dapat diselesaikan melalui pengetahuan yang diperoleh (Dicerto, 2018). Dengan demikian, pemodelan tersebut telah memberikan bukti empiris terkait dengan analisis yang berkesesuaian dengan harapan untuk dapat mengetahui makna pragmatik multimodal dalam poster kampanye pencegahan dan pengendalian *Coronavirus Disease (COVID-19)* di Indonesia. Kemudian *thematic analysis* digunakan sebagai usaha untuk dapat menjawab rumusan masalah kedua yang telah dirancang pada bab 1. Dengan demikian, kedua rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya dapat dijawab secara tepat dan berkesesuaian melalui analisis tiga dimensi dari Dictero (2018) dan *thematic analysis*.

Strategi penelitian studi kasus akan digunakan dalam penelitian sebagai usaha untuk dapat mengetahui apa makna pragmatik multimodal dalam poster kampanye pencegahan dan pengendalian *Coronavirus Disease (COVID-19)* di Indonesia dan bagaimana respon pembaca terhadap poster kampanye. Studi kasus secara umum menyajikan deskripsi secara terperinci terkait suatu isu, masalah, kasus, atau pertanyaan peneliti dengan memusatkan perhatian pada suatu kasus secara sistematis, terperinci, dan mendalam mulai dari melakukan pemilihan topik sampai dengan pelaporan hasil penelitian (Guba & Lincoln, 1994). Selanjutnya, desain penelitian ini akan diilustrasikan sebagaimana pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Ilustrasi desain penelitian

3.2 Sumber dan Pengumpulan Data

Sumber dan pengumpulan data adalah darimana data penelitian dapat diperoleh serta bagaimana teknik pengumpulan data yang digunakan. Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu, 1) sumber data primer berupa poster kampanye pencegahan dan pengendalian COVID-19 di Indonesia dan 2) sumber data sekunder berupa kajian literatur, hasil kuesioner, dan data yang tersusun dalam bentuk dokumen lainnya sebagai penunjang.

3.2.1 Sumber Data

Penelitian ini memiliki sumber utama data berupa konten verbal dan visual dalam poster kampanye. 10 poster kampanye pencegahan dan pengendalian COVID-19 di Indonesia digunakan sebagai sumber data dan dapat diunduh secara terbuka untuk publik dalam laman <https://covid19.go.id>. Secara keseluruhan data poster kampanye tersebut diambil dan dipilih sesuai dengan kriteria sebagaimana berikut.

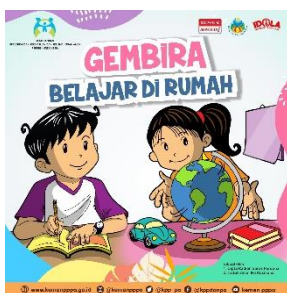
1. Poster tersedia dan dapat diunduh dalam laman <https://covid19.go.id>.
2. Poster memuat informasi berbentuk visual dan verbal.
3. Poster bertema pencegahan dan pengendalian COVID-19 di Indonesia.
4. Konten verbal poster ditulis secara singkat, jelas, dan padat serta menggunakan bahasa Indonesia.
5. Konten visual tidak memuat gambar yang melanggar privasi seperti halnya foto jenazah pasien COVID-19.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan bertujuan untuk mengumpulkan data sesuai dengan prosedur penelitian sehingga diperoleh data-data yang dibutuhkan. Teknik yang digunakan adalah teknik dokumentasi dan observasi. Secara terperinci data poster yang dipilih dalam penelitian sebagaimana diilustrasikan pada tabel 3.1

Tabel 3.1 Data poster kampanye pencegahan dan penanganan COVID-19 di Indonesia

No	Data	Sumber data
1.	Gembira belajar dirumah	https://covid19.go.id/edukasi/ibu-dan-anak/gembira-belajar-di-rumah
2.	Jaga agar lansia terhindar dari COVID-19	https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/jaga-agar-lansia-terhindar-dari-covid-19
3.	Bahaya COVID-19 disekitar kita!	https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/bahaya-covid-19-di-sekitar-kita
4.	Hati-hati pada droplet!	https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/hati-hati-pada-droplet
5.	COVID-19 terus kita lawan, mari donor darah hai kawan!	https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/covid-19-terus-kita-lawan-mari-donor-darah-hei-kawan
6.	Jangan legah, jangan menstigma, COVID-19 mengincar siapapun!	https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/jangan-lengah-jangan-menstigma
7.	Zona merah tinggi, zona orange mendominasi. Ini bukan lebay, kita jangan abai!	https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/zona-merah-naik-drastis-ini-bukan-lebay-masyarakat-jangan-abai
8.	Vaksin telah tiba, hatiku gembira	https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/vaksin-telah-tiba-hatiku-gembira
9.	Restoran, rumah makan, dan café wajib terapkan protokol kesehatan	https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/restoran-rumah-makan-warung-dan-kafe-wajib-terapkan-protokol-kesehatan
10.	Ayo dukung gerakan nasional donor plasma konvalesen	https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/ayodukunggerakannasionaldonorplasmakonvalesen



(1)



(2)



(3)



(4)



(5)



(6)



(7)



(8)



(9)



(10)

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari kelompok dan memuat informasi yang diperlukan dan tidak hanya terdiri dari individu namun juga populasi tinggi, berat, golongan darah selama populasi didefinisikan dengan baik sesuai kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditentukan sedangkan sampel adalah setiap bagian dari populasi yang ditentukan sepenuhnya (Amitav & Chaudhury, 2010). Dengan demikian, populasi digunakan untuk mengidentifikasi karakteristiknya sedangkan sampel digunakan untuk menduga karakteristik data tertentu dan tujuan penelitian.

38

Ari Mulyadi, 2021

ANALISIS PRAGMATIK MULTIMODAL DALAM POSTER KAMPANYE PENCEGAHAN DAN PENGENDALIAN CORONAVIRUS DISEASE (COVID-19) DI INDONESIA

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

3.3.1 Populasi

Populasi yang digunakan adalah individu yang mempunyai hubungan dengan rumusan masalah penelitian. Dengan demikian, populasi yang digunakan sejumlah 60 orang yang pernah melihat poster kampanye pencegahan dan pengendalian *Coronavirus Disease* (COVID-19) di Indonesia pada laman daring media sosial satgas COVID-19.

3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *purposive sampling* digunakan dalam penelitian guna mendapatkan sampel sesuai dengan kriteria tertentu dan tujuan penelitian. Sampel penelitian diambil apabila memenuhi syarat sebagai berikut.

1. Pernah melihat poster kampanye pencegahan dan pengendalian di Indonesia yang diproduksi oleh satgas COVID-19 RI pada laman daring media sosial.
2. Bersedia menjadi responden penelitian.

Tabel daftar kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian berdasarkan kriteria yang telah dibuat sebelumnya sebagaimana diilustrasikan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2 Kriteria sampel

No.	Kriteria sampel	Jumlah
1.	Pernah melihat poster kampanye pencegahan dan pengendalian <i>Coronavirus Disease</i> (COVID-19) di Indonesia pada laman daring media sosial satgas COVID-19	60
2.	Bersedia menjadi responden penelitian.	50
Jumlah sampel penelitian		50

Berdasarkan atas kriteria pengambilan sampel diatas, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian yaitu sejumlah 50 orang.

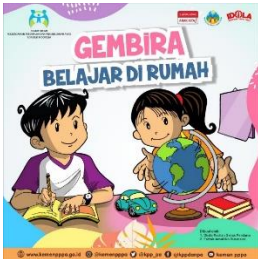

3.4 Contoh Analisis Data




Data analisis penelitian ini berupa konten visual dan verbal dalam poster kampanye pencegahan dan pengendalian *Coronavirus Disease* (COVID-19) di Indonesia dari Satgas COVID-19 yang diunduh dalam laman daring <https://covid19.go.id> serta respon pembaca diambil dari kuesioner. Data dalam penelitian ini akan melalui tiga tahapan yaitu reduksi dan kategorisasi data, penyajian data, serta simpulan atau verifikasi hasil. Reduksi dan kategorisasi data dilakukan untuk dapat fokus pada hal yang menitik beratkan pada penelitian ini serta mempermudah pemahaman terhadap data. Penyajian data dilakukan setelah data tersusun dan dipilah untuk mencari pola saling keterkaitan dalam bentuk uraian atau laporan yang sesuai dengan hasil penelitian. Tahap terakhir, simpulan untuk memberikan makna pada hasil dan memenuhi syarat kesahihan penelitian (Miles & Huberman, 1984). Tahapan-tahapan penelitian tersebut akan secara rinci dideskripsikan sebagaimana berikut.

1. Poster kampanye diunduh dalam laman <https://covid19.go.id> dan dipilih berdasarkan atas kriteria-kriteria yang telah ditentukan guna mereduksi data penelitian sehingga terdapat sejumlah 10 poster yang akan dianalisis.
2. Data poster kampanye berupa visual dianalisis menggunakan pemodelan dari Sara Dictero (2018) yang terdiri atas tiga dimensi yaitu 1) representasi semantik mode individual (*semantic representation of individual modes*), 2) representasi teks multimodal (*semantic representation of multimodal text*), dan 3) makna inferensial (*inferential meaning*).
3. Respon pembaca dianalisis menggunakan *thematic analysis* untuk menemukan tema dari pembaca.
4. Hasil penelitian akan dideskripsikan sesuai dengan rancangan kerangka teori dan desain penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya kemudian diambil kesimpulan.

Contoh penerapan analisis tiga dimensi Dictero (2018) dan *thematic analysis* yang akan digunakan dalam penelitian diilustrasikan sebagaimana pada tabel 3.3 dan 3.4.

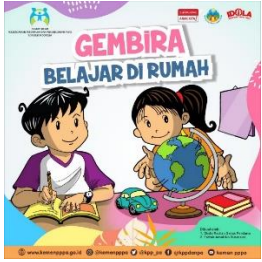
Tabel 3.3 Contoh penerapan analisis tiga dimensi Sara Dictero (2018)

Grouping of item	Sender's meaning					
	Semantic representation of individual modes		Semantic representation of multimodal text		Inferential meanings	
	Cluster	Verbal content	Visual content	COSMOROE	Logico-semantic relation	Explicatures
<p>Data 1</p> <p>1CL</p>  <p>2CL</p>  <p>3CL</p>	<p>1VER: Gembira belajar di rumah</p> <p>2VER: Dibuat oleh 1. Dipta Radian Saras Perdana 2. Fattah Amal Iko Rusmana</p> <p>3VER: Kemen pppa</p> <p>4VER: @kppdanpa</p> <p>5VER: @kemenpppa</p> <p>6VER: www.kemenpppa.go.id</p>	<p>1VIS: Anak laki-laki sedang menulis</p> <p>2VIS: Anak perempuan sedang menunjukkan bola dunia</p> <p>3VIS: Logo <i>youtube</i></p> <p>4VIS: Logo <i>twitter</i></p> <p>5VIS: Logo <i>instagram</i></p> <p>6VIS: Simbol laman <i>website</i></p> <p>7VIS: Logo Kementerian PPA</p>	<p>1VER-ALL: Equivalence - Token-token</p> <p>1VER-1VIS, 2VIS: Complementariti y- Non-defining apposition</p> <p>2VER, ALL: Complementariti y- Adjunct</p> <p>1VER-12VIS, 13VIS, 14VIS, 15VIS: Complementariti y- Non-defining apposition</p>	<p>1VER-ALL: Projection - Idea</p> <p>1VER-1VIS, 2VIS: Elaboration- Exemplification (image more general)</p> <p>2VER-ALL: Extension</p> <p>1VER-12VIS, 13VIS, 14VIS, 15VIS: Elaboration- Exemplification (image more general)</p>	<p>1VER-ALL: Gembira = bahagia atau senang, belajar = berlatih untuk memperoleh ilmu, di rumah = tempat yang menjadi rujukan</p> <p>2VER - ALL: Nama pembuat akun media sosial <i>youtube</i></p> <p>4VER-ALL: Nama akun media sosial <i>facebook</i></p>	<p>1VER-ALL: Pandemi covid-19 telah mengganggu proses pembelajaran secara konvensional. Sehingga pembelajaran diubah menjadi daring (dalam jaringan) atau dirumah dengan harapan anak-anak belajar dengan gembira dan terhindar dari COVID-19.</p> <p>2VER: Identitas dan 'trade mark' pembuat</p>

 <p>4CL</p>  <p>5CL</p> 	<p>7VER: @kpp_pa 8VER: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak 9VER: Semua anak, anak kita 10VER: Kabupaten/ Kota ramah anak 11VER: Indonesia layak anak</p>	<p>8VIS: Logo <i>facebook</i> 9VIS: Logo merah putih 10VIS: Logo Kabupaten/ kota ramah anak 11VIS: Logo Indonesia ramah anak 12VIS: Bola dunia 13VIS: Buku dan pena 14VIS: Mobil mainan 15VIS: 2 buah buku tulis 16VIS: Kalender</p>	<p>Complementarit y – adjunct 3VER, 3VIS: Complementarit y- essential - agent-object 4VER, 8VIS: Complementarit y- essential - agent-object 5VER, 5VIS: Complementarit y- essential - agent-object 6VER, 6VIS: Complementarit y- essential - agent-object 7VER, 4VIS: Complementarit y- essential - agent-object</p>	<p>3VER, 3VIS: Enhancement—spatial 4VER, 8VIS: Enhancement—Spatial 5VER, 5VIS: Enhancement—Spatial 6VER, 6VIS: Enhancement—Spatial 7VER, 4VIS: Enhancement—Spatial 8VER, 7VIS - ALL: Projection - Idea 9VER, 9VIS- ALL: Projection - Idea 10VER, 10VIS - ALL:</p>	<p>5VER, 5VIS: Nama akun media sosial <i>instagram</i> 6VER, 6VIS: Nama laman <i>website</i> kemenpppa 8VER, 7VIS: Kementerian yang memiliki tugas menyelenggara kan urusan pemerintahan di bidang pemberdayaa n perempuan dan perlindungan anak 9VER, 9VIS: Slogan 10VER, 10VIS: Slogan 11VER, 10VIS: Slogan</p>	<p>poster agar dapat diketahui oleh publik 8VER, 7VIS: Sebagai logo atau penanda produsen poster kampanye 3VER, 4VER, 5VER, 6VER, 7VER,, 9VER, 10VER, 11VER - ALL: Media sosial yang digunakan sebagai media kampanye dan program-program guna menadai bahwa poster tersebut diproduksi oleh kementerian perlindungan perempuan dan anak ALL: Produsen mengajak pembaca</p>
--	--	---	--	--	--	---

			<p>8VER, 7VIS: Complementarit y- essential - agent-object</p> <p>9VER, 9VIS- ALL: Complementarit y- essential - agent-object</p> <p>10VER, 10VIS- ALL: Complementarit y- essential - agent-object</p> <p>11VER, 11VIS: Complementarit y- essential - agent-object</p>	<p>Projection - Idea</p> <p>11VER, 11VIS: Projection - Idea</p> <p>12VIS, 13VIS, 14VIS, 15VIS, 16VIS – ALL: Extension</p>		<p>(pelajar) untuk dapat bergembira belajar dirumah.</p>
--	--	--	---	---	--	--

Tabel 3.4 Contoh penerapan *thematic analysis*

No	Data Poster Kampanye	Pertanyaan	Respon pembaca	Kode	Tema
1		1	Ya	Menerima ($f = 40$ (80%))	Kognitif
			Tidak	Menolak ($f = 10$ (20%))	
		2	<ul style="list-style-type: none"> - Refleks langsung teringat seperti harus rajin - Melihat daftar tugas yang belum dikerjakan - Responden tidak memberikan alasan 	Motorik merespon ($f = 10$ (20%))	Motorik
			<ul style="list-style-type: none"> - Responden tidak merespon secara motorik 	Motorik tidak merespon ($f = 40$ (80%))	
		3	<ul style="list-style-type: none"> - Karena belajar harus bergembira - Posternya menggugah - Responden tidak memberikan alasan 	Positif ($f = 42$ (84%))	Umpan balik
			<ul style="list-style-type: none"> - Omong kosong - Bosan karena gaada teman - Responden tidak memberikan alasan 	Negatif ($f = 8$ (16%))	
		4	<ul style="list-style-type: none"> - Membuka tugas - Langsung tertarik untuk belajar - Responden tidak memberikan alasan 	Melakukan tindakan fisik ($f = 7$ (14%))	Fisik
			<ul style="list-style-type: none"> - Responden tidak melakukan tindakan fisik 	Tidak melakukan tindakan fisik ($f = 43$ (86%))	
		5	<ul style="list-style-type: none"> - Belajar di rumah lama-lama membosankan - Realitanya berbeda - Responden tidak memberikan alasan 	Memberikan ulasan ($f = 22$ (44%))	Verbal
			<ul style="list-style-type: none"> - Responden tidak memberikan ulasan 	Tidak memberikan ulasan ($f = 28$ (56%))	
		6	<ul style="list-style-type: none"> - Tersenyum - Sedih - Responden tidak memberikan alasan 	Emosional ($f = 29$ (58%))	Emotif
			<ul style="list-style-type: none"> - Responden tidak memberikan ulasan 	Tidak emosional ($f = 21$ (42%))	

