

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bagian ini diuraikan metodologi penelitian yang terdiri atas desain penelitian, sumber data dan data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan definisi operasional.

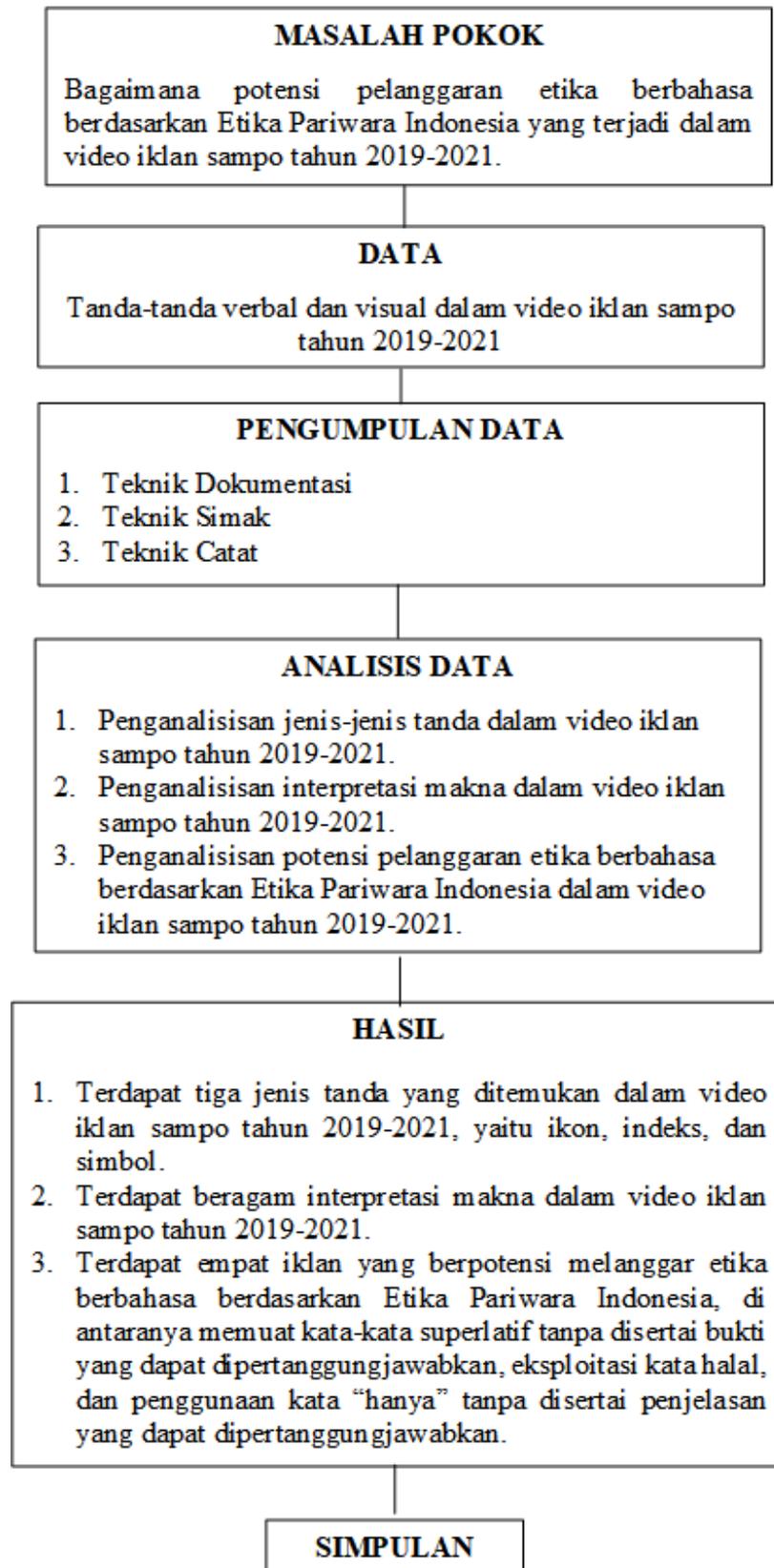
A. Desain Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alami, peneliti berperan sebagai instrumen kunci, analisis data bersifat kualitatif, serta hasil penelitian ini lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2015, hlm. 15). Sementara itu, Moleong (2017, hlm. 16) mengatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara holistik melalui cara deskripsi dalam bentuk kata-kata serta bahasa pada konteks khusus yang alami. Sejalan dengan hal tersebut, Sugiyono (2015, hlm. 15) mengatakan bahwa penelitian kualitatif dilakukan pada objek yang alami, yaitu objek yang berkembang apa adanya tanpa dimanipulasi oleh peneliti serta kehadiran peneliti tidak memengaruhi dinamika objek tersebut.

Pada penelitian kualitatif, instrumennya adalah peneliti itu sendiri. Nasution (1998) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif menjadikan manusia sebagai instrumen penelitian utama. Pendekatan kualitatif digunakan guna mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna (Sugiyono, 2015, hlm. 15). Data yang dapat dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif adalah data yang berwujud kata-kata serta bukan rangkaian angka (Milles dan Huberman, 1984, hlm. 15).

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif. Nazir (1998, hlm. 63) mengatakan bahwa tujuan metode deskriptif ialah untuk menggambarkan, mendeskripsikan, atau melukiskan sesuatu secara akurat, faktual, serta sistematis. Berdasarkan pendapat di atas, peneliti menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data-data yang telah dikumpulkan.

Dengan menggunakan metode deskriptif, peneliti mendeskripsikan permasalahan dalam penelitian, yaitu mengenai jenis tanda, interpretasi makna, dan potensi pelanggaran etika berbahasa berdasarkan Etika Pariwara Indonesia dalam video iklan sampo tahun 2019-2021. Berikut ini adalah bagan desain penelitian.



Bagan 3.1 Desain Penelitian

B. Sumber Data dan Data

1. Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah unggahan video dalam kanal YouTube Clear Indonesia dengan jumlah pengikut 103 ribu, Sunsilk Indonesia dengan jumlah pengikut 57,7 ribu, Pantene Indonesia dengan jumlah pengikut 130 ribu, dan Wardah Beauty dengan jumlah pengikut 250 ribu. Data dipilih serta dikategorikan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, yaitu video iklan sampo dari tahun 2019 s.d. tahun 2021 yang menggunakan kata-kata superlatif, halal, gratis, cuma-cuma, satu-satunya, hanya, 100%, murni, asli, presiden, raja, dan ratu. Setelah data terkumpul, selanjutnya ialah menganalisis data berdasarkan data yang telah dipilih dan dikategorikan sebelumnya. Peneliti mengambil lima sumber data. Pertama, iklan dalam kanal YouTube Clear Indonesia dengan judul iklan “Tips Traveling untuk Hijabers-Clear Hijab Pure”. Kedua, iklan dalam kanal YouTube Sunsilk dengan judul “Sunsilk Hijab Refresh dan Anti Dandruff: Sampo Hijab #1 di Indonesia dengan Teknologi Perfume Touch”. Ketiga, iklan dalam kanal YouTube Pantene Indonesia dengan judul “30 #TahunRambutTanpaBatas Kita Semua Duta Shampoo Pantene”. Keempat, iklan dalam kanal YouTube Wardah dengan judul “Wardah Shampoo #FeelTheFreshness”. Kelima, iklan dalam kanal YouTube Clear Indonesia dengan judul “Clear Men Cool Sport Menthol 3 Zero Tech+Smart Cool! Baru untuk Cowo Kamu!”. Periode pengambilan data dimulai pada tahun 2019-2021.

2. Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data kualitatif. Sugiyono (2015, hlm. 13) mengungkapkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ialah data yang mengandung makna. Makna merupakan data yang sebenarnya, data yang pasti, dan merupakan suatu nilai di balik data yang tampak (Sugiyono, 2015, hlm. 13). Data dalam penelitian ini ialah tanda-tanda verbal dan visual yang terdapat dalam iklan “Tips Traveling untuk Hijabers-Clear Hijab Pure”, “Sunsilk Hijab Refresh dan Anti Dandruff: Sampo Hijab #1 di Indonesia dengan Teknologi Perfume Touch”, “30 #TahunRambutTanpaBatas Kita Semua Duta Shampoo Pantene”, “Wardah Shampoo #FeelTheFreshness”, dan “Clear Men Cool Sport Menthol 3 Zero Tech+Smart Cool! Baru untuk Cowo Kamu!”.

Fera Rizqi, 2021

INTERPRETASI MAKNA DAN POTENSI PELANGGARAN ETIKA BERBAHASA BERDASARKAN EPI DALAM IKLAN SAMPO TAHUN 2019-2021

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

C. Instrumen Penelitian

Sugiyono (2015, hlm. 15) mengatakan bahwa instrumen penelitian kualitatif adalah orang atau *human instrument* yaitu peneliti sendiri. Dalam hal ini peneliti menginterpretasikan data yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori serta wawasan yang luas. Namun, setelah fokus penelitian menjadi jelas dapat dikembangkan instrumen penelitian sederhana. Adapun instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu seperti di bawah ini.

Tabel 3.1 Jenis-jenis Tanda dalam Video Iklan Sampo

No. Data	Frame	Jenis Tanda	Unit Analisis

Instrumen penelitian tersebut digunakan untuk menganalisis jenis-jenis tanda yang terdapat dalam video iklan sampo. Instrumen penelitian tersebut merupakan instrumen penelitian yang digunakan oleh Marsela (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Citra Perempuan dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika pada Iklan Shampo Sunsilk Berhijab dan Non-Hijab)”. Peneliti menggunakan instrumen penelitian yang digunakan Marsela (2018) dan hanya mengubah kolom *nomor* menjadi *nomor data*. Peneliti memilih menggunakan instrumen tersebut karena relevan dengan penelitian ini.

Tabel 3.2 Interpretasi Makna Video Iklan Sampo

No. Data	Tanda	Objek	Interpretant

Instrumen penelitian tersebut digunakan untuk menganalisis interpretasi makna yang terdapat dalam video iklan sampo. Instrumen penelitian tersebut merupakan instrumen penelitian yang digunakan oleh Marsela (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Citra Perempuan dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika pada Iklan Shampo Sunsilk Berhijab dan Non-Hijab)”. Peneliti menggunakan instrumen penelitian yang digunakan Marsela dan hanya mengubah

kolom *nomor* menjadi *nomor data*. Instrumen tersebut dipilih karena relevan dengan penelitian ini.

Tabel 3.3 Potensi Pelanggaran Etika Berbahasa Berdasarkan Etika Pariwara Indonesia dalam Video Iklan Sampo dari Tahun 2019-2021

Iklan	Temuan	Potensi Pelanggaran pada EPI

Instrumen penelitian tersebut digunakan untuk mengkaji potensi pelanggaran etika berbahasa berdasarkan Etika Pariwara Indonesia dalam video iklan sampo. Dalam menganalisis potensi pelanggaran etika berbahasa, peneliti mengadopsi alur berpikir Meliala (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Representasi Superioritas pada Iklan Promosi Perguruan Tinggi di Televisi (Studi Semiotik Pierce pada Iklan BSI Group)”. Berdasarkan penelitian tersebut, pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dapat diketahui melalui analisis tanda yang terdapat dalam iklan. Dengan demikian, analisis potensi pelanggaran etika berbahasa dalam video iklan sampo dilakukan setelah peneliti mengkaji tanda yang terdapat dalam iklan sampo. Namun, peneliti hanya fokus pada pelanggaran etika berbahasa yang diatur dalam pedoman Etika Pariwara Indonesia Amandemen 2020 Bab III.A. No. 1.2.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi sebagaimana yang digunakan oleh Marsela (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Citra Perempuan dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika pada Iklan Shampo Sunsilk Berhijab dan Non-Hijab)”. Dokumentasi dalam hal ini adalah mendokumentasikan data yang terdapat dalam kanal YouTube Clear Indonesia, Sunsilk Indonesia, Pantene Indonesia, dan Wardah Beauty untuk selanjutnya diolah menjadi hasil penelitian. Selain itu, peneliti pun menggunakan teknik simak dan catat. Teknik simak merupakan cara memperoleh data yang dilakukan dengan cara menyimak penggunaan bahasa, baik secara lisan maupun tertulis (Mahsun, 2005, hlm. 91). Peneliti pun menggunakan teknik catat yang merupakan teknik lanjutan dari teknik simak. Peneliti menyimak tayangan video iklan sampo lalu melakukan

tangkapan layar (*screenshot*) dan mencatat penggunaan bahasa lisan yang terdapat dalam video iklan sampo tahun 2019-2021.

Adapun prosedur pengumpulan data, yaitu:

1. mencari data berupa video iklan sampo Clear, Clear Men, Pantene, Sunsilk, dan Wardah dari tahun 2019-2021 melalui fasilitas kolom pencarian di kanal YouTube;
2. mengunduh video iklan sampo untuk disimpan di media penyimpanan laptop;
3. menyimak tayangan video iklan sampo lalu melakukan tangkapan layar dan mencatat penggunaan bahasa lisan yang terdapat dalam video iklan sampo;
4. mereduksi data yang tidak relevan dengan pertanyaan penelitian untuk mempermudah proses analisis data.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif serta berlangsung secara terus-menerus hingga tuntas (Milles dan Huberman, 1984, hlm. 16). Aktivitas dalam analisis data meliputi reduksi data dan penyajian data. Berikut ini langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini.

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh di lapangan memiliki jumlah yang cukup banyak sehingga perlu dicatat secara rinci dan teliti. Semakin lama peneliti terjun ke lapangan, data akan semakin banyak, rumit, dan kompleks sehingga perlu segera melakukan analisis data melalui reduksi data (Sugiyono, 2015, hlm. 338). Sugiyono (2015, hlm. 338) mengungkapkan bahwa mereduksi data ialah memilih hal-hal pokok, merangkum, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan membuang yang tidak diperlukan. Setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang dicapai. Berikut ini langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam mereduksi data:

- a. menyortir unggahan video iklan sampo berdasarkan kriteria yang telah ditentukan;
- b. mengidentifikasi tanda yang terdapat dalam video iklan sampo;
- c. mengategorikan tanda yang terdapat dalam video iklan sampo berdasarkan ikon, indeks, dan simbol;
- d. menginterpretasikan setiap tanda yang terdapat dalam video iklan sampo;

e. menganalisis potensi pelanggaran etika berbahasa berdasarkan Etika Pariwisata Indonesia.

2. Penyajian data

Setelah mereduksi data, peneliti menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan melalui uraian singkat, hubungan antarkategori, dan bagan (Sugiyono, 2015, hlm. 341). Teks yang bersifat naratif paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif. Penyajian data dapat memudahkan peneliti memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan pemahaman yang telah diperoleh. Penyajian data dalam penelitian ini ialah memaparkan jenis-jenis tanda yang terdapat dalam video iklan sampo, interpretasi makna yang terdapat dalam video iklan sampo, dan potensi pelanggaran etika berbahasa berdasarkan Etika Pariwisata Indonesia yang terdapat dalam video iklan sampo. Selanjutnya, pemaparan tersebut disajikan ke dalam tabel analisis. Penyajian data tersebut berupa data jenis-jenis tanda, data interpretasi makna, dan data potensi pelanggaran etika berbahasa berdasarkan Etika Pariwisata Indonesia.

F. Definisi Operasional

Berikut ini ialah beberapa definisi operasional dari istilah-istilah yang digunakan penulis dalam penelitian ini.

1. Video iklan sampo yang dimaksud dalam penelitian ini adalah video iklan sampo yang telah ditayangkan di televisi dan juga diunggah di kanal YouTube.
2. Potensi pelanggaran etika berbahasa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penggunaan bahasa dalam video iklan sampo yang berpotensi melanggar ketentuan etika bahasa berbahasa berdasarkan Etika Pariwisata Indonesia Amandemen 2020 yang diterbitkan oleh Dewan Periklanan Indonesia.
3. Etika Pariwisata Indonesia (EPI) adalah sistem nilai, pedoman tata cara (*code of practice*), dan tata krama (*code of conducts*) yang berlaku bagi semua pelaku periklanan di Indonesia.
4. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda.