

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif sebagai bentuk dari proses analisis. digunakannya metode deskriptif menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Menurut Sukardi (2020, hlm. 19) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berdasarkan keunggulan suatu tujuan dari penelitian. Digunakannya penelitian deskriptif merupakan kajian dengan sasarannya merupakan struktur dan landasan mendasar sebagai realita kehidupan di masyarakat (Rahmat, 2016). Pendekatan yang dipilih mengilustrasikan dalam pendekatan kualitatif (*qualitative research*), yaitu bentuk penelitian yang melahirkan temuan-temuan yang tidak bisa dilakukan dengan penggunaan cara-cara dalam bidang statistik, kuantifikasi (pengukuran) atau dengan metode lain yang muncul dalam data tertentu.

Metode kualitatif disebut sebagai metode interpretatif karena data hasil penelitian mengenai interpretasi terhadap data yang ditemukan pada saat penelitian berlangsung. Pendekatan kualitatif digunakan karena serangkaian data tidak mengandung bilangan dan angka. Penggunaan data berkategori substantif dan menggunakan pandangan dengan rujukan yang dipilih, referensi ilmiah, dan acuan penelitian. Oleh sebab itu, posisi penelitian kualitatif tidak dengan tahap pembentukan gagasan dan penekanan ke arah makna yang terkandung dalam data yang didapatkan. Penyajian data tersaji dalam pembentukan kata verbal atau pemunculan gambar dalam proses penelitian (Creswell, 2014, hlm. 293).

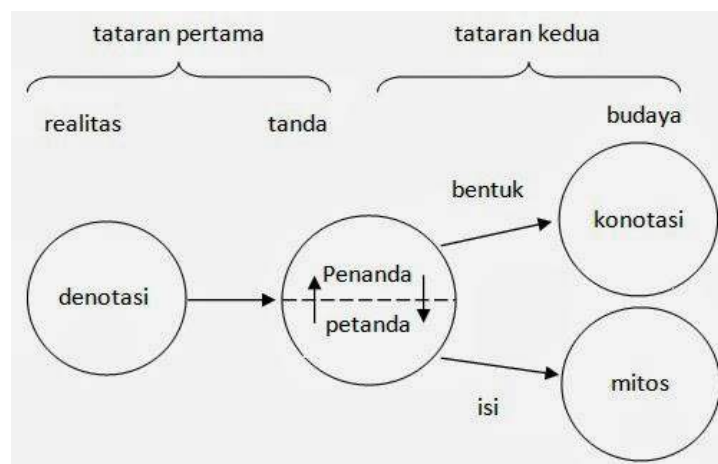
Dalam pemaparan di atas, alasan yang muncul membawa penulis untuk memilih analisis semiotika Roland Barthes dalam memaknai tanda-tanda dalam iklan rokok A-Mild versi “Bukan Main”. Hal itu penulis anggap sebagai landasan yang efektif dalam mengkaji dan menginterpretasikan makna denotasi, makna konotasi, mitos, dan kritik sosial yang terkandung di dalam iklan yang dipilih. Kajian semiotika Roland Barthes secara nyata adalah pengembangan dari semiotika Saussure, yaitu penyesuaian teori *signifier-signified* guna proses analisis selanjutnya menjadi

metabahasa dan konotasi. Barthes dalam pandangannya menjelaskan sifat denotasi yang tertutup dengan memunculkan makna secara nyata dan berfokus dalam proses penandaan. Dalam teori Barthes, pengembangannya dalam tahapan konotatif dan pendukung lain, yaitu dalam proses penandaan yang dinamakan mitos (Pratiwi dkk., 2015).

1. Signifer (Penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
4. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i> (PENANDA KONOTATIF)	5. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i> (PETANDA KONOTATIF)
6. <i>CONNOTATIVE SIGN</i> (TANDA KONOTATIF)	

Gambar 3. 1 Peta Tanda Roland Barthes

Dalam peta analisis Barthes diatas, ditemukan adanya tanda denotatif (3) terdiri dari penanda (1) dan petanda (2). Merkipun begitu, dalam hal ini tanda denotatif pun merupakan penanda konotatif (4). Selanjutnya, dalam konsep tanda Barthes, tanda konotatif tidak hanya mempunyai makna tambahan saja melainkan mengandung kedua tahapan tanda denotatif yang muncul eksistensinya.



Gambar 3. 2 Signifikasi Dua Tahap Roland Barthes

Dalam penyajian gambar di atas, tataran signifikasi awal ialah hubungan penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) dalam sebuah tanda tertentu terhadap realita eksternal.

1. Denotasi

Makna denotasi yang merupakan hubungan antar penanda dan petanda dalam sebuah tanda dan tanda itu mengacu dalam realitas eksternal. Hal tersebut mengacu dalam *common-sense* dapat disebut sebagai makna tanda nyata (Barthes, 2017, hlm. 8-9). Denotasi ialah sistem signifikasi tingkat pertama dan sekaligus proses penangkapan dari audiens terhadap iklan yang diamati. Pembatasan harus dilakukan dalam tahap denotasi, jika melebihi itu maka sudah berpindah dalam tataran konotasi.

2. Konotasi

Menurut Hoed (2014, hlm. 25) konotasi merupakan pemunculan makna baru yang ditafsirkan pemakai tanda sebagai keinginan pribadinya, hal yang melatar belakangi pengetahuannya, atau konvensi yang baru terbentuk di masyarakat. Barthes percaya bahwa manusia menggunakan persepsi suatu hal tertentu tidak sampai dalam tataran makna denotasi saja. Akan tetapi, manusia memakai pemahamannya dengan beragam proses penafsiran dan pemaknaan yang memunculkan makna selanjutnya, yaitu hasil konotasi. Proses tanda konotatif memiliki kedua bagian tanda denotatif yang mendasari kemunculannya sebagai makna lain atau tambahan.

3. Mitos

Tahapan selanjutnya adalah pemaknaan mitos yang didefinisikan sebagai pembentuk cerita kompleks dalam menafsirkan serta melambangkan berbagai aspek tersembunyi yang terlahir atas keberadaan manusia di masyarakat sampai makhluk transmanusia (Hoed, 2014, hlm. 52). Tidak mengherankan bahwa dalam mitos banyak terdapat lambang yang harus dipahami oleh pembacanya (atau pendengarnya). Fungsi mitos digunakan untuk memberitahu dan membujuk suatu persoalan kepada

audiens dan bertujuan untuk memberdayakan pikiran audiens dengan pemahaman yang sudah disampaikan sebelumnya.

4. Kritik Sosial

Menurut Horkheimer, proses mengkritik wajib menilai sesuatu (tidak ada keberpihakan) agar menimbulkan ke arah perbaikan atau transisi sosial dengan rasa curiga yang terbangun di atas peristiwa sosial di masyarakat, merombak atas pemahaman (*what appears*) atau palsu (Poespowargojo dan Seran, 2016). Kritik sosial biasanya muncul dalam lirik lagu yang mengangkat tema politik, ekonomi, pemerintah, hukum, pendidikan, moral dan kemanusiaan.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis untuk mengetahui sistem tataran signifikasi tahap pertama, yaitu proses pemaknaan denotasi, serta tataran signifikasi tahap kedua, yaitu makna konotasi, mitos, dan juga kritik sosial di masyarakat dalam lirik lagu iklan A-Mild versi “Bukan Main”. Selanjutnya, agar dapat dijelaskannya tahap signifikasi tersebut, penggunaan teori Roland Barthes penulis pilih untuk membedah makna yang ditampilkan dalam iklan itu.

3.2 Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

Dalam menentukan tahapan dalam instrumen penelitian, pemilihan alat bantu yang akan digunakan peneliti untuk mengolektifkan data penelitian. Tahapan instrumen yang dipilih, peneliti mengetahui data beserta jawaban-jawaban yang dibutuhkan dalam proses analisis data (Millenienbun & Tamburian, 2021). Berikut pedoman yang dilakukan dalam mengumpulkan data penelitian.

a. Studi Observasi

Studi observasi yang dilaksanakan pada proses penelitian terkait dalam pengumpulan data kemudian diproduksi oleh produsen dalam media internet. Observasi penting dilakukan untuk mendukung dalam kelengkapan data yang diperlukan pada proses penelitian yang dipilih.

b. Studi Dokumentasi

Proses studi dokumentasi dilaksanakan pada proses penelitian terkait dalam pengumpulan data yang diproduksi oleh produsen dalam media internet. Dokumentasi ini dibutuhkan untuk mendukung dalam kelengkapan data yang diperlukan pada proses penelitian yang dipilih.

2. Data dan Sumber Data

Dalam penyajian data, penulis memakai sumber data yang dipilih dari hasil mendokumentasikan iklan rokok A-Mild versi “Bukan Main” dalam laman Youtube. Dalam hasil pendokumentasian, data dibagi atas dua kekhususannya:

a. Data Primer

Data dalam bentuk video iklan yang diambil dari laman Youtube dan teks dalam tanda berupa kata, kalimat, dan adegan dalam pemunculannya dalam iklan rokok A-Mild versi “Bukan Main”. Pemerolehan data primer melalui observasi mendalam terhadap data yang sudah dikumpulkan. Data primer bersumber dari Kanal Youtube Iga Massardi dengan judul “BUKAN MAIN!” yang diunggah pada tanggal 20 Februari 2020. Kanal Youtube Akame Hiragi yang berjudul “(Iklan Terbaru 2022) Sampoerna A Mild “Solusi Lo Masalah Buat Gue” yang diunggah pada tanggal 15 Mei 2022. “(Iklan Terbaru 2022) Sampoerna A Mild versi Lampu Merah “Solusi Lo Masalah Buat Gue” yang diunggah pada tanggal 23 Mei 2022.

b. Data Sekunder

Dalam penyajian data sekunder dalam mendukung penelitian yang dilakukan adalah artikel dari laman resmi Sampoerna A-Mild dalam membahas versi “Bukan Main” dan pendukung lainnya, seperti jurnal penelitian yang saling terkait sebelumnya. Data sekunder diperoleh melalui observasi mendalam terhadap data yang sudah dikumpulkan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh iklan rokok A-Mild versi “Bukan Main”, peneliti melakukan unduh video tersebut di media internet (Youtube). Iklan tersebut kemudian dijadikan bahan penganalisisan dalam penelitian ini. Studi kepustakaan seperti rujukan yang dipilih sesuai dalam tujuan penelitian agar terpenuhinya kelengkapan data analisis.

Dalam terlaksananya penelitian yang dilakukan, teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah sebagai berikut.

1. Studi Observasi

Observasi penting dilakukan sebagai upaya dalam mendapatkan data dengan tahapan pengamatan dalam kegiatan secara benar dan mencatat peristiwa yang hadir serta dipertimbangkannya aspek pada peristiwa itu. Tahap observasi dilaksanakan dengan cara melihat tayangan iklan di televisi dan menontonnya kembali video iklan rokok A-Mild versi “Bukan Main” di Youtube. Studi observasi yang dilaksanakan pada proses penelitian terkait dalam pengumpulan data kemudian diproduksi produsen iklan dalam media internet di laman Youtube. Dalam tahap pengumpulan data, peneliti melakukan proses menonton iklan yang bersumber dari lama Youtube. Setelah mendapatkan data yang akan dipilih, yaitu iklan rokok A-Mild versi “Bukan Main”. Proses selanjutnya adalah melakukan studi dokumentasi dalam mengumpulkan data yang ada dalam iklan tersebut.

2. Studi Dokumentasi

Dokumentasi perlu dilakukan sebagai pendukung data dalam memperkuat data primer yang bersumber dari hasil laporan dan dokumentasi penulis. Selanjutnya, teknik ini dilaksanakan pada proses pendokumentasian iklan yang terdapat di laman Youtube dalam bentuk video. Studi dokumentasi yang dilaksanakan pada proses penelitian terkait dalam pengumpulan data kemudian diproduksi produsen iklan dalam media internet di laman Youtube. Dalam tahap pengumpulan data, peneliti melakukan proses menonton iklan yang bersumber dari lama Youtube.

Selanjutnya, peneliti melakukan jepretan layar (*screenshot*) untuk menyusun setiap iklan sesuai dengan adegan yang ditampilkan.

3. Studi Kepustakaan

Dalam proses kepustakaan, penulis mencari sumber referensi guna memperkuat objektivitas dalam pelaksanaan penelitian. Dalam pustaka acuan, penulis mencari macam-macam bentuk karangan ilmiah (skripsi, tesis, disertasi), bentuk artikel, dan proses mencari di laman internet terkait dengan topik penelitian. Melalui cara di atas, diharapkan dapat membantu dalam menyusun penelitian.

3.3 Analisis Data

Proses analisis data dilaksanakan dengan menunjuk pendapat dalam teori (Susanti dkk., 2021), yaitu 1) *reduksi data (data reduction)*, 2) *penyajian data (data display)*, 3) menghasilkan simpulan, dan *conclusion drawing/verifying* (verifikasi). Pada tahapan reduksi data dengan cara merangkum, menunjuk hal pokok utama, memfokuskan hal-hal penting dan kemudian mencari tema beserta pola yang terbentuk. Proses reduksi data adalah bentuk dari berpikir secara sensitif yang diperlukannya keluasan dan kecerdasan dan tingginya wawasan seseorang (Sugiyono, 2014, hlm. 337). Dalam pengumpulan data sebagai tahap awal, dilakukannya proses pembacaan secara kritis dalam objek yang akan diteliti dalam menganalisis data yang dipilih. Berdasarkan prosedur analisis data, terdapat beberapa langkah yang akan ditempuh dalam penelitian ini, yaitu 1) penentuan objek yang akan diteliti; 2) penentuan fokus dalam penelitian, yaitu analisis semiotika makna tanda dalam iklan rokok A-Mild versi “Bukan Main”; 3) melakukan observasi dan dokumentasi; 4) proses analisis objek penelitian; dan 5) penyusunan laporan penelitian.

Teknik analisis data dalam iklan rokok A-Mild versi “Bukan Main”, yaitu digunakannya model semiotika Roland Barthes. Dilakukannya langkah awal dengan cara mendokumentasikan rekaman iklan dan kemudian diuraikan atau dipotong berdasarkan adegannya. Langkah selanjutnya, melakukan analisis berupa adegan dalam iklan menggunakan teori Semiotika Roland Barthes. Teori tersebut

menghasilkan makna denotasi, makna konotasi, dan mitos sebagai bentuk dari pemahaman makna yang terkandung dalam setiap adegan iklan rokok A-Mild versi “Bukan Main”. Dalam kehidupan berbudaya, pemaknaan pemakai tanda bukan hanya sebatas denotasi, makna umum yang beredar di masyarakat. Barthes mengatakan bahwa denotasi adalah sistem yang pertama. Konotasi muncul sebagai makna terbaru dalam pemakai tanda yang sesuai dengan keinginannya, pengetahuan yang melatarbelakanginya, atau kesepakatan baru yang muncul di masyarakat. Konotasi adalah dimensi “ideologi” tanda (Sugiyono, 2014, hlm. 143). Selanjutnya, Penggunaan teori Horkheimer dipakai guna melihat kritik sosial yang muncul dalam lirik lagu iklan tersebut.