

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab tiga terdiri atas formulasi data pada penelitian ini, dilakukan metode penelitian yang mencapai akurasi dan presisi dalam pengolahan data, teknik analisis data, teknik pengumpulan data. Pemaparan pada bab ini dimulai dari (3.1) desain penelitian, (3.2) objek penelitian, (3.3) sumber data, (3.4) teknik pengumpulan data, (3.5) teknik analisis data, dan (3.6) proses analisis.

3.1 Desain Penelitian

Metode semiotik pragmatis dan sudut pandang kualitatif keduanya digunakan dalam penelitian ini. Fokus penelitian ini adalah analisis, makna, interaksi, dan hubungan dari suatu fenomena sosial budaya, maka digunakan sudut pandang kualitatif terkait mode yang terjadi di acara televisi Prancis "*Les Reines Du Shopping*", Oleh karena itu, temuannya lebih merupakan pernyataan daripada data numerik. (Wray, Trot, Bloomer 2009 dan Denzin & Lincoln 2009).

Tujuan penelitian kualitatif deskriptif pada penelitian ini agar memberikan gambaran yang sistematis tentang fakta-fakta makna tanda-tanda verbal tentang busana oleh pemerhati fesyen di acara televisi Prancis "*les reines du shopping*"/ratu belanja, serta melalui jaringan pemahaman secara sosial, wujud muatan budaya mode di Prancis pada acara televisi tersebut. Penelitian semiotik kebanyakan menggunakan paradigma kualitatif dengan dimensi metodologis yang membagi data ke dalam kategori auditori, tekstual, dan audiovisual.

Sebagian besar penelitian ini menggunakan teks sebagai sumber data utama analisis, baik sebagai perwakilan pengalaman maupun sebagai fokus utama penelitian. Untuk memahami budaya dalam konteks sosial tertentu, pendekatan kualitatif lebih sering digunakan untuk mengevaluasi materi dalam bentuk teks, gambar, simbol, dan

lain-lain. Pendekatan kualitatif ini pun mencakup teknik identifikasi, pengolahan, dan analisis dokumen untuk mengetahui maknanya.

3.2 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah tayangan televisi Prancis bertema mode busana wanita Prancis di saluran televisi Prancis M6 berjudul "*les reines du shopping*"/ratu belanja. Sejauh ini telah berjalan empat musim, pertama kali disiarkan pada Juni 2013. Ditayangkan setiap Senin sampai Jum'at, dihadiri oleh lima kandidat wanita berusia 18 hingga 70 tahun yang begitu bersemangat berbelanja dan memperhatikan penampilannya, kelima kandidat tersebut memasuki kompetisi belanja di bawah pengawasan ahli konsultan gaya bernama Cristina Córdula.

Setiap minggu, tema ditetapkan oleh Cristina Cordula untuk menyusun penampilan 5 kandidat agar bersaing dan membuat tampilan yang sesuai pada tema yang telah ditentukan, misalnya: tema wawancara kerja, datang pada acara pesta ulang tahun, pertemuan dengan ibu mertua, trendi dengan sepatu bot warna-warni, dll. Setiap kandidat memiliki waktu maksimal tiga jam dan diberi anggaran terbatas untuk menciptakan tampilan orisinal dan berdasarkan tema. Dari pakaian lengkap, gaya rambut hingga rias wajah, kontestan harus menunjukkan kecepatan dan kreativitas untuk menyusun tampilan yang selaras sempurna dengan tema minggu tersebut, setiap kandidat akan diperhatikan dengan cermat oleh para pesaingnya.

Sepanjang program, Cristina Córdula akan memberikan pendapat profesionalnya dalam semua objektivitas dengan saran gaya yang diperlukan. Setelah waktu yang diberikan untuk salah satu kandidat berbelanja berdasarkan tema selesai, urutan kegiatan selanjutnya adalah peragaan busana. Kandidat pada hari tersebut harus berparade di depan lawan-lawannya di mana kandidat tersebut akan dinilai dan diberi komentar. Pada hari terakhir dalam seminggu, di hari ke lima kompetisi, Cristina akan datang untuk memberikan masing-masing skor yang sangat penting. Kandidat yang terpilih sebagai "Ratu Belanja" akan memenangkan cek senilai 1.000€.

3.3 Sumber Data

Dua kategori sumber yang digunakan untuk mendapatkan data untuk penyelidikan ini, yaitu:

3.3.1 Data Primer

Sebagian besar kata dan frasa yang mengandung istilah "pakaian wanita Prancis" pada tayangan acara televisi bertema fesyen berjudul "*les reines du shopping*" atau ratu belanja digunakan sebagai sumber data utama penelitian ini. Data segera dikumpulkan dengan observasi dan mendengarkan secara seksama, penuh perhatian, dan mendalam pada setiap segmen video. "*les reines du shopping*". Selanjutnya, adegan-adegan atau bagian-bagian yang dianggap mengandung makna, leksikon, dan budaya fesyen perempuan Prancis akan diambil dan dijadikan lampiran penelitian dalam bentuk cetakan (foto atau print).

3.3.2 Data Sekunder

Untuk mendukung penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder berupa penelitian kepustakaan, yang dapat mendukung data tersebut untuk menjawab pertanyaan penelitian. Peneliti menggunakan literatur yang diambil dari kamus, buku, jurnal, makalah, internet, yang berhubungan dengan penelitian. Komponen pakaian wanita Prancis diperoleh dari ciri-ciri dan definisi yang disebutkan dalam referensi, referensi yang digunakan peneliti adalah:

1. Kamus *Larousse Illustrée* (2018).
2. *Lexique de la Mode* (tabloïdmode.media).
3. *Lexique du vestiaire féminin* (laselectionparisienne.com).
4. Artikel *Classification du Textile* oleh *Europe Trade Comission* (*Europe.eu*).

Melalui penelitian kepustakaan, peneliti yang menyajikan data dalam bentuk korpus dapat mengetahui makna dari simbol-simbol yang terdapat pada sumber data yang diteliti, mengkaji data yang dikumpulkan dengan membaca teori Barthes dan teori Peirce, sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang valid.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengamati dengan teliti secara keseluruhan objek atau materi penelitian. 20 episode diambil melalui YouTube dari potongan *scene* dalam tayangan acara TV "*les reines du shopping*", kemudian diambil data-data dalam bentuk korpus agar dapat diketahui makna dari tanda-tanda yang terdapat pada sumber data yang diteliti. Sehingga data-data yang terkumpul dapat dianggap merepresentasikan permasalahan penelitian.

Langkah – langkah yang peneliti lakukan saat melakukan pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Menonton acara tayangan TV "*les reines du shopping*" yang tersedia di Youtube.
2. Menandai kata, frasa, kalimat dan gambar yang tergolong dalam kategori pakaian wanita masyarakat Prancis.
3. Mencatat term-term tersebut lalu mengklasifikasikan setiap istilah pakaian wanita Prancis ke dalam tabel data yang telah disediakan.
4. Mengklasifikasikan kategori fesyen berbusana yang berkaitan dengan tanda-tanda verbal para peserta sekaligus pemerhati fesyen pada budaya fesyen di Prancis.

3.5 Teknik Analisis Data

Informasi yang dikumpulkan, terutama *cutscene* yang menggambarkan keragaman leksikon dan makna pada fesyen wanita Prancis, disajikan secara ringkas. Data yang dihasilkan kemudian dikelompokkan dan diolah untuk dianalisis sesuai dengan tujuan utama data, yakni data yang bersifat praktis dan mencerminkan pembahasan penelitian. Untuk menganalisis busana dipahami maknanya dalam penelitian ini yakni menggunakan teori Semiosis Peirce (1940).

Metode semiotik pragmatik digunakan dalam penelitian ini karena tanda dan maknanya dianggap sebagai proses kognitif yang dikenal dengan *semiosis*, yaitu proses pemaknaan dan interpretasi tanda yang berangkat dari hal-hal yang konkrit dan terdiri dari tiga tahap. Penyerapan aspek representasi tanda melalui panca indera merupakan tahap awal. Tahap kedua secara spontan menghubungkan *representament* dengan pengalaman manusia yang menginterpretasikan *representament* yang disebut *object*.

Langkah terakhir menginterpretasikan objek berdasarkan preferensinya. Tahap ketiga ini dikenal sebagai *interpretant*. (Hoed, 2014).

Sedangkan teori Roland Barthes, signifikasi dua tahap berupa denotasi, dan konotasi digunakan untuk mendeskripsikan wujud pemahaman secara sosial terkait muatan budaya dalam mode berbusana Prancis. Denotasi adalah tanda yang terdapat pada suatu objek. Makna konotasi adalah makna yang menjelaskan makna tanda yang muncul dalam makna denotasi. Sedangkan mitos adalah makna yang berasal dari makna konotatif atau makna yang terkait dengan budaya dan kepercayaan masyarakat untuk membantu penjelasan makna konotatif.

Analisis semiotik memerlukan pemeriksaan yang lebih dalam terhadap simbol, informasi, dan makna. Peneliti melakukan metode analisis data dalam penelitian ini dengan mengumpulkan data berupa dokumen video kemudian mengevaluasinya menggunakan teori yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Dengan demikian, gubungan masalah-masalah umum secara keseluruhan akan terlihat jelas guna menggambarkan kekuatan kesimpulan.

Dalam menganalisis sejauh mana data keberterimaan representasi penampilan pada mode masing-masing peserta di acara televisi Prancis "*les reines du shopping*" /ratu belanja, teori yang akan digunakan adalah teori respons audiens dari Saifullah (2019). Berikut adalah indikator untuk masing-masing kategori preposisi mendukung, preposisi membantah, dan preposisi ambigu/netral.

- 1) Indikator proposisi mendukung, yaitu komentar verbal konotasi positif, seperti memuji, berterima kasih, atau bertepuk tangan, digunakan sebagai indikator pendukung proposisi.
- 2) Indikator proposisi membantah, yaitu komentar verbal yang digunakan berkonotasi negatif; berupa membantah/tidak setuju/mengkritik/mengeluh/menyalahkan terhadap ide-ide representasi penampilan sebuah mode.

- 3) Indikator proposisi ambigu/netral, yaitu ucapan verbal yang digunakan tidak mengandung konotasi positif dan negatif, serta tidak menunjukkan sikap mendukung/membantah dengan isi representasi penampilan sebuah mode.

3.6 Proses analisis

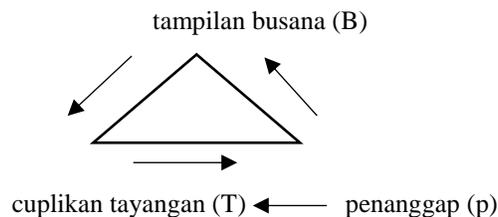
Menguraikan frame audio dan video adalah satu hal dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data. Lembar kerja analisis telah dibuat agar lebih sistematis dan mudah dipahami.

Tabel 1. Kerja Analisis

Scene		
Tema	Durasi	Dialog
1.		

Setelah pengelompokan selesai, gambar-gambar dalam klip video dievaluasi, dan peneliti melanjutkan untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan item dalam bentuk tanda, membuat tabel makna seperti yang terlihat di bawah ini:

Tabel 2. Proses Pemaknaan Busana



Setelah melakukan hal tersebut, terlihat bahwa representasi keragaman kosakata pada fudaya busana wanita Prancis dalam tayangan televisi berjudul "*les reines du shopping*" konsisten dengan pertanyaan studi yang ada, hingga tujuan peneliti, dan menyajikan gambaran lengkap. Data tersebut akan disajikan dan dideskripsikan secara jelas.