

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai hal-hal yang berhubungan dengan desain penelitian, data dan sumber data, pengumpulan data serta analisis data penelitian.

3.1 Desain Penelitian

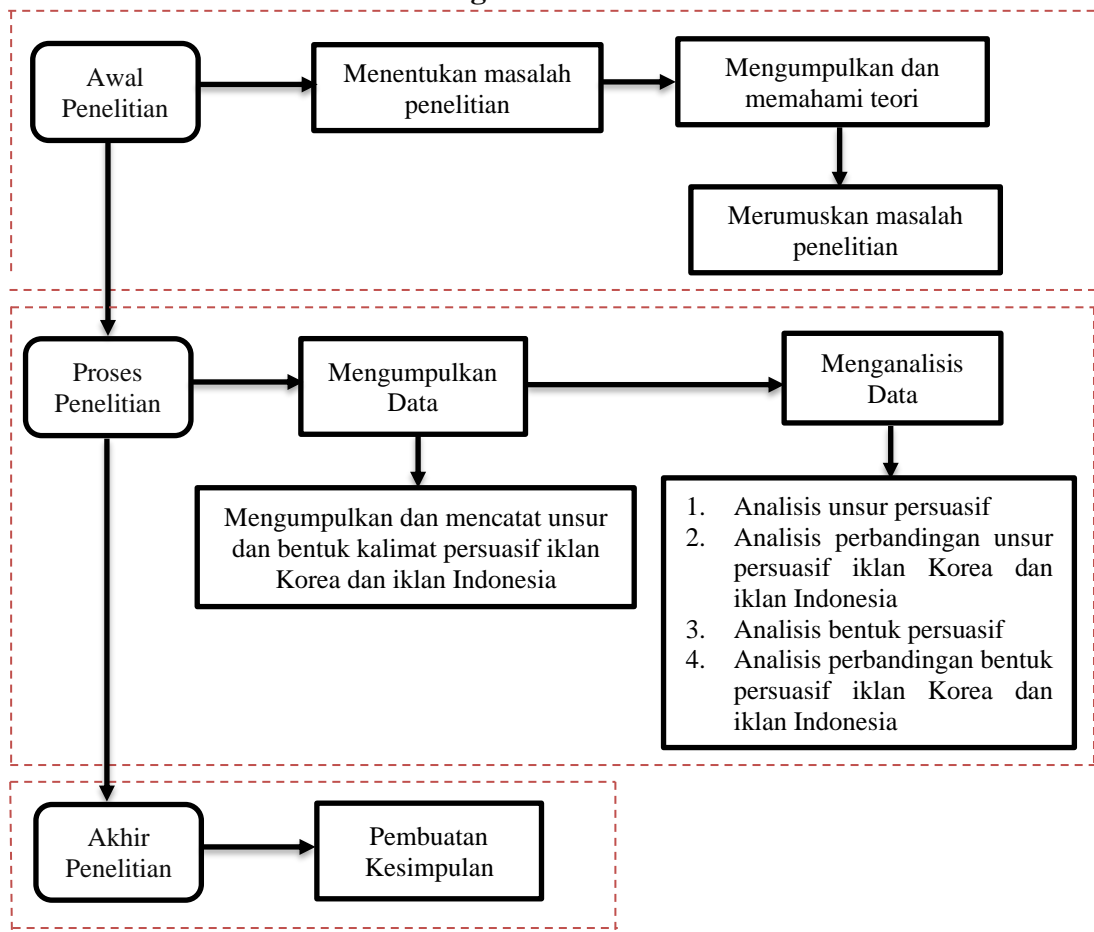
Selama melakukan sebuah penelitian perlu adanya metode yang digunakan untuk merencanakan tindakan yang diambil nantinya. Desain penelitian adalah rancangan dalam penelitian yang digunakan untuk menjadi pedoman ketika melakukan proses penelitian. Tujuan desain penelitian adalah sebagai pegangan yang jelas dan terstruktur bagi peneliti selama melakukan penelitiannya. Menurut Nazir (dalam Hakim, 2014) desain penelitian adalah segala proses yang akan dilakukan dalam merencanakan dan melaksanakan penelitian, yang dimulai dari tahap persiapan sampai tahap penyusunan. Moleong (2016) mendeskripsikan metode kualitatif sebagai penelitian yang dengan maksud untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara utuh dan melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks alamiah dengan menggunakan berbagai metode alamiah. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan perbedaan dan persamaan pada unsur dan bentuk kalimat persuasif pada iklan Korea dan iklan Indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena keinginan peneliti untuk membahas tentang kebahasaan yang berkaitan dengan membandingkan bahasa pertama (B1) dan bahasa kedua (B2). di dalamnya dikonstrastifkan unsur dan bentuk kalimat persuasif yang terdapat dalam iklan Korea dan iklan Indonesia, karena penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan perbedaan dan persamaan kalimat persuasif yang ada dalam iklan Korea dan iklan Indonesia. Menurut Mukhtar (2013: 10)

Metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang peneliti gunakan untuk menemukan informasi atau teori penelitian pada waktu tertentu. Penelitian deskriptif merupakan suatu rumusan masalah yang membantu peneliti untuk mencari tahu atau mencatat situasi sosial yang akan diteliti secara keseluruhan, luas, dan mendalam. Bungin (dalam Utami, 2021) penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu pendekatan yang mempunyai tujuan untuk menjelaskan, merangkum sebuah kondisi yang diambil dari beberapa variabel yang menjadi objek suatu penelitian berdasarkan apa yang terjadi.

Dalam melakukan metode penelitian deskriptif kualitatif terdapat tiga tujuan yaitu mendeskripsikan hal yang menjadi masalah, menjelaskan apa saja masalah yang ditemui, dan memvalidasi temuan-temuan yang telah didapat dari sebuah penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah iklan Korea dan iklan Indonesia khususnya iklan kosmetik. Kemudian data yang telah terkumpul akan dianalisis. Berikut alur penelitian ini:

Gambar 3.1 Bagan Desain Penelitian



3.2 Data dan Sumber data

Penelitian ini menggunakan data yang berupa kalimat persuasif, dengan sumber data berupa iklan kosmetik yang berasal dari produk kecantikan yang berbahasa Korea dan berbahasa Indonesia. Sumber data iklan kosmetik yang dipilih berdasarkan iklan Korea dan iklan Indonesia yang dibintangi oleh artis Korea dan iklan yang ada di tahun 2020 sampai 2023. Sumber data dipilih dengan didasari pertimbangan bahwa dalam sumber data memiliki perbedaan dan persamaan yang memudahkan penelitian. Sumber data yang digunakan pada iklan kosmetik Korea yaitu INNISFREE, Laneige, NATURE REPUBLIC, BANILA CO, Clio Cosmetic, ETUDE, dan 3CE Stylenanda. Sementara, untuk iklan kosmetik Indonesia yaitu Somethinc, Avoskin, Azarine, Whitelab, MS Glow, Scarlett Whitening, dan Everwhite. Setelahnya data dianalisis berdasarkan unsur dan bentuk kalimat persuasif.

3.3 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menerapkan teknik simak dan catat, yaitu peneliti akan menyimak iklan Korea dan iklan Indonesia khususnya iklan kosmetik dengan melakukan pengamatan mendalam. Selanjutnya, peneliti mencatat hasil dari menyimak tadi menjadi format data. Peneliti melakukan penelitian ini dengan metode deskriptif kualitatif yaitu langkah-langkah yang digunakan untuk mendapatkan data deskriptif, baik yang berbentuk tulisan, ucapan, ataupun perilaku-perilaku yang diamati (Moleong dalam Sari dan Samaya, 2021). Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data kalimat persuasif dari sumber data untuk penelitian, dan juga studi literasi digunakan untuk memperkuat alasan dalam menginterpretasikan dan mendeskripsikan mengenai kalimat persuasif pada iklan Korea dan iklan Indonesia yang telah ditemukan dan telah melalui tahap observasi.

3.4 Teknik Analisis Data

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian perlu dilakukan analisis data. Bentuk analisis data dapat berupa keterangan-keterangan yang diambil melalui studi keperpustakaan. Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data: Tahap pertama, peneliti mulai mengumpulkan data berupa iklan Korea atau iklan Indonesia yang terdapat di media sosial Instagram atau YouTube, kemudian data yang telah dipilih, dikumpulkan akan dikonstrastifkan terlebih dahulu. Selanjutnya mencari perbedaan dan persamaan data tersebut. Tahap kedua, setelah ditemukan perbedaan dan persamaan, hasil dari perbedaan dan persamaan data ditulis dalam bentuk laporan karya ilmiah.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan tiga tahapan untuk menganalisis data pada penelitian kualitatif yang merupakan tahapan dari Miles dan Huberman (dalam Rijali, 2018) yaitu:

- 1) Reduksi data, proses memilah, membuang data yang tidak diperlukan. Dalam hal ini peneliti fokus mencatat dan memperoleh data berupa kalimat persuasif dalam iklan Korea dan iklan Indonesia khususnya pada iklan kosmetik yang dibintangi oleh orang Korea. Kemudian dianalisis hanya data yang berkaitan dengan masalah yang dianalisis yaitu, kalimat persuasif pada iklan Korea dan iklan Indonesia. Adapun tabel analisis yang digunakan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tabel Unsur Persuasif dalam Kalimat Persuasif Iklan Korea dan Iklan Indonesia

No.	Iklan Korea	Persuader	Persuadee	Pesan	Saluran	Efek	Umpan balik	Lingkungan
1.	라포티셀 #매일매일 #순하게 #매끈하게	The Boyz	Penggemar The Boyz, masyarakat umum, dan atau <i>beauty influencer</i>	Pesan terkait produk kosmetik Lapothicell seperti kelebihan produk, ajakan, alasan untuk menggunakan produk.	Instagram	Lapothicell semakin dikenal oleh penggemar The Boyz, dan masyarakat umum	<i>Review</i> produk, dan meningkatnya penjualan produk	Korea Selatan dan luar negeri
No.	Iklan Indonesia							
1.	Jaemin sweet banget!!! Katanya jangan lupa skincarean pakai Somethinc biar kulitnya Jinjja Glowing!	Jaemin (NCT Dream)	Penggemar NCT Dream, masyarakat umum, dan atau <i>beauty influencer</i>	Pesan untuk menggunakan produk Somethinc	Instagram	Semakin banyak pengguna produk Somethinc	Adanya peningkatan kualitas produk	Masyarakat Indonesia

Tabel 3.2 Tabel Bentuk Persuasif dalam Kalimat Persuasif Iklan Korea dan Iklan Indonesia

No.	Iklan Korea	Ajakan	Perintah	Saran	Meyakinkan
1.	원우가 선택한 블루 메디나 탠저린 핸드 리프레셔 구매 시, 원우 인화 사진 증정				

	지금 올리브영에서 만나보세요!				
2.	터치는 섬세하게, 고정은 강력하게!				1
No.	Iklan Indonesia	Ajakan	Perintah	Saran	Meyakinkan
1.	Apalagi kalo pakenya #NewProduct #CaliforniaAloeMositureT oneUpSunblock yang bisa memberikan efek Tone Up, jadi kulit kamu akan terlihat lebih cerah			1	
2.	Be ready karena aku mau ajakin kalian buat ketemu para bujang ganteng gak di Indonesia tapi langsung ke Korea Selatan!				

- 2) Penyajian data, setelah dilakukannya pemilihan data berupa kalimat-kalimat dalam iklan yang telah ditetapkan akan dikonstrastifkan untuk mencari perbedaan dan persamaan menggunakan teori dan ilmu terkait sehingga memperoleh unsur persuasif dan bentuk persuasif apa saja yang ada pada iklan Korea dan iklan Indonesia khususnya iklan kosmetik.
- 3) Kesimpulan, diambil berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan digabungkan dengan teori dan kaidah keilmuan yang telah dipelajari oleh peneliti. Kesimpulan masih perlu melakukan penelitian kembali sampai hasil yang diperoleh adalah hasil yang valid, dan kesimpulan akhir akan dideskripsikan ke dalam sebuah paragraf deskriptif oleh peneliti.