

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif, karena masalah-masalah yang akan diteliti memerlukan pengamatan dan penelitian yang mendalam serta berusaha mendeskripsikan segala sesuatu yang terjadi pada saat peneliti melakukan penelitian dari data yang didapatkan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian penggunaan bahasa slogan pada teks iklan film ini memiliki ciri-ciri yang sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu metode penyelidikan yang tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang dan metode ini meliputi masalah aktual dengan jalan mengumpulkan, menyusun, mengklasifikasikan, menganalisa, dan menyimpulkan (Winarno, 1982 : 139). Hal itu sejalan dengan Sudaryanto (1988 : 62) istilah deskriptif digunakan penelitian yang dilakukan semata-mata hanya berdasarkan fakta-fakta yang ada.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif. Artinya, data-data yang telah ditemukan berupa slogan pada teks-teks iklan film Indonesia edisi tayang tahun 2001-2007, kemudian diidentifikasi dan klasifikasi terhadap fungsi bahasa/tuturan setelah itu menyimpulkan hasil pembahasan analisis dengan tujuan untuk mengetahui teks slogan iklan film yang berupa pemakaian gaya bahasa, makna dan implikasinya. Data penelitian kemudian diklasifikasi menurut gender besar, yakni komedi/remaja, drama, dan genre horor.

Setelah data diidentifikasi dan diklasifikasikan, kemudian peneliti menggunakan teknik sampling bertujuan (*purposive sample*), yakni pengambilan sampel ditentukan suatu data menjadi sampel atau tidak didasarkan pada tujuan tertentu, misalnya dengan pertimbangan profesional yang dimiliki oleh si peneliti dalam usahanya memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian, (Sukardi, 2007 : 64).

Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan mengambil data dari jumlah judul film dari masing-masing gender. Hal tersebut diambil juga berdasarkan atas pertimbangan film-film edisi tayang 2001-2001 yang cukup banyak mendapatkan apresiasi dari penonton. Sampel yang sudah ditetapkan kemudian dianalisis dengan tujuan untuk mengetahui gaya bahasa dan makna yang terkandung pada teks slogan iklan film.

3.2 Sumber Data dan Korpus

Sumber data adalah darimana data tersebut peneliti peroleh. Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh peneliti adalah catatan yang berasal dari teks slogan iklan film Indonesia dari tahun 2001-2007.

Sedangkan korpus adalah data dan konteks penelitian. Adapun korpus penelitian ini adalah slogan atau teks iklan yang terdapat pada film Indonesia dari tahun 2001-2007 yang telah diidentifikasi dan dipilih secara random pada masing-masing gender serta jawaban dari responden sesuai dengan angket yang telah dibuat dan disebar oleh peneliti.

3.3 Teknik Penelitian

3.3.1 Teknik Pengumpulan Data

Di dalam kegiatan pengumpulan data, peneliti menggunakan metode analisis dokumen. Dokumen merupakan sumber informasi yang lestari, sekali pun dokumen itu sudah tidak berlaku lagi. Oleh karena itu, peneliti melakukan observasi langsung untuk mencari data-data iklan film Indonesia yang dibutuhkan sebagai bahan untuk penelitian. Data yang dikumpulkan diantaranya di dapatkan selain dari poster maupun pamflet, data juga di dapatkan dari internet dan VCD film-film Indonesia yang dipasarkan. Baru setelah data yang diperlukan telah terkumpul, data kemudian di klasifikasi.

Adapun kerja pengumpulan data secara teknis adalah sebagai berikut:

- 1) Teknik catat, mendokumentasikan semua judul film Indonesia yang diproduksi dari tahun 2001-2007. Mengklasifikasi judul film yang memiliki slogan atau teks iklan film Indonesia tahun 2001-2007 pada masing-masing gender, yakni drama, komedi/remaja, dan horor. Mengambil dari jumlah sampel tiap gender untuk kemudian dianalisis;
- 2) Teknik angket, yakni menyebarkan angket kepada responden (multi generasi, usia antara 14 tahun sampai dengan 40 tahun), dengan cara menyebarkan angket kepada responden yang telah mengisi format angket yang telah disediakan.

3.3.2 Teknik Pengolahan Data

Setelah proses pengumpulan data, kemudian langkah selanjutnya yaitu data akan diolah di dalam teknik pengolahan data. Adapun pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi data pada film-film Indonesia edisi tayang tahun 2001-2007 yang mempunyai slogan pada teks iklan filmnya;
- 2) Mengklasifikasikan film-film Indonesia edisi tayang 2001-2007 yang telah diidentifikasi menurut 3 gender besar, yakni komedi/remaja, genre drama, dan genre horor;
- 3) Mengambil 25% dari keseluruhan jumlah slogan iklan film Indonesia edisi tayang 2001-2007 di tiap gender yang telah diklasifikasikan;
- 4) Penyalinan ke dalam kartu data hasil identifikasi, hal itu dilakukan agar mempermudah dalam proses analisis data penelitian;
- 5) Menganalisis dari kartu data, data yang diperoleh dari hasil proses identifikasi kartu data, kemudian dianalisis berdasarkan pemakaian gaya bahasa dan makna yang muncul berdasarkan atas konteks judul film dengan isi cerita. Dari analisis kartu data tersebut akan terlihat dan tergambar gaya bahasa yang dipergunakan pada slogan iklan film, dan bagaimana hubungan atau pun relevansi antara makna slogan iklan film dengan isi cerita film;
- 6) Angket responden (penonton) dari pertanyaan yang diajukan mengenai relevansi antara slogan iklan dengan judul film, implikasi yang ditimbulkan dari slogan iklan film. Angket yang telah disebar kemudian dianalisis secara

deskriptip dengan menggunakan presentasi guna mengetahui seberapa besar hubungan antara teks slogan iklan film dengan judul dan cerita film serta implikasi yang ditimbulkan dari slogan iklan film Indonesia edisi tayang 2001-2007 berdasarkan gender yang sudah diklasifikasikan.

3.3.3 Model Analisis Pengolahan Data

Berikut ini adalah contoh dari pengklasifikasian data menurut gaya bahasanya:

Data yang di dapat : **6:30 (2007)**

Teks Iklan Film : Yang dibutuhkan hanya satu langkah

Keterangan : Data yang telah diidentifikasi memiliki teks iklan film kemudian dianalisis struktur makna berdasarkan struktur kalimatnya.

Setelah struktur kalimat diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi teks berdasarkan gaya bahasanya.

- Kategori yang muncul:
- Gaya bahasa kiasan; membandingkan sesuatu dengan sesuatu hal yang lain, mencoba menemukan kesamaan antar kedua hal tersebut (Keraf:2000).
 - Gaya bahasa Hipalase; gaya bahasa di mana sebuah kata dipergunakan untuk menerangkan sebuah kata, yang seharusnya diterangkan pada kata yang lain.

Klasifikasi data berdasarkan gaya bahasa:

No	Judul Film/ tahun	Data	Jenis	Keterangan
----	----------------------	------	-------	------------

1.	6:30 (2007)	Yang dibutuhkan hanya satu langkah	Hipalase	Pada kalimat tersebut, yang dimaksud <i>satu langkah</i> diterangkan dengan kata <i>hanya</i> . Namun, kata <i>dibutuhkan</i> diperjelas yang diikuti dengan frasa <i>satu langkah</i> .
----	-------------	------------------------------------	-----------------	--

Setelah gaya bahasa dari teks slogan iklan film teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah menentukan hubungan antara teks dalam slogan iklan film dengan sinopsis cerita film.

Sinopsis cerita Cerita ini mengisahkan tentang hasil terakhir Alit (Adilla
(*setting data*) Dimitri) di San Fransisco. Setelah 5 tahun, akhirnya dia akan pulang ke tanah air untuk bertemu dengan ibunya. Namun Alit juga menyadari hari ini adalah kesempatan terakhir baginya untuk mendapatkan hati Tasya (Dinna Olivia) mantan pacar teman serumahnya, Bima (Winky Wiryawan).

Takdir berkata lain kepada Alit, sebuah kejadian yang menggenaskan mengubah langkahnya. Pada hari ini, berawal dari pukul 6:30 pagi sampai pukul 6:30 pagi keesokan harinya, bagi Alit, Bima dan Tasya, sebuah keputusan harus mereka ambil.

Analisis Hubungan antara teks slogan iklan film dengan sinopsis cerita sangatlah erat kaitannya. Dimana sang tokoh utama yang mengalami dilema dalam mengambil sebuah keputusan yang paling penting dalam hidupnya. Keputusan itulah yang memberikan kesan “yang dibutuhkan hanyalah satu langkah”, karena dari langkah inilah yang harus dipilih Bima (Winky Wiryawan), yang akan mengubah kehidupannya. Kehidupan asmara dengan mantan kekasihnya, ataukah yang lainnya. Semua yang terjadi pada kehidupan Bima akan berubah dari langkah apa yang akan diambil.

3.4 Instrumen Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diinginkan, tentunya dibutuhkan instrumen yang dapat menunjang kelancaran penelitian. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa kartu data dan angket penelitian yang di dalamnya terdapat point-point yang berkorelasi dengan masalah yang akan di teliti. Instrumen penelitian yang digunakan sebagai berikut:

Contoh Format Kartu data

Kartu Data

No. Kartu:	Kode : A (<i>huruf abjad menandakan genre film</i>)
Tahun Tayang :	
Judul Film:	(<i>film yang termasuk dalam identifikasi</i>)
Data:	(<i>teks iklan dari film yang telah diidentifikasi</i>)
Setting Data :	(<i>berisi sinopsis dari film yang dianalisis</i>)
Analisis:	
(mendeskripsikan data berdasarkan identifikasi gaya bahasa, jenis makna, maksud, dan kesesuaian teks iklan dengan isi cerita)	
Simpulan:	
(deskripsi kesimpulan hasil analisis)	

Keterangan: A Komed/Remaja
 x B Drama
 C Horor

Contoh Format Angket

ANGKET

I. Identitas

Nama : _____
 Umur : _____
 Pekerjaan : _____

II. Petunjuk

Berikut adalah angket pertanyaan dan skala pendapat tentang judul film Indonesia beserta teks slogan iklannya edisi tayang 2001/2007 yang pernah/belum pernah Anda tonton sebelumnya. Berilah tanda centang (√) atau silang (X) pada kolom yang telah disediakan menurut penilaian Anda tentang penggunaan bahasa slogan teks iklan film Indonesia.

Judul film	Virgin (2004)	Quickie Express (2007)
Teks iklan film	<i>Ketika Keperawanan Dipertanyakan</i>	<i>Dimana ada kemaluan disitu ada jalan</i>
Judul film	Brownies (2005)	Kuntilanak (2006)
Teks iklan film	<i>Biarkan rasa yang memilih</i>	<i>Ketawa keras dia jauh, Ketawa sunyi dia...</i>

Bagian I

1. Apakah Anda pernah menonton film-film yang disebutkan di atas?
() Ya, Semuanya () Ya, Salah satu () Tidak
2. Apakah Anda sering memperhatikan sub-judul atau teks iklan filmnya?
() Ya () Tidak
3. Menurut Anda, apakah teks iklan film di atas memberikan informasi yang cukup tentang gambaran film?
() Ya () Tidak

Alasan:

4. Apakah penggunaan bahasa pada teks iklan film dirasa sudah efektif dalam konteks komunikasi periklanan? (misalkan, bahasa yang lugas, efektif, menarik, dan informatif)
() Ya () Tidak

Alasan:

5. Apakah teks iklan film tersebut memberikan pengaruh pada diri Anda setelah membacanya? (menjadi takut, sedih, senang, dsb)

() Ya () Tidak

Alasan:

Bagian II

Judul dan Teks Iklan Film	Skala Pendapat	
	B	TB
Virgin (2004) - <i>Ketika Keperawanan Dipertanyakan</i>		
Brownies (2005) – <i>Biarkan rasa yang memilih</i>		
Gie (2005) – <i>Lebih baik diasingkan daripada menyerah pada kemunafikan</i>		
Kuntilanak (2006) – <i>Ketawa keras dia jauh, Ketawa sunyi dia...</i>		
Quickie Express (2007) – <i>Dimana ada kemaluan disitu ada jalan</i>		
Lewat Tengah Malam (2007) – <i>Mereka ada di sekitar kita ketika lewat tengah malam</i>		

Keterangan:

B : Berhubungan

TB : Tidak Berhubungan