

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Pada dasarnya, penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan membuat pendeskripsian secara sistematis, aktual, akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Pendekatan kualitatif digunakan pada saat merekam iklan dari media televisi. Data yang diperoleh mula-mula disusun, dijelaskan, kemudian dianalisis. Sebelumnya, data yang telah diperoleh tersebut diklasifikasi kemudian disuguhkan kepada khalayak penonton iklan rokok dalam bentuk wawancara terbuka. Metode ini dilakukan untuk menjawab seluruh pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah.

Dengan metode ini penulis berusaha untuk memaparkan hasil penelitian mengenai bahasa iklan rokok di televisi yang dikaji berdasarkan kajian semantik.

3.2 Teknik Penelitian

Teknik penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan langkah-langkah sistematis. Langkah-langkah yang dimaksud ialah berupa teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan data.

3.2.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Teknik Rekam

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik rekam. Cara pengumpulan data melalui teknik ini adalah dengan menggunakan *tape recorder* atau alat perekam lainnya dengan tujuan untuk mendeskripsikan gerakan menjadi tulisan dan mentranskrip suara menjadi tulisan, untuk mengetahui slogan serta makna yang terdapat dalam iklan rokok di televisi.

2. Teknik simak

Teknik ini dilakukan dengan cara menyimak iklan yang sedang tayang di televisi kemudian dilakukan pencatatan. Catatan hasil menyimak sekali-kali dibaca untuk kemudian diklasifikasi. Metode ini dapat disejajarkan dengan metode pengamatan atau observasi (Sudaryanto:1998 dalam Sahmini, 1998: 32).

3. Teknik Catat

Teknik ini merupakan lanjutan dari teknik rekam. Teknik catat ini berupa pencatatan data ke dalam kartu data kemudian dilanjutkan pengklasifikasian data serta penyimpulan hasil analisis sebagai tahap akhir.

4. Teknik Wawancara

Teknik ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan pertanyaan pada rumusan masalah dengan cara mendatangi 20 responden dari kalangan perokok dan bukan perokok berdasarkan jenis kelamin dan profesi.

3.2.2 Teknik Pengolahan Data

Dalam mengolah data penelitian, penulis melakukan beberapa tahap pengolahan data, di antaranya:

- 1) mengumpulkan data, yaitu berupa pencarian, pengumpulan, dan pemilihan data sesuai dengan masalah yang akan diteliti;
- 2) pengklasifikasian data, yaitu mengelompokkan data yang telah terkumpul untuk memudahkan proses analisis;
- 3) mencatat data pada kartu data, yaitu memasukkan data yang telah diperoleh ke dalam kartu data;
- 4) menganalisis data, yaitu menelaah data yang telah terkumpul;
- 5) mengambil simpulan, merupakan hasil akhir sekaligus jawaban tujuan penelitian ini.

3.3 Sumber dan Korpus

Sumber dalam penelitian ini diperoleh dari tayangan iklan rokok di televisi yang tayang pada Mei 2006-September 2007. Adapun alasan pemilihan media televisi sebagai sumber penelitian karena televisi merupakan salah satu sarana penyampai informasi, termasuk iklan yang penyajiannya dikembangkan dalam bentuk audio visual. Selain itu, iklan dalam media televisi sangat mudah diingat serta penayangannya pun berulang-ulang, sehingga tidaklah mengherankan jika media televisi ini memiliki kelebihan dalam hal penyampaian pesan berupa iklan.

Korpus atau data dalam penelitian ini ada dua, yaitu yang pertama, teks slogan beberapa iklan rokok yang menggunakan diksi menarik, di antaranya yaitu A Mild, U Mild, Star Mild, Marcopolo, Sampoerna Hijau, Djarum Super, Djisamsoe, Djarum Black, La Light, Gudang Garam Merah, dan Surya 12, Surya 16, X Mild, Surya Pro, Bentoel Biru, Gudang Garam Filter. Kedua, responden yang dipilih berdasarkan jenis kelamin dan profesi sebanyak 20 orang yang berlatar belakang perokok dan bukan perokok.

Pengambilan data teks iklan diperoleh hanya dari beberapa iklan rokok yang menggunakan diksi unik dan menarik, karena menurut penulis tidak semua iklan rokok di televisi menampilkan diksi unik. Adapun alasan lainnya ialah untuk membatasi data supaya tidak terlalu banyak yang nantinya akan mempersulit penulis untuk menelitinya, karena tidak dimungkiri kini banyak sekali produk rokok baru yang diiklankan di televisi.

Adapun alasan yang paling mendasar dari pemilihan korpus ini ialah karena masyarakat kita senang mengonsumsi rokok meskipun mereka tahu bahayanya. Dengan begitu, melalui penelitian ini penulis berharap masyarakat sebagai konsumen rokok, sedikit demi sedikit dapat melepaskan diri dari ketergantungan merokok.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan wawancara terbuka, format wawancara, dan kartu data.

Berikut adalah contoh instrumen penelitian:

Daftar Pertanyaan

1. Apa tanggapan anda tentang iklan rokok yang muncul di televisi?
2. Kesan apa yang anda peroleh setelah melihat tayangan iklan rokok tersebut?
3. Makna apakah yang tergambar dalam pikiran anda, setelah melihat tayangan iklan rokok di televisi?
4. Apakah dengan adanya penayangan iklan rokok di televisi cukup berpengaruh bagi anda untuk tidak mengonsumsinya lagi atau bahkan sebaliknya?
5. Iklan rokok apakah menurut anda yang paling banyak diminati masyarakat?

Format wawancara

No	Jenis Kelamin/Profesi	Iklan Rokok	Keterangan

Kartu Data

<p>Slogan iklan rokok Sampoerna Hijau versi “makan di rumah makan padang”</p> <p>“Nggak ada loe, nggak rame!”</p>
<p>Analisis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan itu muncul dalam versi makan di rumah makan padang. 2. Kalimat yang muncul dalam iklan: <ul style="list-style-type: none"> “Mau makan enak, tapi kiriman belum <i>dateng</i>”. “<i>Nggak ada duit</i> tapi mau makan enak!” “Mau tahu caranya?” 3. Tidak terlihat adanya keterkaitan antara tayangan iklan dan produk iklan rokok Sampoerna hijau. 4. Makna kontekstual yang muncul adalah: <ul style="list-style-type: none"> - ngumpul bareng tanpa Sampoerna Hijau nggak rame. - meskipun nggak ada duit tapi bisa menikmati rokok enak, Sampoerna Hijau yang harganya murah.