

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan kegiatan yang berlangsung secara simultan dengan kegiatan analisis data (Mahsun, 2005:257). Jadi, prosedur atau cara pemecahan masalah penelitian dengan memaparkan dan mendeskripsikan keadaan objek yang diteliti.

Penelitian deskriptif kualitatif di sini merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu berupa tuturan slogan iklan yang diamati kemudian diuraikan pemaparannya secara jelas. Penjelasan dipaparkan secara natural, objektif dan faktual. Metode deskriptif ini digunakan untuk menjelaskan data yang sudah terkumpul oleh penulis dan juga dengan menggunakan metode ini dapat memberikan gambaran terhadap fenomena bahasa slogan iklan produk kecantikan pada saat ini. Pada penelitian kualitatif menghasilkan data yang tidak bisa dikuantitatifkan. Data bersifat naratif, deskriptif (Surya, 2006:9)

Penelitian bahasa adalah penelitian yang sistematis, terkontrol, empiris, dan kritis terhadap objek sasaran (Mahsun, 2005:2). Terkontrol maksudnya setiap aktivitas yang dilakukan dalam masing-masing tahapan dapat dikontrol dengan baik proses pelaksanaan kegiatannya maupun hasil yang dicapai. (Mahsun, 2005:3).

Terkontrol pada penelitian ini yaitu pemilihan objek kajian terhadap slogan iklan produk kecantikan dilakukan untuk mencapai sasaran terhadap apa yang akan

diteliti. Banyaknya slogan iklan produk kecantikan di televisi, peneliti mengontrol apa saja data yang akan dijadikan bahan kemudian dianalisis secara sistematis.

Penelitian bahasa yang bersifat empiris maksudnya bahwa fenomena yang menjadi objek penelitian bahasa adalah fenomena yang benar-benar hidup dalam pemakaian bahasa, jadi benar-benar bersumber pada fakta yang senyatanya digunakan oleh penuturnya (Mahsun, 2005:3).

Pencitraan yang ada pada slogan iklan produk kecantikan menjadikan pilihan untuk penulis menjadikannya sebagai objek kajian. Slogan iklan yang dituturkan merupakan fakta lingual yang memang digunakan oleh penutur pada sebuah iklan produk kecantikan tersebut. Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan jenis tindak tutur, tipe tindak tutur, implikatur dan respons pemirsa terhadap slogan iklan produk kecantikan di televisi *Trans TV*.

### **3.2 Sumber Data dan Korpus Data**

#### **3.2.1 Sumber Data**

Sumber data merupakan data yang didapat secara langsung oleh peneliti dengan cara menyimak dan memperhatikan slogan iklan produk kecantikan di televisi.

Sumber data penelitian ini adalah slogan iklan produk kecantikan di stasiun televisi *Trans TV* dalam kurun waktu Mei 2011 sampai Juni 2011. Sumber data ini yaitu tuturan slogan iklan produk kecantikan pada produk pemutih/pelembab, *hand and body lotion*, *facial foam* dan sabun mandi.

### **3.2.2 Korpus Data**

Korpus data adalah data dan konteks penelitian. Korpus Data penelitian ini berupa tuturan yang dituturkan dalam slogan iklan produk kecantikan di televisi yang ditulis dalam bentuk frasa atau kalimat.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam teknik pengumpulan data penulis melakukan teknik simak, teknik rekam dan teknik catat.

#### **3.3.1 Teknik Simak**

Dalam memperoleh data dengan cara teknik simak yaitu data yang dikumpulkan dengan cara menyimak penggunaan bahasa. Teknik Simak tidak hanya berkaitan dengan penggunaan bahasa secara lisan tetapi juga penggunaan bahasa secara tertulis.

Penelitian ini melakukan teknik simak. Simak di sini dengan memperhatikan menggunakan bahasa yang dituturkan dalam slogan iklan produk kecantikan di televisi. Teknik simak dalam penelitian ini berupa teknik simak libas cakap artinya peneliti hanya berperan sebagai pengamat penggunaan bahasa sama sekali tidak terlibat dalam proses petuturan. Teknik ini digunakan untuk menyimak tuturan dalam sebuah slogan iklan produk kecantikan.

#### **3.2.2 Teknik Rekam**

Setelah melakukan penyimakan dan menentukan objek yang akan diamati selanjutnya penulis melakukan perekaman terhadap tuturan slogan iklan produk

kecantikan di stasiun televisi *TransTV*. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh akurat.

Teknik rekam merupakan teknik pelengkap untuk memastikan data yang diperoleh sudah memenuhi target atau data berupa tuturan tersebut berbentuk frasa atau berbentuk kalimat.

### **3.3.3 Teknik Catat**

Setelah melakukan simak dan rekam penulis melakukan teknik catat. Teknik ini dilakukan untuk mencatat semua data slogan iklan yang kemudian dicatat pada kartu data.

## **3.4 Teknik pengolahan data**

Pengolahan data dilakukan dengan cara menggunakan analisis pragmatik. Analisis ini untuk menemukan jenis-jenis tindak tutur, tipe tindak tutur, implikatur dan respons pemirsa (penonton) terhadap tuturan slogan iklan produk kecantikan.

### **3.4.1 Identifikasi Data**

Identifikasi data adalah menetapkan data-data yang sudah terkumpul untuk dipilih mana yang akan terlebih dahulu dianalisis. Penulis menandai frasa atau kalimat yang mengandung jenis tindak tutur, tipe tindak tutur, dan implikatur.

### **3.4.2 Klasifikasi Data**

Klasifikasi data dilakukan untuk memisahkan slogan iklan produk kecantikan yang termasuk slogan iklan pemutih/pelembab, *hand and body lotion*, *facial foam*, dan sabun mandi.

### Slogan Iklan Produk Kecantikan

Pemutih/Pelembab	Hand and Body Lotion	Facial Foam	Sabun Mandi
Mengembalikan cahaya mudamu	Penampilan baru, awali cantikmu	Cegah jerawat sebelum ia muncul	Kemewahan kelas dunia yang tahan lama
Melawan tanda penuaan	Cermin cantik pribadimu	Ngilangin jerawat 24 jam	

**Tabel 3.1**

Klasifikasi Slogan Iklan Produk Kecantikan

#### 3.4.3 Penyalinan Data Pada Kartu Data

Setelah pengklasifikasian data dilakukan kemudian data disalin pada kartu data

No/Data/Sumber Data : 001/Slogan Iklan/Pemutih/Pelembab
Data: Mengembalikan cahaya mudamu.
Jenis tindak tutur : Ilokusi Tipe tindak tutur : Direktif Implikatur : Pencitraan

### Analisis

Slogan iklan “mengembalikan cahaya mudamu” anjuran kepada lawan tutur untuk menggunakan produk tersebut karena dengan menggunakannya kulit akan kembali muda. Kata “cahaya” mengibaratkan seseorang yang memasuki usia tua akan kembali terpancarkan pesona mudanya dengan menggunakan produk tersebut.

**Tabel 3.2**

Kartu Data

#### 3.4.5 Analisis Slogan Iklan Produk Kecantikan

Setelah selesai melakukan penyalinan data terhadap kartu data lalu data tersebut dianalisis secara jelas dan juga terperinci berdasarkan jenis tindak tutur, aspek tindak tutur, tipe tindak tutur, dan implikatur

##### Data 1

Usia Anda memasuki 30 tahun

Kerutan, bintik hitam, pigmentasi menghiasi wajah Anda

*Pond's Gold Radiance*

Krimnya meresap dan mampu menghilangkan kerutan, bintik hitam serta pigmentasi

*Pond's Gold Radiance*

**Mengembalikan cahaya mudamu** (*Pond's Gold Radiance*)

##### Analisis

Jenis tindak tutur pada data tersebut adalah ilokusi, menyampaikan dan menginformasikan kepada semua orang bahwa dengan memakai produk pelembab tersebut akan menjadikan seseorang kembali muda. Pancaran wajahnya terlihat seperti kembali muda. Tipe tindak tutur pada data tersebut adalah direktif berupa

pendeskripsian khasiat yang ditawarkan kepada konsumen untuk memakai produk tersebut.

Kata “*mengembalikan*” pada data diatas lebih diartikan seseorang yang usianya sudah tua dapat kembali menjadi muda. Kata “*cahaya*” diartikan pancaran pesona ketika waktu usia muda dapat dialami kembali. Kata “*mudamu*” adalah relasi yang bersifat personal yang menunjukkan pada pendengar (lawan tutur). Bagi petutur ini merupakan ajakan supaya lawan tutur tertarik terhadap apa yang telah diinformasikannya. Konteks senyuman yang menjadikan penguat daya tarik petutur menuturkan tuturan “*mengembalikan cahaya mudamu*”. Implikatur pada slogan iklan di atas adalah pencitraan karena slogan iklan tersebut berusaha mempromosikan produk dengan sebaik mungkin dari kualitas yang dihasilkan pada produk tersebut.

#### **3.4.6 Pengolahan Angket dan Analisis Angket**

Penyebaran angket dilakukan untuk mengetahui respons pemirsa atau masyarakat dalam slogan iklan produk kecantikan di stasiun televisi. Angket yang dibuat oleh penulis yaitu jenis tertutup angket tertutup berupa pertanyaan yang ada pilihan jawabanya jadi responden dapat memilih jawaban yang dianggap benar.

### **3.5 Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa:

- a. Kartu Data

No/Data/Sumber Data : 001/Slogan Iklan/Pemutih/Pelembab
Data:
Jenis tindak tutur : Tipe tindak tutur : Implikatur :
Analisis

**Tabel 3.3**  
Kerangka Kartu Data

b. Angket

Penyebaran angket dilakukan penulis untuk mengetahui respons pemirsa (pendengar) terhadap penggunaan bahasa slogan iklan. Peneliti ingin mencari tahu tingkat pemahaman dan kepercayaan responden terhadap slogan iklan produk kecantikan di televisi.