

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah cara mendasar untuk melakukan persepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas (Moleong, 2006: 49) Berdasarkan uraian tersebut paradigma merupakan cara pandang seseorang terhadap diri dan lingkungannya yang akan mempengaruhinya dalam berpikir, bersikap dan bertindak laku. Terkait paradigma tersebut maka penelitian ini mengacu pada paradigma kritis , Paradigma atau pemikiran kritis mempunyai pengertian bahwa masyarakat modern melakukan penindasan yang dihasilkan oleh rasionalitas yang menggantikan eksploitasi ekonomi sebagai masalah dominan. Rasional formal tidak mencerminkan perhatian mengenai cara yang paling efektif untuk mencapai tujuan tertentu dimana tujuannya adalah untuk membantukekuatan yang mendominasi, bukan untuk memerdekakan individu dari dominasi. Paradigma kritis percaya bahwa media adalah sebagai sarana dimana kelompok dominan dapat mengontrol kelompok yang tidak dominan bahkan memarjinalkan mereka dengan menguasai dan mengontrol media. Secara metodologis, kritis terkandung dalam teori-teori interpretative menyebabkan cara berpikir mazhab kritis. Sesuai dengan paradigma kritis, maka analisis semiotika pada penelitian ini bersifat kualitatif (Aladdin, n.d.). Paradigma kritis dalam penelitian ini bermaksud untuk mengetahui makna humor pada iklan shampoo head and shoulders versi Joe Taslim x Fadil Jaidi.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara atau strategi menyeluruh untuk menemukan atau memperoleh data yang diperlukan. Metode yang digunakan dalam penelitian untuk mendukung proses penelitian, maka peneliti menggunakan metode semiotika Roland Barthes.

Menurut Roland Barthes, semiotika memiliki beberapa konsep inti, yaitu signification, denotation dan connotation, dan metalanguage atau myth (Yan dan Ming, 2014). Berdasarkan definisi yang dirumuskan oleh Ferdinand de Saussure, Barthes berpendapat bahwa signification dapat dibagi kedalam denotation dan connotation. Yang dimaksud dengan denotation tingkatan makna deskriptif dan literal yang dibagi oleh sebagian besar anggota dalam sebuah kebudayaan. Sedangkan, yang dimaksud dengan connotation adalah makna yang diberikan oleh signifiers yang terhubung dengan kebudayaan yang lebih luas seperti kepercayaan, sikap, kerangka kerja dan ideologi bentukan sosial.

Menurut Barthes, mitos adalah signification dalam tingkatan connotation. Jika sebuah tanda diadopsi secara berulang dalam dimensi syntagmatic maka bagian adopsi akan terlihat lebih sesuaidibandingkan dengan penerapan lainnya dalam paradigmatic. Kemudian connotation tanda menjadi dinaturalisasi dan dinormalisasi. Naturalisasi mitos adalah sebuah bentukan budaya.

3.3. Tipe penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskripsi kualitatif. Data penelitian yaitu data kualitatif berupa frasa dan kalimat yang memuat makna denotasi, konotasi, dan mitos atau ideologi. sumber data dari cuplika adegan video iklan head and shoulders. Data dianalisis dengan metode analisis semiotika Rolan Barthes.

Menurut Sugiyono dalam (Fadillah & Sounvada, 2020) menjelaskan jika metode kualitatif ialah sebuah metode atau cara yang digunakan dalam mengamati keadaan sasaran atau objek yang alami, yaitu peneliti merupakan alat utama, yang teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, dengan analisis data berbentuk induktif dan lebih menegaskan arti.

Tujuan utama penggunaan semiotika Roland Barthes untuk menganalisis media berdasarkan asumsi bahwa media dikomunikasikan melalui seperangkat tanda. Barthes memiliki tiga tahapan membongkar tanda pada media yang dianalisis yaitu; tahap denotasi, tahap konotasi dan mitos atau ideologi sebagai tahapan akhir yang merefleksikan tanda tersebut melalui sudut pandang kultur tertentu, Kusumastutie dalam (Saputra, 2017).

3.4. Unit Analisis Data

Unit penelitian dalam penelitian ini adalah scene yang terdapat dalam tayangan video iklan head and shoulders versi Joe Taslim x Fadil Jaidi. Tanda-tanda tersebut terdiri dari tanda verbal meliputi : gambar , dialog, voice over. Semua tanda akan dianalisis sesuai dengan focus penelitian yakni makna humor pada iklan menggunakan metode semiotika Roland Barthes.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif ada dua jenis data penelitian, yakni data primer dan data sekunder. Data primer (utama) adalah kata-kata dan tindakan termasuk data mentah yang harus diproses lagi sehingga menjadi informasi yang bermakna. Sedangkan data sekunder (tambahan), bertujuan untuk melengkapi data primer seperti dokumen, foto, dan lain-lain (Moleong, 2002: 112)

3.5.1. Data Primer

Pengumpulan data yang diperoleh langsung dari objek penelitian yaitu tayangan iklan shampoo head and shoulders ,yang terdiri dari screen shot adegan iklan kemudian peneliti mengamati tayangan tersebut lalu membagi video menjadi beberapa bagian untuk menganalisis makna humor yang terdapat pada iklan shampoo tersebut.

3.5.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Peneliti menggunakan sumber referensi dari buku, jurnal penelitian dan juga internet.

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah semiotika Roland Barthes , karena Barthes berpendapat bahwa *signification* dapat dibagi kedalam denotasi dan konotasi. Dimana denotasi sebagai system analisis pertama dan konotasi sebagai system analisis data kedua. Tahap analisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan mendengar dan melihat objek penelitian sebagai awal untuk memahami isi

iklan *shampoo head and shoulders* versi Joe Taslim x Fadil Jaidi , setelah itu peneliti mengamati setiap bagian sehingga mengetahui penggunaan humor yang terdapat dalam tayangan iklan tersebut. Menurut Roland Barthes semiotika memiliki beberapa konsep inti yaitu denotasi , konotasi dan mitos. Screen shot gambar pada iklan yang dianggap dapat menjelaskan bentuk pesan akan dianalisis dengan menggunakan denotasi , sedangkan penggunaan analisis konotasi akan dilakukan apabila data pada screen shot memiliki bukti berupa mitos.