

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah kerangka keyakinan atau pandangan mendasar yang menjadi pedoman bagi seorang peneliti. Peran paradigma dalam penelitian tidak hanya terbatas pada pemilihan metode, tetapi juga dalam menentukan pendekatan dasar secara ontologis dan epistemologi.

Kehidupan manusia di dunia sosial memerlukan sudut pandang yang lebih holistik untuk memaknainya. Manusia menjalani kehidupan sosialnya dengan menggabungkan entitas individu sebagai dimensi psikologis yang bersifat personal, bersama dengan entitas sosiologis yang bersifat relasional (Halik, 2018).

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma kritis. Menurut (Littlejohn, 2009) pemikiran kritis memiliki tiga karakteristik utama. Pertama, tradisi kritis berupaya memahami sistem-sistem yang sudah dianggap lumrah oleh masyarakat, termasuk struktur kekuasaan serta ideologi atau kepercayaan dominan. Kedua, tradisi kritis fokus pada mengungkap adanya bentuk-bentuk sosial serta menawarkan alternatif dalam pengaturan kekuasaan. Ketiga, tradisi kritis berupaya mengintegrasikan teori dengan tindakan nyata.

Penelitian dalam tradisi kritis berusaha mengungkap persaingan dan konflik antar kepentingan, serta mencari solusi untuk mengatasi konflik tersebut dengan mengutamakan kepentingan kelompok-kelompok marginal dalam Masyarakat (Halik, 2018).

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode Penelitian Kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata atau ucapan dari individu, serta perilaku yang dapat diamati. Metode penelitian kualitatif menjelaskan bahwa pengetahuan tidak memiliki sifat objektif dan tetap, melainkan bersifat interpretatif.

Penelitian ini menerapkan pendekatan komunikasi dengan fokus pada periklanan, dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengeksplorasi maskulinitas melalui hubungan antara tanda dan makna yang terdapat dalam iklan Gatsby Fiber versi Jefri Nichol.

3.3. Unit Analisis

Unit analisis merupakan seluruh hal yang diteliti untuk mendapatkan penjelasan secara ringkas mengenai keseluruhan unit yang dianalisis. Unit analisis juga bisa berupa individu, benda, peristiwa seperti aktivitas individu atau sekelompok orang sebagai subjek penelitian (Morissan. dkk, 2017)

Unit analisis pada penelitian ini adalah representasi maskulinitas pada iklan Gatsby Fiber versi Jefri Nichol. Dalam penelitian ini, unit analisis yang akan diamati melalui pemeran iklan, *gesture* dan adegan dalam iklan Gatsby fiber yang memperlihatkan sisi maskulinitas yang berupa visual, teks, audio, maupun warna.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi, di mana objek yang diteliti adalah produk komunikasi massa berupa iklan.

Beberapa tahap pengumpulan data yang dilakukan peneliti berupa dokumentasi sebagai berikut: pertama, mengamati dan menonton iklan Gatsby Fiber yang menampilkan Jefri Nichol secara menyeluruh. Kedua, mengidentifikasi pesan-pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut. Ketiga, mengelompokkan data sesuai dengan analisis semiotika Roland Barthes. Keempat, menyertakan potongan-potongan gambar yang merepresentasikan aspek maskulinitas dalam iklan Gatsby versi Jefri Nichol.

Pengumpulan data ini dilakukan untuk memudahkan proses analisis, sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai masalah yang diteliti, yaitu representasi maskulinitas dalam iklan Gatsby Fiber versi Jefri Nichol dengan menggunakan studi analisis semiotika dari Roland Barthes. Sumber data dalam penelitian ini diklasifikasikan dalam dua jenis, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder, sebagai berikut:

3.4.1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Data ini didapatkan melalui sebuah narasi dan elemen visual dalam tayangan iklan Gatsby Fiber yang menampilkan Jefri Nichol. Data primer tersebut mencakup pengamatan terhadap tanda-tanda yang ditampilkan serta informasi lain yang memberikan fakta dan relevansi dengan orientasi penelitian. Data ini berupa adegan-adegan dari iklan Gatsby Fiber Jefri Nichol yang peneliti akses melalui platform Youtube dengan total jumlah *frame* yang akan diteliti, 11 *frame*.

3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada. Data sekunder adalah data primer yang telah diproses lebih lanjut dan disajikan oleh pengumpul data primer atau oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel atau diagram (Husein, 2013).

Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan dengan membaca dan mengutip sumber-sumber tertulis seperti buku, jurnal, skripsi, artikel, surat kabar, dan lain-lain yang relevan dengan penelitian. Data sekunder ini tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap atau pendukung data primer, tetapi juga sangat membantu peneliti ketika data primer terbatas atau sulit diperoleh.

3.5. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah serangkaian proses yang meliputi penelaahan, pengelompokan, penafsiran, dan verifikasi data untuk memberikan suatu fenomena nilai sosial, akademis, dan ilmiah. Tidak ada teknik yang baku dalam melaksanakan analisis ini, terutama dalam konteks penelitian kualitatif (Suriyani, 2019).

Analisis data yang digunakan pada peneliti ini menggunakan semiotika Roland Barthes. Teori ini berlandaskan tentang tanda yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure, hanya saja dilakukan perluasan makna. Analisis data yang dikemukakan oleh Rolands berfokus pada konotasi dan denotasi yang digunakan peneliti untuk mengulik representasi maskulinitas yang disampaikan dalam Iklan Gatsby Fiber versi Jefri Nichol.

3.5.1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif, memerlukan kecerdasan serta wawasan yang luas dan mendalam. Reduksi data dapat dilakukan dengan proses merangkum, memilih informasi yang utama, dan memfokuskan pada aspek-aspek penting untuk menemukan tema dan pola. Dengan mereduksi data, peneliti akan mendapatkan gambaran yang lebih jelas, untuk mempermudah dalam pengumpulan data selanjutnya dan pencarian data jika diperlukan (Sugiyono, 2013).

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan diarahkan oleh tujuan yang ingin dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah menghasilkan temuan. Oleh karena itu, ketika peneliti menemukan hal-hal yang dianggap asing, tidak dikenal, atau belum memiliki pola, itulah yang akan menjadi fokus utama peneliti dalam proses reduksi data.

3.5.2. Penyajian Data

Pada tahap ini, peneliti menyajikan data dengan menguraikan hasil temuan yang diperoleh melalui proses pengamatan iklan, yang meliputi visual, audio, teks dan adegan yang ditampilkan. Penyajian data dilakukan menggunakan tabel untuk menyusun struktur gambar iklan yang telah dipilih peneliti. penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, yang fokus pada penanda dan petanda. Dengan menggunakan teori ini membantu peneliti maupun pembaca agar dapat memahami dan menemukan makna pesan yang disampaikan dalam iklan Gatsby Fiber versi Jefri Nichol.

3.5.3. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti melakukan proses penarikan kesimpulan dari sejak data dikumpulkan, kemudian diklasifikasikan sesuai dengan pernyataan pada rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan semiotika Roland Barthes, dengan mencari penanda dan petanda dalam adegan-adegan yang dipilih berdasarkan kriteria representasi maskulinitas yang menjadi fokus pembahasan peneliti