

BAB 4

METODE PENELITIAN

4.1 Disain

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, kualitatif, dan kuantitatif dengan teknik analisis kualitatif isi (*content analysis*) dan analisis kualitatif semiotik (*semiotic analysis*). Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif (Soekidjo, 2002). Menurut Holsti (1969:14) analisis isi merupakan suatu teknik penelitian untuk menarik kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik-karakteristik khusus suatu pesan secara objektif dan sistematis.

Dalam melakukan teknik analisis isi digunakan data yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Bogdan & Taylor (1975) mengatakan bahwa metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang teramati (Moleong, 1991). Pendekatan kuantitatif menurut Holsti (1969) adalah mengutamakan ketepatan dalam mengidentifikasi isi pesan seperti perhitungan penyebutan yang berulang-ulang dari kata-kata tertentu, konsep, tema, atau penyajian informasi.

Semiotika merupakan ilmu tentang tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya (Van Zoest, 1996:5). Semiotik juga merupakan tanda-tanda visual dan verbal serta *tactile* dan *olfactory* (semua tanda atau sinyal yang bisa diakses dan bisa diterima oleh seluruh indera

yang kita miliki) ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis di setiap kegiatan dan perilaku manusia (Wikipedia Indonesia).

4.2 Pengumpulan Data

Data pada penelitian ini didapat dari data primer. Data primer tersebut dibagi menjadi dua jenis analisis, yaitu analisis isi dan analisis semiotik. Untuk analisis isi, pengumpulan data dimulai dengan membuat pertanyaan terstruktur, *check list*, setelah itu dianalisis dengan metoda analisis tekstular. Untuk analisis semiotik, pengumpulan data dimulai dengan memotong-motong *shot* pada kedua versi iklan ini, kemudian membuat pertanyaan terstruktur tentang simbol apa saja yang ingin dianalisis dari dua versi iklan tersebut, *check list*, lalu dilakukan analisis terhadap simbol-simbol yang ada pada kedua versi iklan tersebut.

Pada penelitian kali ini diteliti empat buah iklan dengan peneliti (sendiri) menjadi analis. Tidak ada informan dalam penelitian ini, namun peneliti juga menggunakan data dan informasi dari Unicef dan *agency* di mana iklan ini dibuat sebagai informasi tambahan. Mengenai validitas penelitian ini menggunakan tinjauan pustaka sebagai rujukan teori untuk memperkuat hasil dari penelitian ini.

4.3 Objek Penelitian

Objek penelitian kali ini adalah Iklan TV ASI versi Ibu Hj. Ani Bambang Yudhoyono (durasi 30 detik dan 15 detik) dan Iklan TV ASI versi Dot Ikat (durasi 30 detik dan 15 detik) produksi Unicef yang bekerjasama dengan Departemen Kesehatan Republik Indonesia Tahun 2006.

4.4 Alat Bantu

Alat bantu yang digunakan pada penelitian kali ini adalah matriks struktur iklan, DVD *player*, *timer* dan *laptop*.

4.5 Instrumen

Penelitian kali ini menggunakan instrumen berupa pertanyaan terstruktur, *check list*, matriks, dan struktur iklan.

4.6 Validasi Data

Data yang diperoleh pada penelitian ini diolah dan kemudian dianalisis. Analisis data yang dilakukan adalah analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif yang dimaksud disini adalah mengkaji data yang diperoleh dari hasil observasi data primer. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis isi dan analisis semiotik dengan bantuan matriks yang meliputi variabel-variabel yang akan dianalisis.

Teknik pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi, yakni pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Denzin membedakan 4 (empat) macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori (Meleong, 2000:178).

4.7 Pengolahan dan Analisis Data

Dalam pengolahan dan analisis data pada penelitian ini dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menampilkan teks yang terucap di dalam iklan 1 dan iklan 2.
2. Membuat pertanyaan terstruktur tentang analisis isi
3. *Check list* mengenai ada tidaknya komponen yang akan dibahas dengan analisis isi
4. Membuat matriks analisis isi perbandingan iklan 1 dan iklan 2
5. Membuat matriks struktur iklan 1 dan iklan 2.
6. Membuat pertanyaan terstruktur tentang analisis semiotik
7. *Check list* mengenai ada tidaknya komponen yang akan dibahas dengan analisis semiotik
8. Membuat matriks analisis semiotik perbandingan iklan 1 dan iklan 2.
9. Analisis isi pesan iklan 1 dan iklan 2 berdasarkan matriks hasil analisis isi.
10. Analisis semiotik iklan 1 dan iklan 2 berdasarkan matriks hasil analisis semiotik