

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.1.1 Metode Pendekatan Penelitian Kualitatif

Adapun metode yang digunakan yakni pendekatan kualitatif jenis deskriptif kualitatif (Sugiyono, 2013). Penelitian metode deskriptif mempelajari masalah berupa data yang berbentuk tulisan/lisan dan gambaran lengkap dari objek yang di amati. Penelitian kualitatif pada dasarnya ditujukan untuk menguraikan fenomena secara mendalam dengan pengumpulan data yang bukan angka dan bukan berdasar pada prosedur statistik lainnya (Kriyantono, 2006:58).

Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk meneliti keadaan suatu objek, instrumen kunci adalah peneliti, triangulasi (gabungan) yang bertugas untuk pengambilan sampel dari sumber data, analisis data penelitian yang bersifat induktif, serta hasil penelitian yang menekan pada makna. Maka dapat diartikan bahwa dalam penelitian kualitatif yakni merupakan penelitian yang diuraikan secara teratur dan logis, yang bertugas untuk menelaah atau memeriksa dengan teliti terhadap suatu objek tanpa memanipulasi dan tanpa adanya suatu pengujian hipotesis. Sehingga yang menghasilkan makna dari fenomena yang sedang diteliti (Panjaitan, 2017:56).

Menurut Kenneth D. Bailey penelitian deskriptif yang menekankan pada gambaran terhadap suatu fenomena secara terperinci dan mendeskripsikan mengenai situasi dan kejadian yang terjadi. Oleh karena itu penelitian ini

memberikan gambaran yang akan menjawab permasalahan terhadap suatu kejadian sosial tertentu yang ditunjukkan dalam penelitian (Wibowo, 2013:163).

Data yang disajikan pada penelitian ini yakni berupa potongan gambar/*scene* dari delapan adegan iklan jamtangan.com. Peneliti berusaha untuk menggali informasi terkait makna yang dikemas dalam iklan dan mendeskripsikan tanda-tanda secara detil terkait fenomena representasi maskulinitas yang disampaikan oleh iklan Jamtangan.com.

Peneliti berusaha mengidentifikasi fenomena iklan tersebut sehingga merumuskan masalah untuk menemukan mitos maskulinitas pada iklan Jamtangan.com “Aksi Jagoan” di Youtube. Jenis penelitian ini diharapkan dapat menguraikan secara mendalam dan memberikan pemahaman tentang gambaran, makna, maupun tanda-tanda yang terdapat dalam iklan Jamtangan.com.

3.2 Objek Penelitian

Obyek penelitian adalah gambaran berupa situasi dan peristiwa sosial yang akan diamati oleh peneliti secara mendalam terkait orang, catatan, benda, video/audio, maupun kamera, tempat, serta aktivitas yang terjadi didalamnya (Panjaitan, 2017:67). Objek penelitian pada penelitian ini adalah Iklan Jamtangan.com “Aksi Jagoan” di YouTube. Peneliti memilih objek penelitian iklan Jamtangan.com “Aksi Jagoan” karena iklan ini menampilkan gambaran situasi sosial berupa maskulinitas dimana data yang diperoleh dari objek penelitian tersebut akan diamati secara mendalam oleh peneliti pada setiap adegan-adegan atau potongan *scene* yang merepresentasikan maskulinitas yang bahkan sudah disaksikan oleh masyarakat luas sebanyak 44jt kali.

3.3 Subjek Penelitian

Peneliti adalah subjek dalam penulisan penelitian ini. Dimana peneliti harus memiliki validasi terhadap pemahaman dan penguasaan akan wawasan dan memahami konsep terkait bidang penelitian yang diteliti. Peneliti bekerja sebagai pelaksana, penyusun rencana, yang mengumpulkan data, menyelidiki suatu peristiwa, menafsirkan, dan melaporkan hasil dari temuan yang diteliti (Wibowo, 2013:167).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dengan pengumpulan data, akan sangat memudahkan peneliti untuk memperoleh data baik berupa informasi ataupun fakta yang terdapat di lapangan (Panjaitan, 2017:68–69). Sehingga peneliti memilih teknik pengumpulan data berupa:

3.4.1 Observasi

Peneliti menggunakan metode observasi tidak langsung (nonpartisipatif), dimana peneliti tidak ikut serta dan hanya mengamati setiap kegiatan dan gejala-gejala, situasi, serta gambaran dari objek yang diteliti dengan menggunakan perantara sebuah alat. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik observasi nonpartisipatif karena hanya melakukan pengamatan pada iklan Jamtangan.com *channel* YouTube *Machwatch*, *website*, dan konten yang memiliki keterkaitan dengan iklan jamtangan.com di *channel* YouTube *Machwatch*.

Tabel 3.1 Kegiatan Observasi
Sumber: Olahan Penulis, 2022

No	Tanggal	Kegiatan
1.	04/04/2022	Melakukan pengamatan dengan menonton iklan jamtangan.com di channel Youtube <i>Machwatch</i> .
2.	08/04/2022	Melakukan pengamatan pada kolom komentar pada iklan jamtangan.com di channel Youtube <i>Machwatch</i> .
3	11/04/2022	Melakukan pengamatan pada website penjualan online jamtangan.com.

4.	20/04/2022	Memilih dan memilah adegan yang merepresentasikan maskulinitas pada Iklan yang sudah di <i>screenshot</i> sebelumnya.
5.	22/04/2022	Melakukan pengamatan pada beberapa portal berita online dan sumber referensi lain terkait objek penelitian yang diteliti.
6.	15/05/2022	Melakukan pengamatan dan Mengelompokkan tiap <i>screenshot</i> adegan/ <i>scene</i> yang merepresentasikan maskulinitas kemudian dianalisis dengan menggunakan peta tanda Barthes.

3.4.2 Dokumentasi

Dokumentasi membantu peneliti untuk memperkuat hasil penelitian ini. Dokumentasi memudahkan dalam hal pengumpulan data, mencatat data, serta mengambil data melalui dokumen. Bentuk data dokumentasi bisa berupa catatan, *life stories*, biografi, gambar/foto, atau karya-karya seni berupa film, patung dan lainnya (Sugiyono, 2013:240). Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengambilan dokumentasi berupa gambar *screenshot* dari beberapa cuplikan atau *scene* yang ada di video iklan Jamtangan.com di akun YouTube *Machtwatch*.

Tabel 3.2 Kegiatan Dokumentasi
Sumber: Olahan Penulis, 2022

No	Tanggal	Kegiatan
1.	04/04/2022	Melakukan <i>screenshot</i> adegan/ <i>scene</i> pada iklan Jamtangan.com di akun Youtube <i>Machtwatch</i> yang merepresentasikan adegan/ <i>scene</i> maskulinitas.
2.	08/04/2022	Melakukan <i>screenshot</i> komentar pada kolom komentar iklan Jamtangan.com di akun Youtube <i>Machtwatch</i> .
3.	11/04/2022	Melakukan <i>screenshot</i> pada website penjualan jamtangan.com

3.4.3 Studi Kepustakaan

Pengumpulan data dengan studi kepustakaan yang diharapkan mampu mempermudah dan membantu peneliti dalam memperoleh referensi, informasi yang akurat dan terpercaya, dan segala yang berhubungan dengan penelitian ini seperti jurnal ilmiah, *internet searching*, buku, artikel, dan skripsi.

3.5 Metode Analisis

Pada penelitian kualitatif biasanya data bersifat induktif (khusus ke umum), Bogdan memberikan definisi analisis data berupa suatu proses yang berusaha untuk mendapatkan dan menemukan, serta menyusun data secara teratur yang telah diperoleh dari pengumpulan data. Analisis akan membantu dalam mengkategorikan data yang akan dijabarkan dalam suatu unit, menyelaraskan paduan dari beberapa pengertian (sintesa), menyusun dengan pola, dan memilih bagian yang diperlukan untuk membuat kesimpulan agar memudahkan peneliti begitu juga orang lain (Sugiyono, 2013:244).

Miles dan Huberman menyatakan, data penelitian kualitatif berasal dari berbagai sumber yang dikumpulkan dari aneka macam pengumpulan data pula. Proses analisis data biasanya berlangsung secara terus-menerus sampai data jatuh kepada titik jenuh (Panjaitan, 2017:74). Disebutkan bahwa teknik analisis Miles dan Huberman menjadi tiga yakni reduksi data, data display (penyajian data), dan pengambilan kesimpulan.

Reduksi atau merangkum, proses yang dilakukan yaitu memilih hal-hal pokok yang dianggap penting, kemudian akan dicari tema serta polanya. Setelah proses reduksi proses berikutnya adalah menyajikan data. Data yang sudah diperoleh disajikan dalam bentuk singkat seperti bagan, grafik, tabel, dan lain-lain. Selanjutnya tiba pada penarikan kesimpulan dimana simpulan awal masih bersifat sementara, dan dapat mengalami perubahan apabila tidak ditemukan bukti yang kuat. Maka dari itu analisis data penelitian ini yaitu:

1. Tanda

Pada bagian ini peneliti menentukan sebanyak delapan adegan/*scene* yang dianggap merepresentasikan maskulinitas dalam iklan Jamtangan.com “Aksi Jagoan”.

2. Signifikasi Dua Tahap Semiotika Roland Barthes

Tanda/*scene* yang sudah peneliti tentukan akan dianalisis dengan menggunakan semiotika Barthes. Peneliti akan menemukan signifikasi tingkat pertama atau denotasi dari tiap-tiap delapan *scene*/potongan gambar dari video iklan Jamtangan.com yang merepresentasikan unsur maskulinitas. Dilanjutkan pada tingkat kedua yaitu konotasi, yang akan membantu peneliti untuk menemukan

mitos. Langkah selanjutnya, melalui tahapan tersebut peneliti akan menganalisis mitos dan menemukan makna terkait maskulinitas (pembenaran terhadap nilai-nilai dominan) yang disajikan dalam delapan *scene* iklan Jamtangan.com.

Peneliti menggunakan analisis dua tahap semiotika Barthes melalui tanda-tanda visual dari delapan potongan iklan yang telah peneliti anggap mewakili dan menggambarkan ideologi maskulinitas pada iklan Jamtangan.com.

Pemikiran Barthes ini dapat dijelaskan melalui peta Barthes (Sobur, 2006:69) :

Tabel 3.3 Signifikasi Dua Tingkat Barthes
Sumber: Buku Semiotika Komunikasi, 2006

Signifikasi pertama (denotatif)	1. <i>signifier</i>	2. <i>signified</i>
	3. <i>denonative sign</i>	
Signifikasi kedua (konotatif/ <i>myth</i>)	4. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i>	5. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i>
	6. <i>CONNOTATIVE SIGN</i>	

Signifikasi dua tahap semiotika Roland Barthes akan menjelaskan makna:

a. Makna Denotatif, adalah makna yang sesungguhnya/nyata, atau dapat dimengerti sebagai makna harafiah. Disini iklan jamtangan.com menekankan pada

deskripsi berupa tampilan visual, gambaran fisik dan ekspresi, serta gesture dari tiap-tiap delapan potongan iklan.

b. Makna Konotatif, biasanya di identikkan dengan ideologi atau bisa disebut sebagai 'mitos', memiliki fungsi untuk menyatakan pembenaran terkait nilai-nilai dominan yang berlaku. Pada bagian ini dinyatakan dalam bentuk makna berupa situasi emosional dari tanda-tanda yang telah diperoleh dari deskripsi denotatif.

3. Hasil dari Analisis

Disini peneliti akan mendeskripsikan dan memberikan kesimpulan tentang bagaimana mitos maskulinitas yang terdapat dalam iklan tersebut.

3.6 Uji Kredibilitas Data

Merupakan uji yang digunakan mengetahui tentang kebenaran dan keabsahan dari suatu data yang diteliti. Keabsahan data yang diperoleh menyatakan tingkat kepercayaan terkait data/ informasi yang didapat. Dengan uji kredibilitas, kebenaran akan suatu data dapat dipertahankan dan dipertanggung jawabkan. Uji kredibilitas data pada penelitian ini menjadi dua yaitu:

3.6.1 Peningkatan Ketekunan

Uji kredibilitas penelitian kualitatif berguna untuk memastikan data lebih terjamin. Salah satu bentuk uji kredibilitas yang peneliti gunakan yaitu peningkatan ketekunan (Sugiyono, 2013:272). Peneliti memakai uji ini dikarenakan peneliti menganalisis data dengan mengamati secara seksama dan berkelanjutan. Peneliti membaca berbagai macam sumber acuan baik dari buku, hasil penelitian, ataupun dokumentasi memiliki keterkaitan dengan penelitian. Maka dari itu, melalui baca peneliti dapat memperoleh wawasan yang luas dan

tajam. Hal tersebut diharapkan mampu digunakan untuk memeriksa kebenaran suatu data dapat dipercaya/tidak.

3.6.2 Menggunakan Bahan Referensi

Untuk lebih membuktikan keabsahan data yang ditemukan, peneliti juga menggunakan bahan referensi berupa bukti gambar *screenshot* dari delapan adegan iklan Jamtangan.com. yang dipilih dan ditemukan oleh peneliti supaya penelitian ini dapat lebih dipercaya (Sugiyono, 2013:275).

3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini berlokasi di perumahan Bida Ayu Blok F No.130, Jl. S. Parman, kelurahan Mangsang, kecamatan Sungai Beduk, Kota Batam Kepulauan Riau 29433, dimana lokasi ini merupakan rumah pribadi penulis. Dan dimulai pada akhir Maret 2022 hingga akhir Juli 2022.