

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan membahas tentang metode penelitian, jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, definisi konstruk, indikator penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, teknik pengelolaan dan analisis data.

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode semiotika Charles Sanders Pierce. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan dan menganalisis adegan (*Scene*) dari video iklan shampoo *Head and Shoulder* versi Joe Taslim dan Fadil Jaidi. Dari analisis adegan ini, penulis ingin mengetahui penggunaan humor sebagai media komunikasi yang persuasif dalam iklan tersebut.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan semiotik Charles Sander Peirce untuk melihat penggunaan humor sebagai media komunikasi yang persuasif pada iklan shampoo *Head and Shoulder* versi Joe Taslim dan Fadil Jaidi yang ada dalam youtube. Video ini berdurasi 2 menit 8 detik yang menampilkan humor didalamnya secara spesifik. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan sampel dan populasi, tidak berangkat dari teori tetapi berangkat dari fenomena kenyataan. Proses yang dikemukakan oleh Pierce melewati tiga tahap yaitu tanda (*sign*), acuan tanda (*object*), dan penggunaan tanda (*interpretant*).

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Agar mendapatkan data yang akurat, maka subjek dalam penelitian ini adalah humor sebagai media komunikasi yang persuasif, sedangkan objek penelitian adalah kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013:32). Maka objek penelitian, dalam penelitian ini adalah iklan shampoo *Head and Shoulder* versi Joe Taslim dan Fadil Jaidi.

3.4 Defenisi Konstruk

Dalam penelitian ini yang menjadi konstruk adalah bagaimana humor sebagai media komunikasi yang persuasif pada iklan ini dianalisis menggunakan teori yang dikembangkan oleh Peirce, tanda-tanda dalam gambar dapat digolongkan menjadi tiga dengan dasar segitiga makna dari Peirce yakni tanda, objek dan interpretan.

3.5 Indikator Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada adegan gambar untuk mencari penggunaan humor sebagai media yang persuasif pada iklan shampo *Head and Shoulder* dan yang menjadi acuan penelitian ini adalah tanda (*sign*), acuan tanda (*objek*) dan penggunaan tanda (*interpretant*).

3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini data-data dikumpulkan dibagi menjadi dua bagian:

- a. Data Primer, berupa Video YouTube Iklan Shampo *Head and Shoulder* versi Joe Taslim dan Fadil Jaidi baik berupa visual gambar, teks, dialog yang berdurasi 2 menit 8 detik dan nantinya akan dianalisis secara detail.
- b. Data Sekunder, berupa data dari dokumentasi dari youtube, bahan kepustakaan, jurnal-jurnal penelitian, buku-buku, sumber lain seperti *website* resmi dan internet yang membantu menyempurnakan penelitian.

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagaiberikut:

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa sudah berlalu. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2014: 240). Pada penelitian ini dokumentasi diperoleh dari *screenshot scene-scene* yakni potongan atau tangkapan adegan yang bersumber langsung dari iklan tersebut yang di unduh lewat youtube. Kemudian dari potongan-potongan gambar adegan tersebut di analisis tanda, objek dan interpretan dengan teori semiotika Charles Sanders Peirce.

2. Studi pustaka

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan melihat artikel-artikel dari internet, buku-buku serta referensi-referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti. Studi kepustakaan juga menjadi bagian penting dalam kegiatan penelitian karena dapat memberikan informasi tentang penggunaan humor sebagai media yang persuasif secara lebih mendalam.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam proses penelitian, langkah yang dilakukan adalah pemilihan gambar yang berhubungan dengan humor sebagai media komunikasi yang persuasif dan mengamati secara keseluruhan Iklan Shampo *Head and Shoulder* versi Joe Taslim dan Fadil Jaidi.

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Proses analisis ini akan berfokus pada gambar atau visual. Dari adegan pada iklan ini, peneliti hanya akan menganalisis adegan (*scene*) dan dialog yang melampirkan penggunaan humor sebagai media komunikasi yang persuasif. Berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Peirce, tanda-tanda dalam gambar dapat digolongkan menjadi tiga, yakni tanda (*sign*), acuan tanda (*objek*) dan penggunaan tanda (*interpretant*). Dengan dasar segitiga makna dari Peirce ini, maka langkah-langkah analisis semiotika yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

- 1) Menonton tayangan iklan shampo *Head and Shoulder* versi Joe Taslim dan Fadil Jaidi lewat youtube
- 2) Mengamati setiap adegan yang ada di dalamnya, kemudian gambar di *screenshot* pada setiap *scene*.
- 3) Dari potongan gambar atau *screenshot* dalam iklan tersebut, diidentifikasi jenis tanda-tanda yang ada dalam iklan shampo *Head and Shoulder* versi Joe Taslim dan Fadil Jaidi berdasarkan tanda (*sign*), acuan tanda (*objek*) dan penggunaann tanda (*interpretant*) terhadap humor dalam iklan tersebut.
- 4) Selanjutnya memaknai humor dalam iklan shampo *Head and Shoulder* versi Joe Taslim dan Fadil Jaidi dan dapat ditarik kesimpulan dari hasil analisis terhadap tanda yang telah diidentifikasi sebelumnya