

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Dan Metode Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif. Jenis penelitian dengan menggunakan deskriptif memiliki tujuan yaitu membuat sebuah deskripsi secara faktual, sistematis, dan juga akurat mengenai fakta dan juga sifat dari objek atau juga populasi tertentu (Sugiyono, 2012:32). Jenis penelitian dengan menggunakan deskriptif selalu menggunakan pengumpulan data yang data tersebut bisa berupa gambar atau juga kata-kata yang pastinya bukan data angka-angka.

3.1.2. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif ialah sebuah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena yang berfokus pada apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya motivasi, perilaku, tindakan, persepsi, dan segala sesuatu secara holistik, dengan menggunakan cara deskripsi dalam bentuk bahasa maupun kata-kata. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode Semiotika Charles Sanders Peirce yang merupakan sebuah gagasan yang bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan.

3.2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data adalah tempat diperolehnya data. Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang secara langsung diperoleh dari sumber data. Pada penelitian ini sumber data primer yang digunakan yaitu media *billboard* iklan L.A Lights versi “Bukan Artis Tapi Eksis” sebagai objek penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder atau data pendukung dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh bukan secara langsung dari sumbernya. Sumber data sekunder yang digunakan melainkan sumber tertulis seperti buku-buku, internet, dan data-data yang bersangkutan dengan penelitian ini.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik dokumentasi dan mengamati iklan L.A Lights yang ada pada media luar ruang dan melakukan studi pustaka untuk melengkapi data-data dan bahan-bahan yang dapat dijadikan sebagai referensi. Selajutnya data-data referensi tersebut nantinya dianalisis berdasarkan teori *triangle meaning theory* milik Charles Sanders Peirce. Dalam teori tersebut Peirce mengetengahkan pertautan antara sign, object, interpretant.

3.4. Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan media luar ruang *billboard* yang digunakan produk rokok L.A Lights untuk mempromosikan produknya. Objek iklan L.A Lights versi “Bukan Artis Tapi Eksis” yang terpasang di area Jl. Timor Raya, Kelapa Lima, Kota Kupang dengan dimensi *billboard* 4x6 m ini dijadikan bahan penelitian untuk menemukan makna dari *tagline* yang digunakan pada iklan rokok

tersebut. Objek penelitian ini dideskripsikan menggunakan ilmu semiotika Charles Sanders Peirce agar diketahui makna “Bukan Artis Tapi Eksis” dalam iklan tersebut.

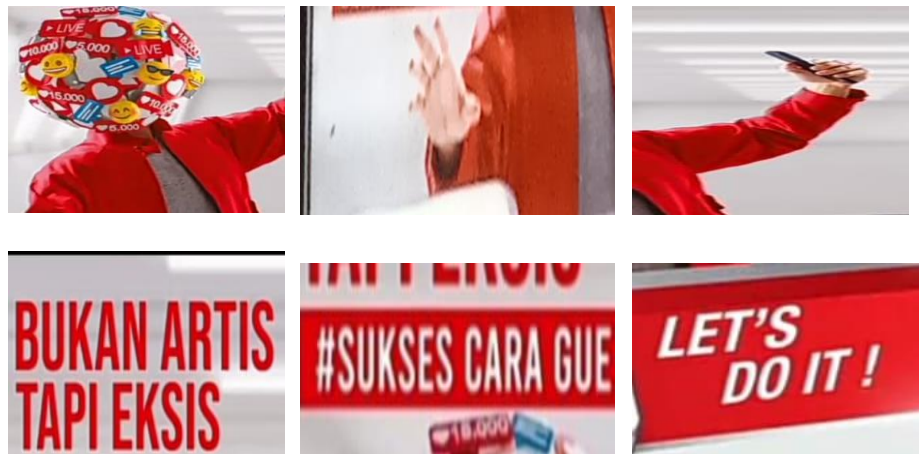
3.5. Konstruksi dan Indikator Penelitian

3.5.1. Konstruksi Penelitian

Yang menjadi konstruksi dalam penelitian ini adalah tanda-tanda berupa gambar dan tulisan pada iklan L.A Lights versi “Bukan Artis Tapi Eksis” pada media luar ruang, yang di indentifikasi berdasarkan ikon, indeks, dan simbol yang kemudian di simpulkan untuk diperoleh makna dari “Bukan Artis Tapi Eksis”.

3.5.2. Indikator Penelitian

Indikator penelitian ini berfokus pada makna iklan rokok L.A Lights dengan elemen makna *sign* (ikon, indeks dan symbol) pada *Triangel* Semiotika Charles S. Peirce yang dilihat dari gambar, kata-kata dan warna.



3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam peneliti ini adalah analisis semiotika, dengan analisis semiotika calon peneliti dapat memakai gambar dan pesan yang terdapat pada iklan L.A Lights, serta membentuk berbagai pemaknaan terhadap iklan ini. Iklan L.A Lights akan diinterpretasikan dengan cara mengidentifikasi tanda-tanda yang terdapat dalam setiap bentuk penggambaran iklan tersebut.

Dalam penelitian ini tanda dan gambar yang ada dalam iklan ini dimaknai dengan menggunakan model semiotika Charles S. Peirce, dimana dikategorikan menjadi tiga, yaitu ikon, indeks dan simbol. Data yang diperoleh akan diinterpretasikan dan dianalisis berdasarkan kajian dan konsep-konsep teoritis yang dipakai dalam penelitian ini.

3.7. Keabsahan Data

Data yang sudah terkumpul merupakan informasi yang sangat berharga dalam sebuah penelitian. Data penelitian yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dan selanjutnya dipakai sebagai bahan masukan untuk penarikan kesimpulan. Keabsahan data dalam penelitian komunikasi kualitatif lebih menunjuk pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh secara akurat mewakili realitas atau gejala yang diteliti. Dalam uji *validitas* data, peneliti menggunakan uji *credibility* atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Teknik pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian menurut Sugiyono di antaranya:

1. Peningkatan Ketekunan, artinya melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.
2. Diskusi dengan Teman Sejawat, artinya pemeriksaan yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan rekan-rekan sebaya, yang memiliki pengetahuan umum yang sama tentang apa yang sedang diteliti, sehingga bersama mereka peneliti dapat mereview persepsi, pandangan dan analisis yang sedang dilakukan.
3. Menggunakan Bahan Referensi, yaitu data atau bahan pendukung yang digunakan untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Bahan referensi ini dapat berupa foto-foto, rekaman, dan dokumen autentik sehingga dapat dipercaya (Sugiyono, 2017:29).