

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup tentang penjelasan metode penelitian, objek penelitian dan sumber data, termasuk teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

3.1 Objek Penelitian

Poster merupakan sebuah media terbatas yang memiliki makna atau representasi terhadap sesuatu hal yang dimuat di dalamnya. Sebuah poster memiliki lebih dari satu *mode* dalam merepresentasikan sesuatu, contohnya poster *global warming* di *Instagram* yang menjadi data penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis menjadikan visual dan verbal yang terdapat dalam poster tersebut sebagai objek penelitian.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berhubungan dengan keperluan untuk menganalisis data, Judith Preissle dalam Cresswell, J. (1998:24), mengatakan bahwa:

“Qualitative research is a loosely clefined category of research designs or models, all of which elicit verbal, visual, tactile, olfactory, and gustatory data in the form of descriptive narratives like field notes, recordings, or other transcriptions from audio and videotapes and other written record and picture or films.”

Penelitian ini memfokuskan terhadap analisis visual dan verbalnya saja, sehingga menggunakan metode kualitatif akan sangat mendukung dalam menganalisis data. Selain itu, dalam penelitian ini, analisis deskriptif juga digunakan sebagai metode penelitian. Jadi, terdapat pendeskripsian dari data yang ada dalam penelitian ini.

3.2.1 Teknik Pengumpulan data

Pada bagian ini penulis akan memaparkan bagaimana cara mengumpulkan data yang telah diperoleh. Berikut langkah-langkah atau prosedur pengumpulan data:

1. Mengunduh Poster Global Warming

Prosedur awal pengumpulan data adalah pengunduhan Poster yang akan digunakan sebagai data dari penelitian. Poster diunduh dari *Official Instagram* tentang *Global Warming*. Berikut langkah-langkah pengunduhannya:

Langkah pertama, penulis menggunakan aplikasi *instagram* yang sudah di *install* di *smartphone* dengan basis *operating system android*. Langkah kedua, masuk ke aplikasi *instagram* yang sudah di *install*. Kemudian masuk ke menu *log-in*, masukan alamat dan *password* pengguna *instagram* jika sudah mempunyainya. Jika belum mempunyai alamat dan *password instagram*, bisa membuatnya terlebih dahulu dengan masuk ke menu *sign-in* untuk mendaftarkan diri sebagai pengguna *instagram*. Langkah ketiga, setelah berhasil *log-in*, kemudian tampilan *instagram* akan muncul. Terdapat fitur *search* yaitu fitur untuk mencari akun *instagram* seseorang, *group/official instagram*. Kemudian, penulis mengetik *hashtag (#) global warming*. Setelah akun *instagram* dengan *hashtag (#) global warming* sudah ditemukan, kemudian penulis mencari poster mengenai *global warming*.

2. Pemilihan Poster

Setelah proses pengunduhan poster selesai, prosedur selanjutnya yang dilakukan adalah memahami gambar dan membaca kalimat atau teks yang terdapat pada poster yang akan dianalisis. Sebelum itu, pemilihan poster pun dilakukan berdasarkan topik tentang *global warming* pada *Instagram*.

3.2.2 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, untuk menganalisis data, langkah yang dilakukan adalah menganalisis visual dan verbal yang dimuat dalam poster *global warming* dengan tiga metafungsi, yaitu; *Ideational*, *Interpersonal*, dan *Textual*. Analisis *Ideational* bertujuan untuk mendeskripsikan naratif yang terdapat dalam poster *global warming*, *Interpersonal* bertujuan untuk mendeskripsikan jarak sosial, kontak, dan sikap yang terdapat dalam poster tersebut, dan *Textual* bertujuan untuk mendeskripsikan nilai informasi yang terdapat dalam poster tersebut. Kemudian, kalimat atau teks yang terdapat dalam poster tersebut di analisis menggunakan *Systemic Functional Linguistics* (SFL) sehingga akan didapati representasi apa yang dimuat di dalam poster tersebut melalui visual dan verbalnya. Di bawah ini adalah pendeskripsian analisis data:

Analisis Ideasional:

Analisis ini bertujuan untuk menganalisis **naratif** yang dimuat dalam poster. Kemudian, kalimat atau teks yang terdapat pada poster dianalisis menggunakan *systemic functional linguistics: transitivity*.

Analisis Interpersonal:

Analisis ini bertujuan untuk menganalisis **jarak sosial, kontak dan sikap** yang terdapat dalam poster.

Analisis Tekstual:

Analisis ini bertujuan untuk menganalisis **nilai informasi** yang terdapat dalam poster. Setelah analisis menggunakan tiga metafungsi selesai, kemudian pendeskripsian **representasi visual dan verbal** menjadi akhir dari analisis data.

Data:



Gambar 3.1 Data Poster Contoh Analisis

Analisis Ideational (visual)	
Naratif	<p>Dalam poster di atas, ada dua partisipan. Partisipan pertama, pria gemuk yang berada disebelah kiri dan pria kecil yang berada di kanan gambar. Pria gemuk terlihat marah dengan posisi tangan siap memukul dan pria kecil terlihat ketakutan, dengan latar belakang bergambarkan sketsa planet Bumi. Kemudian, dalam poster tersebut ada sebuah <i>tagline</i> "Say global warming is a myth".</p>

Verbal:**Analisis Transitivity****Data:**

Say, global warming is a myth!

<i>Say,</i>	<i>Global warming is a myth!</i>
<i>Verbal</i>	<i>Verbiage</i>

Verbal Processes:

Kata *say* sebagai *verbal* adalah sebuah ajakan kepada semua orang yang melihat poster untuk menyetujui sesuatu, yaitu sesuatu tentang *global warming*. Bahwa *global warming* adalah sebuah mitos. *Global warming is a myth* sebagai *verbiage*, *global warming* adalah bencana dan *a myth!* adalah sebuah ekspresi tentang *global warming*. Representasi dalam poster tersebut melalui *taglinenya* bahwa *global warming* hanya sebuah mitos, ini seperti memaksa semua orang untuk tidak lagi memperhatikan *global warming*.

Analisis Interpersonal (visual)	
Jarak Sosial	Poster di atas diambil secara ' <i>close shot</i> '. ' <i>Close shot</i> ' menjadikan kita memiliki hubungan yang sangat dekat dengan <i>represented participants</i> . Ini bermakna, bahwa pria gemuk dan pria kecil itu ingin memberikan kesan yang dekat dengan <i>viewer</i> (orang-orang yang melihat poster) dengan berbagi kondisi dimana isu-isu tentang bahayanya <i>global warming</i> hanyalah sesuatu yang tidak penting.
	Dalam poster di atas, tatapan <i>participants</i> tidak ditunjukkan pada <i>viewer</i> tapi saling menatap antara keduanya sehingga tidak ada kontak antara mereka

Kontak	dengan <i>viewer</i> . Ketika tidak ada kontak mata antara ' <i>represented participants</i> ' dengan ' <i>viewer</i> ' maka ' <i>viewer</i> ' ditempatkan sebagai pengamat (<i>observer</i>); ini menandakan tidak 'menuntut' tetapi 'menawarkan' pada <i>viewer</i> . Sebagai pengamat, <i>viewer</i> ditawarkan untuk mengobservasi apa yang terjadi di tempat tersebut.
Sikap	Sudut pandang pengambilan gambar adalah <i>frontal angel</i> . Ini menunjukkan ajakan kepada <i>viewer</i> untuk terlibat dalam kegiatan <i>participants</i> . Jika dilihat dari ukuran ' <i>participants</i> ' dalam gambar ini relatif besar. sehingga ' <i>participants</i> ' dan ' <i>viewer</i> ' memiliki keleluasaan yang sama.

Analisis <i>Textual</i> (visual)	
Nilai Informasi	Dari sudut pandang komposisi <i>layout</i> , posisi pria gemuk berada disebelah kiri gambar sedangkan pria kecil berada disebelah kanan gambar. Menurut Kress dan Van Leeuwen (2006) dalam <i>reading images</i> , sesuatu yang berada disebelah kiri disebut " <i>given</i> ", sedangkan yang berada disebelah kanan disebut " <i>new</i> ". <i>Given</i> disini adalah pemberi informasi, sedangkan <i>New</i> adalah penerima informasi.

Representasi visual dan verbal:

Dilihat dari analisis *ideational*, poster tersebut tergolong poster naratif, artinya bermaksud untuk menceritakan sesuatu kepada *viewer*. Di sini yang ingin diceritakan adalah mengenai *global warming* sebagai sesuatu yang tidak perlu ditakutkan. Kemudian, dilihat dari analisis *interpersonal* Sosok pria gemuk dan pria kecil terlihat lumayan dekat dengan *viewer* karena gambar dibuat dengan jarak yang cukup dekat (*close up*), namun pandangan pria gemuk dan pria kecil ini tidak menghadap kepada *viewer* melainkan saling bertatapan antara keduanya. Artinya gambar ini menawarkan *viewer* untuk mengamati kegiatan yang terdapat pada gambar tersebut secara intim/dekat. Dilihat dari analisis *compositional/textual*, sosok pria gemuk dan pria kecil dibuat lebih kontras dengan latar belakang, dan pria gemuk diposisikan di kiri gambar sedangkan pria kecil disebelah kanan. Hal tersebut menunjukkan pria gemuk itulah yang menjadi pemberi informasi (*given*) sedangkan pria kecil yang berada disebelah kanan adalah penerima informasi (*new*). Pria gemuk merepresentasikan pembuat poster, sedangkan pria kecil merepresentasikan orang-orang yang melihat poster tersebut.

Dengan penggambaran dari pria gemuk, itu memperlihatkan kepada siapapun yang melihat poster tersebut untuk menyetujui sesuatu, yang dimaksud sesuatu itu adalah tentang *global warming* sebagai mitos. Dalam poster ini pria kecil seolah-olah dipaksa harus setuju dengan pria gemuk tentang *global warming* adalah sebuah mitos, ini seperti halnya pembuat poster memaksa kepada orang-orang yang melihat poster harus setuju dengan apa yang dia sampaikan melalui poster tentang *global warming* adalah sebuah mitos.

Dalam poster di atas, analisis visual mendeskripsikan tentang ajakan kepada semua orang yang melihat poster untuk menyetujui *statement* bahwa ***global warming adalah sebuah mitos***. Pernyataan itu didukung oleh verbal “*Say, global warming is a myth*”. Dalam analisis verbal menggunakan *verbal processes*, ini mengidentifikasi penekanan ajakan untuk menyetujui representasi bahwa *global warming* adalah sebuah mitos. Karena representasi yang disampaikan oleh poster mengandung pemaksaan pendapat, yang artinya setiap orang yang melihat poster harus setuju bahwa *global warming* adalah sebuah mitos, sehingga isu-isu mengenai bahayanya *global warming* jangan diperdulikan. visual dan verbal tidak ada perbedaan makna, bahkan saling mendukung untuk penyampaian makna. Representasi yang terdapat pada poster adalah negatif, karena makna yang disampaikan adalah untuk mengajak *viewer* (orang-orang yang melihat poster) untuk menyetujui bahwa *global warming* hanya sebuah mitos.

3.3 Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan poster tentang *global warming* dengan kurun waktu tahun 2014-2018 dari *Instagram* sebagai sumber data. Pengambilan data dilakukan pada 20 Februari 2018, pukul 18.35 untuk Data 1, 18.38 untuk Data 2, 18.44 untuk Data 3, dan 22.50 untuk Data 4. Pengambilan data dilakukan pada 25 Mei 2018, pukul 16.15 untuk Data 5, 16.21 untuk Data 6, 16.26 untuk Data 7, 16.32 untuk Data 8, 16.44 untuk Data 9 dan 16.55 untuk Data 10. Pengambilan data di atas berdasarkan *trending topic* di *Instagram* dengan *Hashtag* (#) *Global Warming*.