BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana semiotik makna maskulinitas dalam tanyangan iklan Djarum Super My Great Adventure Indonesia. Adapun objek dalam penelitian ini adalah *sequence* dalam tayangan iklan Djarum Super *My Great Adventure* Indonesia. Kategori adegan yang menggambarkan tentang maskulinitas meliputi *sequence* yang di dapat dari hasil pemotongan *sequence* yang terdapat dalam tayangan iklan Djarum Super *My Great Adventure* Indonesia .

3.1.1 Sinopsis Iklan

Dalam Iklan Djarum Super *My Great Adventure* Indonesia, diceritakan ada tiga orang pria yang melakukan petualangan bersama-sama, yang di perankan oleh Andriano, Marcello dan Jeje. Petualangan mereka berlangsung selama 29 hari yang di mulai pada hari kedua yang berlokasi di Sumatra. Di Sumatra mereka mengendari sebuah mobil jeep menyusuri pelosok yang ada di daerah sumatra, kemudia hari ke lima mereka berada di Way Kambas, disana mereka bermain bola bersama gajah, selajutnya dihari ke duabelas mereka mendatangi Rinjani, lombok, setelah itu perjalanan mereka lanjutkan ke Raja Ampat, Papua tepatnya di hari ke

sembilanbelas. Dihari ke 23 mereka sudah berada di Kuta Reef, Bali dan di hari ke 29 mereka mendaki gunung krakatau.

Meraka melakukan berbagai kegitan yang menantang seperti mendaki, bermain bola, bermain *surfing*, dan olahraga lainnya yang bisa dibilang merupakan olah raga ekstrim disetiap tempat yang mereka datangi, selain itu juga dalam tayangan iklan ini juga digambarkan berbagai keindahan dan kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia.

Tabel 3.1

Cuplikan Tayangan Yang Memiliki Makna Maskulinitas

Timeline	Video	Audio
00:10 – 00:12		*Jingle* djarum super *my great adventure* indonesia
00:20 – 00:22		*Jingle* djarum super *my great adventure* indonesia

00:23 – 00:24		*Jingle* djarum super *my great adventure* indonesia
00:55 – 00:57		*Jingle* djarum super *my great adventure* indonesia
01:08 – 01:10		*Jingle* djarum super *my great adventure* indonesia

01:14 – 01:20		*Jingle* djarum super *my great adventure* indonesia
01:24 – 01:29		*Jingle* djarum super *my great adventure* indonesia

Sumber : Peneliti, Juli 2013

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan prosedur yang dipergunakan dalam upaya mendapatkan data ataupun informasi guna memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Penentuan dan teknik yang digunakan haruslah dapat mencerminkan relevansi dengan fenomena penelitian yang telah diuraikan dalam konteks penelitian.

Pendekatan yang dianggap sesuai dengan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif menurut Judistira K.Garna (1999:32) menyebutkan bahwa :

”Pendekatan kualitatif dicirikan oleh tujuan peneliti yang berupaya memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa yang tidak memerlukan kuantifikasi, atau karena gejala-gejala tersebut tidak dimungkinkan diukur secara tepat.”

Pendekatan kualitatif menurut Neuman (1997:329) :

”Penelitian kualitatif harus fokus pada makna-makna subjektif, definisi, kiasan,simbol dan gambaran dari kasus tertentu, hingga mampu menangkap aspek-aspek sosial.”

Hal seperti ini juga dipertegas oleh Littlejohn (1996:16).yang mengatakan bahwa :

”Penelitian kualitatif adalah penelitian yang latar tempat dan waktunya alamiah. Paradigma ini juga memungkinkan untuk dilakukan interprestasi secara kualitatif atas data-data penelitian yang telah diperoleh. Disamping itu, jenis penelitian ini memberi peluang yang besar bagi dibuatnya interpretasi-interprestasi altenatif (Littlejohn, 1996:16).

Penelitian kualitatif dalam ilmu komunikasi adalah sebagai perspektif subjektif. Asumsi-asumsi dan pendekatan serta teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sangat relevan dengan ciri-ciri dari penelitian yang berperspektif subjektif seperti :

1) Sifat realitas yang bersifat ganda, rumit, semu, dinamis (mudah berubah-ubah), dikonstruksikan, dan *holistic* : pembenaran realitas bersifat relative.
2) Actor (subyek) bersifat aktif, kreatif dan memiliki kemauan bebas, dimana prilaku komunikai secara internal ikendalikan oleh individu.
3) Sifat hubungan dalam dan mengenai realitas.
4) Sifat hubungan dalam dan mengenai realitas.
5) Tujuan penelitian terkait dengan hal-hal yeng bersifat khusus,
6) Metode penelitian yang deskriptif
7) Metode penelitian yang deskriptif
8) Otentisitas adalah kriteria kualitas penelitian subyektif, dan
9) Nilai, etika, dan pilihan moral penelitian melekat dalam proses penelitian.

(Mulyana, 2002:147-148)

Pendekatan penelitian kualitatif dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika (semiotic analysis) Rolands Barthes yang merupakan bagian dari salah satu kelompok metode analisis Semiotika.

3.2.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis semiotik. Marcel Danesi dalam bukunya yang berjudul Pesan, Tanda, dan Makna menjelaskan :

“Semiotika adalah ilmu yang mencoba menjawab pertanyaan yang dimaksud dengan “x” yang dapat berupa apapun, mulai dari sebuah kata atau isyarat hingga keseluruhan komposisi musik atau film. Jangkauan “x” bias bervariasi, tetappi sifat dasar yang merumuskanya tidak”. (Danesi, 2010:5)

Dapat diartikan bahwa semiotik penarikan kesimpulan namun tidak akan selalu apa yang diartikan sama dengan apa yang akan di bahas secara lain, karena dalam semiotik terdapat makna yang denotatif dan juga terdapat makna yang konotatif.

“Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekadar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif" (Sobur, 2003:69).

Sehingga dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana makna denotatif, konotatif, dan mitos maskulinitas dalam tayangan iklan Djarum Super My Great Andventure Indonesia.

3.2.2. Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1. Studi Pustaka

Mencari dan mengumpulkan tulisan, buku, serta informasi lainnya tentang analisis semiotik, film, dan informasi seputar tayangan iklan televisi yang berkaitan dengan tayangan iklan Djarum super *My Great Adventure* Indonesia yang bermuatan pesan-pesan tentang maskulinitas.

Studi kepustakaan ini dilakukan untuk memperoleh data sebagai analisa pada sebuah tayangan iklan.

3.2.2.2. Studi Lapangan

1. Studi Dokumentasi

Mengamati Tayangan iklan Djarum super *My Great Adventure* Indonesia dengan teliti. Data yang diperoleh, makna pesan , kode, dan tanda yang terdapat dalam tayangan iklan televisi akan diamati dengan cara mengidentifikasikan tanda-tanda yang terdapat dalam teks. Cara ini dilakukan untuk mengetahui makna-makna yang dikonstruksi di dalam tayangan iklan televisi tersebut, baik makna denotatif maupun konotatif. Guna memperoleh data primer melalui studi dokumentasi, Tayangan iklan

televisi terlebih dahulu akan dipisahkan sesuai dengan apa yang akan peneliti teliti.

Makna yang diidentifikasi, pertama adalah makna denotatif, yaitu makna yang diungkapkan oleh tanda-tanda itu secara literal yaitu makna yang dengan mudah dapat dibaca dari permukaan film. Setelah makna denotatif teridentifikasi, maka makna yang tersembunyi dibalik permukaan film tadi juga akan diinterpretasikan sehingga menghasilkan makna konotatif. Penafsiran makna konotatif ini akan mengungkap kode-kode apa saja yang digunakan pembuat film untuk dapat memunculkan makna yang diharapkan yang dapat diterima oleh khalayak sesuai dengan idiologi yang digunakannya.

2. *Internet Searching*

Teknik yang dilakuakan untuk mendapatkan informasi dengan melalui media internet. Dimana didalamnya terdapat berbagai reverensi yang mendukung penelitian ini.

3.2.3. Teknik Analisa Data

Menurut Bogdan, analisis data adalah, "Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain" (Sugiyono, 2008:244)

Setelah memperoleh data penelitian, maka hal yang dilakukan selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan *sequence* yang menjadi objek penelitian dengan meng-*cut* dari keseluruhan film dan memilih apa yang menjadi pokok pikiran di setiap sequence nya.
2. Menganalisi sesuai apa yang menjadi tujuan penelitian dengan menganalisis beberapa bagian tanyangan iklan (*sequence*) yang sesuai dengan apa yang peneliti akan analisis dengan menggunakan teori semiotika Barthes.

Semiotik Barthes menggunakan 3 pembedahan makna dalam sebuah objek, melihat dari sisi denotatif yang terdapat dalam objek, melihat dari sisi konotatif yang terdapat dalam objek, serta mitos/ideologi yang terdapat dalam objek agar objek tersebut dapat di jabarkan.

Dalam semiotik Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tahap pertama, sementara konotasi merupakan sistem signifikasi tahap kedua. Dalam hal ini, denotasi lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna, dan dengan demikian, merupakan sensor atau represi politis. Sedangkan konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai mitologi (mitos), yang berfungsi untuk memgungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Barthes juga mengungkapkan bahwa baik di dalam mitos maupun ideologi, hubungan antara penanda konotatif

dengan petanda konotatif terjadi secara termotivasi (Budiman dalam Sobur, 2004:70-71).

Dalam pengamatan Barthes, hubungan mitos dengan bahasa terdapat pula dalam hubungan antara penggunaan bahasa literer dan estetis dengan bahasa biasa. Dalam fungsi ini yang diutamakan adalah konotasi, yakni penggunaan bahasa untuk mengungkapkan sesuatu yang lain daripada apa yang diucapkan. Baginya, lapisan pertama itu taraf denotasi, dan lapisan kedua adalah taraf konotasi: penanda-penanda konotasi terjadi dari tanda-tanda sistem denotasi.

Dengan demikian, konotasi dan kesusastraan pada umumnya, merupakan salah satu sistem penandaan lapisan kedua yang ditempatkan di atas sistem lapisan pertama dari bahasa (Sobur, 2006:19-20).

Barthes menggunakan konsep konnotation-nya Hjemslev untuk menyingkap makna-makna yang tersembunyi (Dahana, 2001: 23). Konsep ini menetapkan dua pemunculan makna yang bersifat promotif, yakni denotatif dan konotatif, pada tingkat denotatif, tanda-tanda itu mencuat terutama sebagai makna primer yang "alamiah". Namun pada tingkat konotatif, di tahap sekunder, muncullah makna yang ideologis.

Tahapan konotasi pun dibagi menjadi dua. Tahap pertama memiliki tiga bagian, yaitu : Efek tiruan, sikap (pose), dan objek. Sedangkan tiga tahap terakhir adalah : Fotogenia, estetisme, dan sintaksis.

1. Efek tiruan : hal ini merupakan tindakan manipulasi terhadap objek seperti menambah, mengurangi atau mengubah objek yang ada menjadi objek yang sama sekali lain (berubah) dan memiliki arti yang lain juga.

2. Pose/sikap : gerak tubuh yang berdasarkan *stock of sign* masyarakat tertentu dan memiliki arti tertentu pula.
3. Objek : benda–benda yang dikomposisikan sedemikian rupa sehingga diasumsikan dengan ide–ide tertentu. Seperti halnya penggunaan mahkota di asumsikan sebagai penguasa dengan keindahan yang ada dikepalanya sebagai symbol kekuasaan.
4. Fotogenia : adalah seni memotret sehingga foto yang dihasilkan telah dibumbui atau dihiasi dengan teknik–teknik *lighting*, eksprosure dan hasil cetakan. Dalam sebuah film, fotogenia digunakan untuk menghasilkan suasana yang disesuaikan dengan kondisi cerita yang ada dalam *sequence* film itu sendiri.
5. Esestisisme : disebut juga sebagai estetika yang berkaitan dengan komposisi gambar untuk menampilkan sebuah keindahan senimatografi
6. Sintaksis : biasanya hadir dalam rangkaian gambar yang ditampilkan dalam satu judul dimana waktu tidak muncul lagi pada masing – masing gambar, namun pada keseluruhan gambar yang ditampilkan terutama bila dikaitkan dengan judul utamanya (Barthes, 2010:7-11).

3.3 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan *uji credibility* (validitas interbal) atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Uji keabsahan data ini diperlukan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan atau data yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesungguhnya di lapangan.

Cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian menurut Sugiyono diantaranya yaitu dengan melakukan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif,. (Sugiyono dalam deni, 2010:121).

1. Peningkatan ketekunan, berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis

2. Diskusi dengan teman sejawat, teknik ini dilakukan dengan mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat. Pemeriksaan sejawat berarti pemerikasaan yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan rekan-rekan sebaya, yang memiliki pengetahuan umum yang sama tentang apa yang sedang diteliti, sehingga bersama mereka peneliti dapat me-*review* persepsi, pandangan dan analisis yang sedang dilakukan. (Moleong, 2011:334)

3. Analisis kasus negatif, peneliti mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang ditemukan. Bila tidak ada lagi data yang berbeda atau bertentangan dengan temuan, berarti data yang ditemukan sudah dapat dipercaya.(Sugiyono, 2010:128)

3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

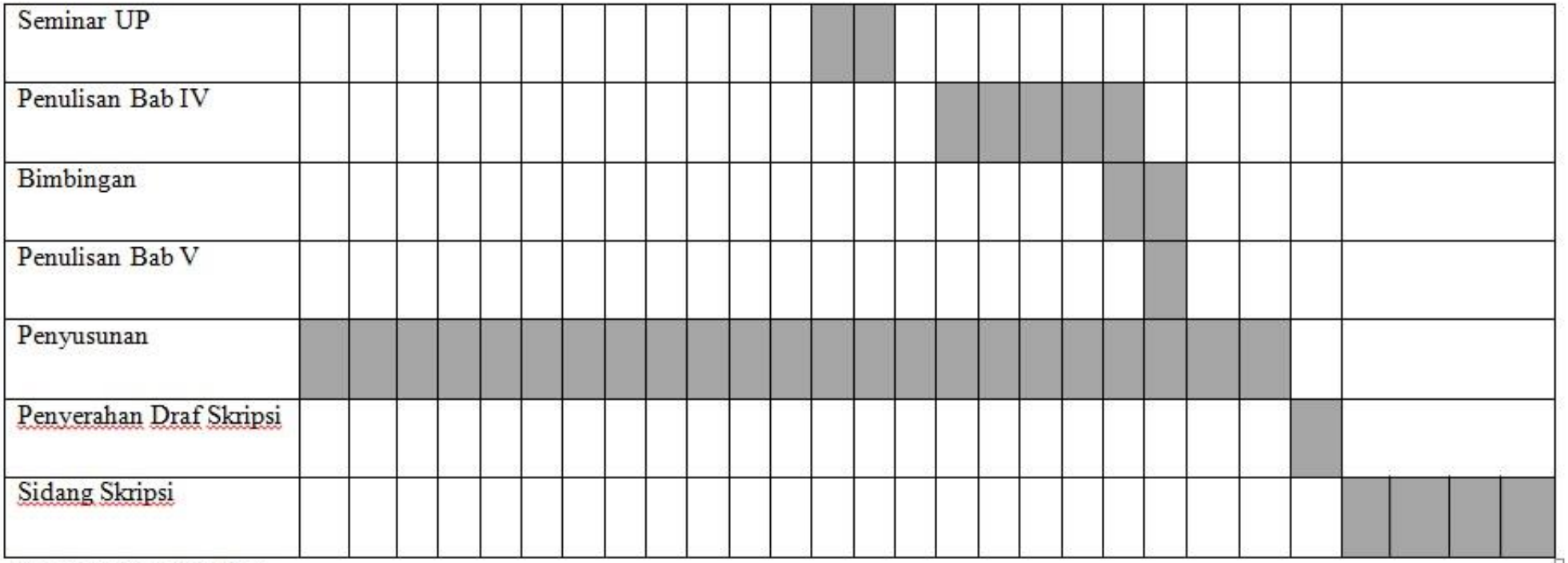
Lokasi yang dipilih oleh peneliti yakni bertempat di Kota Bandung. Karena peneliti hanya meneliti sebuah tayangan iklan.

3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai dari bulan Februari hingga bulan Agustus 2013. Peneliti melakukan penelitian dengan waktu selama 7 bulan.

Tabel 3.2
Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan																											
	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Studi Pendahuluan																												
Pengajuan Judul																												
Persetujuan Judul																												
Penulisan Bab I																												
Bimbingan																												
Penulisan Bab II																												
Bimbingan																												
Penulisan Bab III																												
Bimbingan																												



Sumber : Peneliti 2013