BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Bagaimana representasi Pemimpin Dalam Iklan New Nutrilon Royal 3 *"Life Starts Here*". Iklan pertama yang dibuat pada tahun 2010 dan iklan kedua pada tahun 2012. Nutrilon merupakan salah satu merk produk susu bayi yang dihasilkan oleh perusahaan produsen susu terkenal, Nutricia. Nutrilon memiliki beberapa jenis produk yaitu, Nutrilon, Nutrilon Gold, Nutrilon Royal, dan Nutrilon Soya.Adapun objek dalam penelitian ini adalah *sequence* dalam Iklan New Nutrilon Royal, dengan fokus penelitian yaitu dialog yang menggambarkan tentang Pemimpin dalam Iklan New Nutrilon Royal. Kategori adegan yang akan di teliti ini adalah penggambaran tentang pemimpin yang tampak pada iklan tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui wacana representasi pemimpin dalam iklan Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*". Peneliti mengambil lima *scene* beserta teks iklan yang ada pada iklan Nutrilon *Starts Here* sebagai objek penelitian ini yang dapat peneliti jelaskan pada tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1

Scene Teks Iklan

Time Line	Scene Iklan
Scene ke-1 Pada Durasi 00.00 – 00.05	 “Mari kita panggil para raja,ratu, mari kumpulkan para jenderal”
Scene ke-2 Pada Durasi 00.07 – 00.10	 “Para Pembawa Perubahan”

Scene ke-3 Pada Durasi 00.10 – 00.14	 "Para Penggebrak"
Scene Empat pada durasi 00.14-00.21	 "Para penggerak, mari kita Sambut para pemimpin dan berikan mereka harapan"
Scene ke-5 Pada Durasi 00.21 – 00.29	 *"Life Starts Here"*

Sumber : Peneliti 2014

3.2 Metode Penelitian

Metode Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian analisis wacana kritis Norman Fairclough. Metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu ucapan atau tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari subjek itu sendiri.

3.2.1 Desain Penelitian

3.2.1.1 Paradigma Kritis

Paradigma kritis (*critical paradigm*) adalah semua teori sosial yang mempunyai maksud dan implikassi praktis dan berpengaruh terhadap perubahan sosial. Paradigma ini tidak sekadar melakukan kritik terhadap ketidakadilan sistem yang dominan yaitu sistem sosial kapitalisme, melainkan suatu paradigma untuk mengubah sistem dan struktur tersebut menjadi lebih adil. Meskipun terdapat beberapa variasi teori sosial kritis seperti feminisme, *cultural studies*, posmodernisme -aliran ini tidak mau dikategorikan pada golongan kritis, tetapi kesemuanya aliran tersebut memiliki tiga asumsi dasar yang sama.[8]

Pertama, semuanya menggunakan prinsip-prinsip dasar ilmu sosial interpretif. Ilmuan kritis harus memahami pengalaman manusia dalam konteksnya. Secara khusus paradigma kritis bertujuan untuk menginterpretasikan dan karenanya memahami bagaimana berbagai

[8] http://yasirkomunikasi.blog.com/2009/07/08/paradigma-komunikasi-kritis-suatu-alternatif-bagi-ilmu-komunikasi/ di akses pada tanggal 7 maret 2014 pukul 11.45

kelompok sosial dikekang dan ditindas. *Kedua*, paradigma ini mengkaji kondisi-kondisi sosial dalam usaha untuk mengungkap struktur-struktur yang sering kali tersembunyi. Kebanyakan teori-teori kritis mengajarkan bahwa pengetahuan adalah kekuatan untuk memahami bagaimana seseorang ditindas sehingga orang dapat mengambil tindakan untuk mengubah kekuatan penindas.

Ketiga, paradigma kritis secara sadar berupaya untuk menggabungakn teori dan tindakan (praksis). "Praksis" adalah konsep sentral dalam tradisi filsafat kritis ini. Menurut Habermas (dalam Hardiman, 1993: xix) praksis bukanlah tingkah-laku buta atas naluri belaka, melainkan tindakan dasar manusia sebagai makhluk sosial. Asumsi dasar yang ketiga ini bertolak dari persoalan bagaimana pengetahuan tentang masyarakat dan sejarah bukan hanya sekedar teori, melainkan mendorong praksis menuju pada perubahan sosial yang humanis dan mencerdaskan. Asumsi yang ketiga ini diperkuat oleh Jurgen Habermas (1983) dengan memunculkan teori tindakan komunikatif (*The Theory of Communication Action*).

3.2.1.2 Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

Fairclough berusaha menghubungkan antara analisis teks pada level mikro dengan konteks social yang lebih besar. Dalam hal ini *sociocultural practice*. Pada tahap analisis, ketiga tahapan itu dilakukan secara bersama-sama. Analisis teks bertujuan mengungkap makna dan itu

bisa dilakukan diantaranya dengan menganalisis bahasa secara kritis. *Discourse practice* membahas teks dengan konteks social budaya (*sociocultural practice*). Artinya hubungan antara social budaya dengan teks bersifat tidak langsung dan disambungkan *discourse practice*. Ketiga dimensi ini dapat digambarkan sebagai berikut :

TINGKATAN	**METODE**
Teks	*Critical Linguistics*
Discourse Practice	Wawancara Mendalam
Sociocultural Practice	Studi Pustaka, Penelusuran Sejarah

Sumber : Eriyanto,2001 : 326

Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga dimensi: teks, discourse practice, dan sosiocultural practice. Dalam model Fairclough, teks di sini dianalisis secara linguistik, dengan melihat kosakata, semantik, dan tata kalimat. Ia juga memasukkan koherensi dan kohesivitas, bagaimana antarkata atau kalimat tersebut digabung sehingga membentuk pengertian. Semua elemen yang dianalisis tersebut dipakai untuk melihat tiga masalah berikut.

Pertama, ideasional yang merujuk pada representasi tertentu yang ingin ditampilkan dalam teks, yang umumnya membawa muatan ideologis tertentu. Analisis ini pada dasarnya ingin melihat bagaimana sesuatu ditampilkan dalam teks yang bisa jadi membawa muatan ideologis tertentu.

Kedua, relasi, merujuk pada analisis bagaimana konstruksi hubungan di antara pembuat wacana (pembuat iklan) dengan petuturnya, seperti apakah teks disampaikan secara informal atau formal, terbuka atau tertutup.

Ketiga, identitas merujuk pada konstruksi tertentu dari identitas pembuat wacana dan pembaca, serta bagaimana personal dan identitas ini hendak ditampilkan (Eriyanto, 2001:286-287).

Analisis, *discourse practice* memusatkan perhatian pada bagaimana produksi dan konsumsi teks. Teks dibentuk lewat suatu praktik diskursus, yang akan menentukan bagaimana teks tersebut diproduksi. Proses konsumsi teks bisa jadi juga dihasilkan dalam konteks yang berbeda pula (Eriyanto, 2001:287) Sedangkan *sosiocultural practice* adalah dimensi yang berhubungan dengan konteks di luar teks. Konteks di sini memasukkan banyak hal, seperti konteks situasi, lebih luas adalah konteks dari praktik institusi dari perguruan tinggi itu sendiri dalam hubungannya dengan masyarakat atau budaya dan politik tertentu (Eriyanto, 2004: 288).

A. Teks

Fairclough melihat teks dalam berbagai tingkatan. Sebuah Teks bukan hanya menampilkan bagaimana suatu objek digambarkan tetapi juga bagaimana hubungan antar objek didefinisikan. Ada tiga elemen dasar dalam model Fairclough, Setiap teks pada dasarnya, menurut Fairclough, dapat diuraikan dan dianalisis dari ketiga unsur tersebut. Representasi pada dasarnya ingin melihat bagaimana seseorang, kelompok, tindakan, kegiatan ditampilkan dalam teks. Representasi dalam pengertian Fairclough dilihat dari dua hal, yakni bagaimana seseorang, kelompok, dan gagasan ditampilkan dalam anak kalimat dan gabungan atau rangkaian antar anak kalimat. (Eriyanto, 2001: 289)

1. Representasi dalam anak kalimat Aspek ini berhubungan dengan bagaimana seseorang, kelompok, peristiwa, dan kegiatan ditampilkan dalam teks, dalam hal ini bahasa yang dipakai. Menurut Fairclough, ketika sesuatu tersebut ditampilkan pada dasarnya pemakai bahasa dihadapkan pada paling tidak dua pilihan. Pertama, pada tingkatan kosakata (*vocabulary*): kosakata apa yang dipakai untuk menampilkan dan menggambarkan sesuatu, yang menunjukkan bagaimana sesuatu tersebut dimasukkan dalam satu set kategori (Eriyanto, 2001: 290). Kedua, pilihan yang didasarkan pada tingkatan grammar (tata bahasa). Terutama perbedaan diantara tindakan (dengan actor sebagai penyebab) dan sebuah peristiwa (tanpa aktor sebagai penyebab atau pelaku). Ini bukan semata persoalan ketatabahasaan, karena realitas yang dihadirkan dari pemakaian

tata bahasa ini berbeda. Pemakai bahasa dapat memilih, apakah seorang, kelompok, atau kegiatan tertentu hendak ditampilkan sebagai sebuah tindakan (action) ataukah sebagai sebuah peristiwa (Event) (Eriyanto, 2001: 290). Bentuk tindakan menggambarkan bagaimana aktor melakukan suatu tindakan tertentu kepada seseorang yang menyebabkan sesuatu. Bentuk tindakan umumnya, anak kalimatnya mempunyai struktur transitif (subjek+verb+objek). Sedangkan bentuk peristiwa umumnya, mempunyai anak kalimat intranstif (subjek+verb). Bentuk keadaan, menunjuk pada sesuatu yang telah terjadi. Bentuk lainnya adalah proses mental, menampilkan sesuatu fenomena, gejala umum yang membentuk kesadaran khalayak, tanpa menunjuk subjek/pelaku, dan korban secara spesifik (Eriyanto,2001: 292-293)

2. Representasi dalam kombinasi anak kalimat

Antara satu anak kalimat dengan anak kalimat lain dapat digabungkan sehingga membentuk suatu pengertian yang dapat dimaknai. Pada dasrnya, realitas terbentuk lewat bahasa dengan gabungan antara satu anak kalimat dengan anak kalimat lain. Gabungan antar kalimat ini akan membentuk koherensi lokal, yakni pengertian yang didapat dari gabungan anak kalimat satu dengan yang lain, sehingga kalimat itu mempunyai arti. Koherensi ini pada titik tertentu menunjukkan ideologi dari pemakai bahasa. Koherensi antara anak kalimat ini mempunyai beberapa bentuk. Pertama, elaborasi, anak kalimat yang satu menjadi penjelas dari anak kalimat yang lain. Umumnya bentuk ini dihubungkan dengan pemakaian

kata sambung seperti “yang”, “lalu”, atau “selanjutnya”. Kedua, perpanjangan, di mana anak kalimat satu merupakkan perpanjangan anak kalimat yang lain. Perpanjangan ini bias berupa tambahan (umumnya memakai kata hubung “dan”) atau berupa kontras antara satu anak kalimat dengan anak kalimat yang lain (umumnya memakai kata hubung “tetapi”, “meskipun”, “akan tetapi”, dan sebagainya) atau jugamembuat pilihan yang setara antara satu anak kalimat dengan anak kalimat lain (umumnya memakai kata hubung “atau”). Ketiga, mempertinggi, di mana anak kalimat yang satu posisinya lebih besar daripada anak kalimat yang lain (umumnya dengan pemakaian kata hubung “karena” atau “diakibatkan”). (Eriyanto, 2001: 294-295).

3. Representasi dalam rangkaian antar kalimat

Kalau aspek kedua berhubungan dengan bagaimana dua anak kalimat digabung, maka aspek ini berhubungan dengan bagaimana dua kalimat atau lebih disusun dan dirangkai. Representasi ini berhubungan dengan bagian mana dalam kalimat yang lebih menonjol dibandingkan dengan bagian lain. Salah satu aspek penting adalah apakah partisipan dianggap mandiri ataukah memberikan reaksi dalam teks. (Eriyanto, 2001: 296)

4. Relasi

Relasi berhubungan dengan bagaimana partisipan dalam media berhubungan dan ditampilkan dalam teks. Media disini dipandang sebagai suatu arena sosial, dimana semua kelompok, golongan, dan khalayak, golongan, dan khalayak yang ada dalam masyarakat saling berhubungan dan menyampaikan versi pendapat dan gagasannya. Paling tidak, menurut Fairclough, ada tiga kategori partisipan utama dalam media : wartawan (memasukkan diantaranya reporter, redaktur, pembaca berita untuk televisi dan radio), khalayak media, dan partisipan publik, memasukkan diantaranya politisi, pengusaha, tokoh masyarakat, artis, ulama, ilmuan, dan sebagainya. Titik perhatian dari analisis hubungan, bukan pada bagaimana partisipan publik tadi di tampilkan dalam media (representasi),tetapi bagaimana pola hubungan di antara ketiga aktor tadi di tampilkan dalam teks. (Eriyanto, 2001: 300)

5. Identitas

Aspek identitas ini terutama dilihat oleh Fairclough dengan melihat bagaimana identitas khalayak media dan partisipan publikditampilkan dan dikonstruksi dalam teks. (Eriyanto, 2001: 303)

B. Discourse Practice

Analisis *discourse practice* memusatkan perhatian pada bagaimana produksi dan konsumsi teks. Teks di bentuk lewat suatu praktik diskursus, yang akan menetukan bagaimana teks tersebut di produksi.

Misalnya Wacana. Suatu praktik diskursus yang melibatkan aktifitas yang berlangsung dalam wacana. Dalam pandangan Fairclough ada dua sisi dari praktik diskursus tersebut. Yakni produksi teks (di pihak media) dan konsumsi teks (di pihak khalayak) (Eriyanto, 2001: 316-317)

C. Sociolcultural practice

Analisis *sociocultural practice* didasarkan pada asumsi bahwa konteks sosial yang ada di luar media mempengaruhi bagaimana wacana yang muncul dalam media.

Fairclough membuat tiga level analisis pada *sociocultural practice*: level situasional,institusional dan sosial. Dibawah ini uraiannya :

1. Situasional

Konteks sosial, bagaimana teks itu diproduksi diantaranya memperhatikan aspek situasional ketika teks tersebut diproduksi. Teks dihasilkan dalam suatu kondisi atau suasana yang khas, unik, sehingga satu teks bisa jadi berbeda dengan teks yang lain. Kalau wacana dipahami sebagai suatu tindakan, maka tindakan itu sesungguhnya adalah upaya untuk merespons situasi atau konteks sosial tertentu

2. Institusional

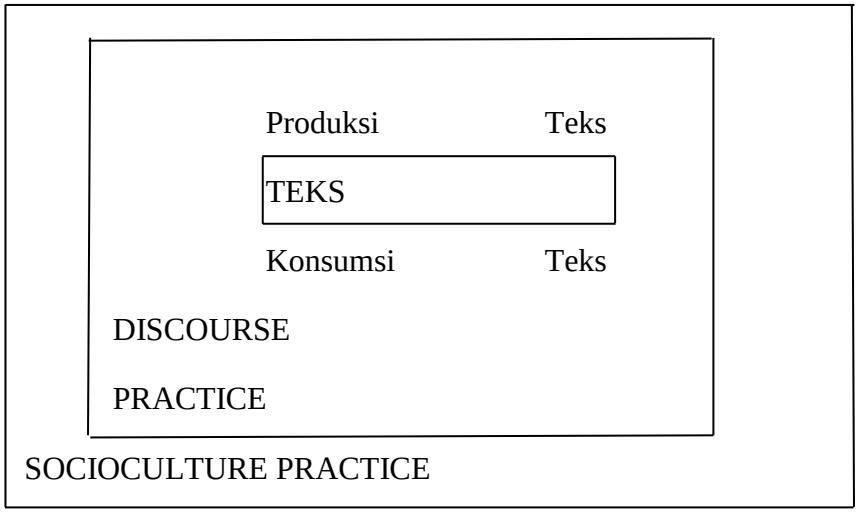
Level institusional melihat bagaimana pengaruh institusi organisasi dalam praktik produksi wacana. Intitusi ini bisa berasal dari masyarakat. Artinya Ideologi masyarakat berperan dalam membentuk teks.

3. Sosial

Faktor sosial sangat berpengaruh terhadap wacana yang muncul dalam pemberitaan. Bahkan Fairclough menegaskan bahwa wacana yang muncul dalam media ditentukan oleh perubahan masyarakat. Kalau aspek situasional lebih mengarah pada waktu atau suasana yang mikro (konteks peristiwa saat teks berita dibuat), aspek sosial lebih melihat pada aspek makro seperti sistem politik, ekonomi, atau sistem budaya masyarakat secara keseluruhan.

Gambar 3.2

Model Tiga Dimensi Norman Fairclough



Sumber (Eriyanto 2001: 288)

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi atau data yang penulis inginkan, maka dalam teknik pengumpulan data ini penelitian menggunakan beberapa studi yang dilakukan, yakni sebagai berikut :

3.2.2.1 Studi Pustaka

Studi pustaka ialah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi atau data yang relevan dengan topik atau permasalahan yang akan atau sedang diteliti. Mencari dan mengumpulkan tulisan, buku, serta informasi lainnya tentang analisis semiotik, iklan, dan informasi seputar media yang berkaitan dengan iklan New Nutrilon Royal 3 yang bermuatan pesan-pesan. Studi kepustakaan ini dilakukan untuk memperoleh data sebagai analisa pada sebuah wacana media iklan.

3.2.2.2 Studi Lapangan

Studi lapangan (field research) adalah pengumpulan data yang secara langsung terjun kelapangan dengan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data, yakni sebagai berikut :

1. Studi Dokumentasi

   Mengamati iklan New Nutrilon Royal 3 dan melihat makna pesan dalam iklan tersebut. Data yang diperoleh, makna

pesan iklan, akan diamati dengan cara mengidentifikasikan tanda-tanda yang terdapat dalam teks. Hal ini dilakukan untuk mengetahui makna-makna yang dikonstruksi di dalam iklan tersebut.

3.2.3 Teknik Penentuan Informan

Dalam suatu penelitian tidak pernah luput dari adanya informan, pemilih informan menjadi suatu yang sangat penting dalam memberikan informasi mengenai objek yang diteliti dan dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Menurut Moleong (2007:132) mengatakan bahwa informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan dalam penelitian ini ditentukan melalui teknik penentuan informan secara purposive. Teknik purposive adalah satu strategi menentukan informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian tertentu.

Informan dalam penelitian ini dianggap peneliti memiliki pengetahuan tentang masalah yang diteliti. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

Tabel 3.2

Informan

No.	Nama	Pekerjaan
1.	**Centurion Cpriyatna ,S.S, M.Si,Ph.D**	**Dosen Humas di Universitas Padjajaran**
2.	**Andrias Darmayadi, S.I.P., M.Si. Ph.D**	**Dosen Politik di Universitas Komputer Indonesia**
3.	**Ersan Gumilang SH**	**Departemen Keimigrasian**
4.	**Nugraha Pasaribu**	**Property Pt. Margahayu Land**

Sumber : Peneliti 2014

Peneliti memilih narasumber tersebut dikarenakan yang bersangkutan memahami dan kredibel dalam apa yang sedang saya teliti yang masing-masing ahli di dalam bidangnya.

3.2.2.3 Internet Searching

Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan internet searching dalam melakukan pengumpulan data penelitian. Dengan menggunakan internet searching, yang bersumber melalui internet baik itu sebuah situs resmi, blog, dan sebagainya yang ada di internet.

3.2.4 Teknik Analisa Data

3.2.4.1 Kerangka Analisis

Analisa data dilakukan dengan teknik analisis wacana dengan menjabarkan secara kualitatif. Ada tiga elemen dasar dalam model Fairclough, yang dapat di gambarkan dalam tabel berikut. Setiap teks pada dasarnya, menurut Fairclough, dapat di uraikan dan dianalisis dari ketiga unsur tersebut.

Tabel 3.3

Analisa Data

Unsur	Yang Ingin Dilihat
Representasi	**Bagaimana Peristiwa, Orang, Kelompok, Situasi, Keadaan, ataupun di Tampilkan dan di Gambarkan di dalam Teks**

Relasi	**Bagaimana Hubungan Antara Wartawan, Khalayak, dan Partisipan Publik ditampilkan dan digambarkan dalam teks**
Identitas	**Bagaimana Identitas Wartawan, Khalayak Media, dan Partisipan Publik di tampilkan dan digambarkan dalam teks**

Sumber :(Eriyanto, 2001: 289)

Representasi pada dasarnya ingin melihat bagaimana seseorang, kelompok, tindakan, kegiatan ditampilkan dalam teks. Representasi dalam pengertian Fairclough dilihat dari dua hal, yakni bagaimana seseorang, kelompok, dan gagasan di tampilkan dalam anak kalimat dan gabungan atau rangkaian antar anak kalimat. (Eriyanto, 2001: 289)

1. Representasi dalam anak kalimat

   Aspek ini berhubungan dengan bagaimana seseorang, kelompok, peristiwa, dan kegiatan ditampilkan dalam teks, dalam hal ini bahasa yang dipakai.

2. Representasi dalam kombinasi anak kalimat

   Antara satu anak kalimat dengan anak kalimat lain dapat digabungkan sehingga membentuk suatu pengertian yang dapat dimaknai. Pada dasarnya, realitas terbentuk lewat bahasa dengan gabungan antara satu anak kalimat dengan anak kalimat lain.

3. Relasi

   Relasi berhubungan dengan bagaimana partisipan dalam media berhubungan dan ditampilkan dalam teks. Media disini dipandang sebagai suatu arena sosial, dimana semua kelompok, golongan, dan khalayak, golongan, dan khalayak yang ada dalam masyarakat saling berhubungan dan menyampaikan versi pendapat dan gagasannya. Paling tidak, menurut Fairclough, ada tiga kategori partisipan utama dalam media : wartawan (memasukkan diantaranya reporter, redaktur, pembaca berita untuk televisi dan radio), khalayak media, dan partisipan publik, memasukkan diantaranya politisi, pengusaha, tokoh masyarakat, artis, ulama, ilmuan, dan sebagainya.

4. Identitas

   Aspek identitas ini terutama dilihat oleh Fairclough dengan melihat bagaimana identitas khalayak media dan partisipan publik ditampilkan dan dikonstruksi dalam teks.

3.2.5 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reabilitas. Validitas merupakan derajad ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. (Sugiyono, 2009:267)

1. **Meningkatkan Ketekunan**

   Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambunan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Dengan meningkatkan ketekunan dapat meningkatkan kreabilitas data. Dengan meningkatkan ketekunan itu, maka peneliti akan dapat melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan itu benar atau salah. Demikian juga dengan meningkatkan ketekunan maka, peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tetang apa yang diamati. Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumen – dokumen yang terkait dengan temuan yang diteliti. Dengan membaca ini maka, wawasan peneliti akan semakin luas dan tajam, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu benar/dipercaya atau tidak. (Sugiyono, 2009: 272)

2. **Analisis Kasus Negative**

   Kasus negative adalah kasus yang tidak sesuai atau berbeda dengan hasil penelitian hingga pada saat tertentu. Melakukan analisis kasus negative berarti 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. Tetapi bila penelitian masih

mendapatkan data – data yang bertentangan dengan data – data yang ditemukan, maka peneliti mungkin akan merubah temuannya. (Sugiyono, 2009: 275).

3. Menggunakan Bahan Referensi

Yang dimaksud dengan bahan referensi adalah adanya pendukung ntuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Bahan referensi ini dapat berupa foto – foto, rekaman, dan dokumen autentik, sehingga menjadi dapat dipercaya. (Sugiyono, 2009: 275).

3.2.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.6.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, eneliti melakukan penelitian tentang iklan Representasi Pemimpin Dalam Iklan New Nutrilon 3 "*Life Starts Here*" (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Mengenai Iklan New Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*"), penelitian dilakukan di Bandung.

3.2.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung dan dilaksanakan dari bulan Desember 2013 sampai dengan sekarang.

Tabel 3.4

Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Feb				Mar				Apr				Mei				Jun				Jul			
		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.	Persiapan:																								
	Studi Pendahuluan																								
	Pengajuan Judul																								
	Acc Judul																								
	Persetujuan Pembimbing																								
2.	Pelaksanaan Penyusunan:																								
	Bab I dan Bimbingan																								
	Acc Bab I																								
	Bab II dan Bimbingan																								
	Acc Bab II																								
	Bab III dan Bimbingan																								
	Acc Bab III																								
	Seminar UP																								
3	Bab IV dan bimbingan																								
4	Bab V dan bimbingan																								
5	Acc Bab IV dan V																								
6	Sidang Kompre																								
7	Sidang Akhir																								