BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Suharsimi Arkunto (2000:29), Objek penelitian adalah variable penelitian, yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Sedangkan benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan disebut objek (Suharsimi Arkunto, 2000:116).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana analisis wacana kritis Norman Fairclough dalam iklan layanan masyarakat mengenai penyesuaian harga bahan bakar minyak tahun 2013.

Peneliti mengambil enam *scene* beserta teks iklan yang ada pada iklan layanan masyarakat penyesuaian harga bahan bakar minyak tahun 2013 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 Satu pada durasi 00.01-00.03	 **"Neraca Perdagangan Tekor"**
Scene Dua pada durasi 00.04-00.06	 **"Anggaran Negara Defisit"**

Scene Tiga pada durasi 00.07-00.10	 "Subsidi BBM mengalir ke pemilik mobil-mobil ini"
Scene " Empat pada durasi 00.11-00.15	 "Bisa lebih dari 251,9 Triliun"
Scene Lima pada durasi 00.16-00.24	 "Tahun ini saja, itu cukup untuk membangun 16 MRT atau 50.000 KM jalan"

Scene " Enam pada durasi 00.25-00.36	 "Subsidi BBM tidak adil dan salah sasaran, harus kita kurangi. Ada kompensasi untuk si miskin,dari tambahan raskin hingga bantuan siswa miskin dan bantuan tunai sementara. Mari kita selamatkan uang rakyat"

Sumber : Data Peneliti, 2014

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan alat bedah yang dipergunakan dalam penelitian sebagai cara untuk memperoleh jawaban dari permasalahan penelitian. Pemilihan metode yang digunakan haruslah dapat mencerminkan relevansi paradigma teori hingga kepada metode yang digunakan dalam penelitian agar berjalan beriringan, yang kesemuanya itu harus sesuai pula dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis dari paradigma kritis dengan pendekatan kualitatif. Sebagai bagian dari metode penelitian sosial dengan

pendekatan kualitatif, analisis wacana kritis ini termasuk dalam paradigma kritis, merupakan paradigmaa alternatif dari paradigma klasik. Dengan demikian proses penelitiannya tidak hanya mencari makna yang terdapat pada sebuah naskah, melainkan seringkali menggali apa yang terdapat di balik naskah menurut paradigma penelitian yang digunakan.

Sedangkan dalam studi analisis wacana *(discourse analysis),* pengungkapan maksud tersembunyi yang terdapat di dalam suatu teks, itu dapat dikategorikan sedalam analisis wacana kritis. Pemahaman dasar analisis wacana kritis adalah wacana tidak dipahami semata-mata sebagai obyek studi bahasa saja. Bahasa dalam analisis wacana kritis selain pada teks juga pada konteks, yaitu bahasa dapat difungsikan sebagai alat dam praktik mencapai tujuan, termasuk pula pada praktik ideologi.

Seperti yang diungkapkan pula oleh Eriyanto mengenai posisi bahasa dalam pandangan wacana kritis sebagai berikut, “Bahasa dalam pandangan kritis dipahami sebagai representasi yang berperan dalam membentuk subjek tertentu, tema-tema wacana tertentu, maupun strategi-strategi di dalamnya.” (Eriyanto, 2001:6)

3.2.1 Desain Penelitian

Paradigma kritis (*critical paradigm*) adalah semua teori sosial yang mempunyai maksud dan implikasi praktis dan berpengaruh terhadap perubahan sosial. Paradigma ini tidak sekedar 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.

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 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 menggabungkan 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*).[1]

3.2.1.1 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 di antaranya dengan menganalisis bahasa secara kritis. *Discourse practice* mengantarai 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

[1] http://cibengnews.blogspot.com/2012/11/paradigma-kritis-dan-marxisme.html Diakses pada tanggal 23 maret 2014 pukul 13.34 WIB

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 di gambarkan tetapi juga bagaimana hubungan antar objek didefinisikan.

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

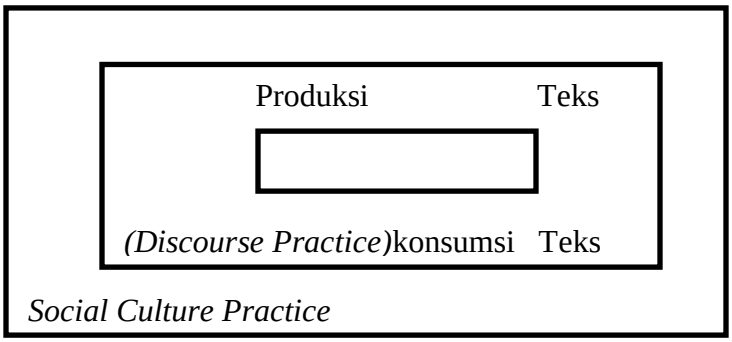
   Level institusional melihat bagaimana pengaruh institusi organisasi dalam praktik produksi wacana. Intitusi ini bisa berasal dari masyarakat. Artinya Ideologi masyarakat berperan dalam membentuk teks.

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 3.1

Model Tiga Dimensi Norman Fairclough



Sumber : Eriyanto, 2001

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. Informasi itu dapat diperoleh melalui buku-buku ilmiah yang disertai dengan peraturan, ketetapan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik itu cetak maupun elektronik yang relevan dengan masalah yang penulis teliti.

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) Wawancara Mendalam (*Indepth Interview)*

   Wawancara Mendalam (*Indepth Interview)* adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Ardianto, 2012:178)

   Wawancara mendalam atau yang disebut dengan wawancara tak berstruktur sama halnya dengan percakapan informal, yang dimana bertujuan untuk memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden, akan tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri responden

2) Dokumentasi

Studi dokumen dalam penelitian kualitatif merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Studi dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data – data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. (Satori dan Komariah, 2012:149)

Dokumentasi dapat diartikan pula sebagai catatan suatu peristiwa yang telah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, maupun karya monumental dari informan. Dokumentasi juga dapat berbentuk dokumen yang telah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data mengingat banyak hal di dalam dokumen yang dapat dimanfaatkan untuk menguji bahkan untuk meramalkan.

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.

3.2.3 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.

Untuk mendapatkan informan yang sesuai dengan penelitian yang diteliti, makan peneliti menggunakan teknik penentuan informan yakni secara *purposive sampling.* Menurut Sugiyono (2010:53) mengemukakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti.

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

Tabel 3.2

Informan Penelitian

NO.	NAMA	PEKERJAAN
1.	Nani Darmayanti Ph.D	Dosen Sastra Indonesia UNPAD
2.	Centurion C. Priyatna,S.S, M.Si, Ph.D	Dosen Periklanan UNPAD

Sumber : Data Peneliti, 2014

Alasan peneliti memilih informan pertama yaitu, karena peneliti menganggap bahwa informan tersebut mengerti akan tata bahasa yang sekarang peneliti teliti, Karena dalam penelitian ini peneliti memerlukan informan untuk memfokuskan pertanyaan mikro yaitu struktur teks yang ada pada iklan layanan masyarakat penyesuaian harga bahan bakar minyak tahun 2013.

Alasan peneliti memilih informan kedua yaitu, karena peneliti menganggap bahwa informan tersebut mengerti dalam produksi periklanan, hal ini bisa membantu peneliti dalam memberikan informasi dalam penelitian ini.

3.2.4 Teknik Analisa Data

Bogdan dan Taylor, dalam Moleong (2007:248) menyebutkan bahwa analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan bekerja dengan data, mengorganisasi data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskan, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

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 digambarkan dalam teks.
Relasi	Bagaimana hubungan antara 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

A. Representasi

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. Representasi dalam rangkaian antarkalimat

   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.

B. 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.

C. Identitas

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

D. Intertekstualitas

Salah satu gagasan penting dari Fairclough adalah mengenai intertekstualitas, Intertekstualitas adalah sebuah istilah dimana teks dibentuk oleh teks yang dating sebelumnya, saling menanggapi dan salah satu bagian dari teks tersebut mengantisipasi lainnya.

Dalam pengertian Bakhtin, seperti yang dikutip Fairclough, semua ungkapan baik tertulis maupun lisan dari semua jenis teks seperti laporan ilmiah,novel,dan berita dibedakan diantaranya oleh perubahan dari pembicara atau penulis, dan ditujukan dengan pembicara atau penulis sebelumnya (Eriyanto,2001:306).

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 menningkatkan 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 Negatif

Kasus negatif 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

Lokasi penelitian ini dilakukan di kota Bandung. Penelitian yang dilakukan tidak berfokus pada satu tempat, melainkan dilakukan berdasarkan atas kesepakatan antara peneliti dan informan.

3.2.6.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dilakukan secara bertahap yakni selama 6 bulan bulan yang terhitung dari bulan Februari 2014 sampai dengan bulan Juli

2014. Waktu penelitian ini meliputi persiapan, pelaksanaan, dan penelitian di lapangan.