BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kualitatif, yaitu metode yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini lebih suka menggunakan teknik analisis mendalam (in-depth analysis), yaitu mengkaji masalah dalam suatu kasus karena metodologi kulitatif yakin bahwa sifat suatu masalah satu akan berbeda dengan sifat dari masalah lainnya.

3.2. Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan beberapa pendekatan yaitu :

a. Observasi atau pengamatan langsung pada objek botol parfum, gambar botol parfum dari katalog online museum di internet , serta iklan produk parfum tahun 2015 s/d 2016. Alat observasi yang digunakan adalah *fotodigital* untuk merekam objek penelitian serta komputer untuk *searching* dan *download* data obyek penelitian.
b. Studi literatur. Studi literatur adalah studi dengan menggunakan data literatural seperti buku-buku, artikel dan penelitian ilmiah mengenai semiotika desain, teori Bahasa Rupa dan aplikasinya, yang digunakan sebagai rujukan dalam menganalisa representasi gender botol parfum. Beberapa artikel dari

sumber media cetak (koran dan majalah) maupun internet yang berkaitan juga turut dipelajari sebagai referensi.

c. Wawancara atau *interview* mendalam sebagai upaya mengumpulkan data juga dilakukan dengan pihak yang terlibat pada obyek dan permasalahan. Wawancara dilakukan dengan cara tatap muka, untuk mendapatkan gambaran mengenai obyek yang diteliti.
d. Pihak yang diwawancarai adalah para pakar / akademisi dan praktisi di bidang bahasa rupa.

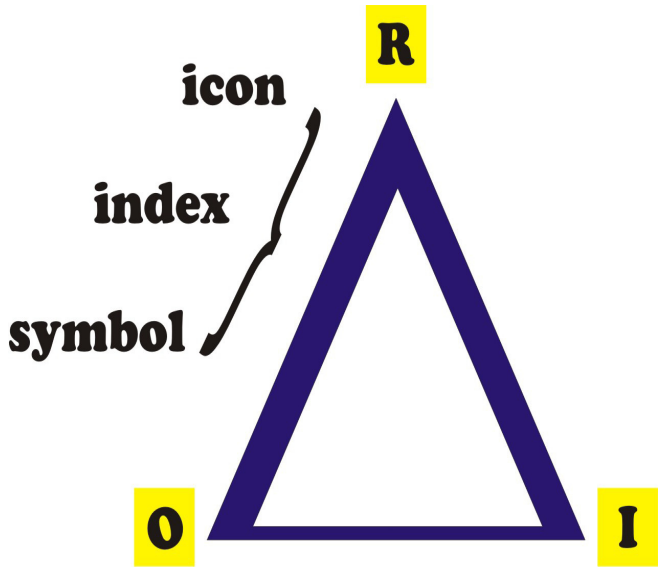
3.3 Teknik Analisa

Analisa dalam penelitian Kualitatif terdiri dari 3 komponen analisis yaitu Reduksi data, Sajian data dan Penarikan kesimpulan. Model analisis yang digunakan adalah Model Analisis Interaktif, yang dalam proses analisisnya ketiga komponen tersebut dilakukan secara interaksi baik antar komponennya maupun dengan proses pengumpulan data selama kegiatannya berlangsung. Sesudah pengumpulan data berakhir, peneliti bergerak diantara ketiga komponen analisis sampai masa penelitian berakhir.

3.3.1. Analisa Tanda Gender

Tanda-tanda dibagi oleh hubungan tiga unsur (*tricothomies*) : pertama, menurut tanda itu sendiri (representamen R); kedua, menurut hubungan dengan objeknya (menurut R-O); ketiga, menurut penafsir (menurut R-I). Wujud yang dirasakan adalah *representamen* (R). Fungsi wujud R sebagai media dalam

penafsiran (yaitu, relasi O-R-I). Wujud R adalah sarana untuk *interpretasi* (I). Hal ini mengacu pada mode yang berbeda untuk *objeknya* (0). Referensi ini atau hubungan-hubungan objek (R-O) adalah fokus dari analisis ini.



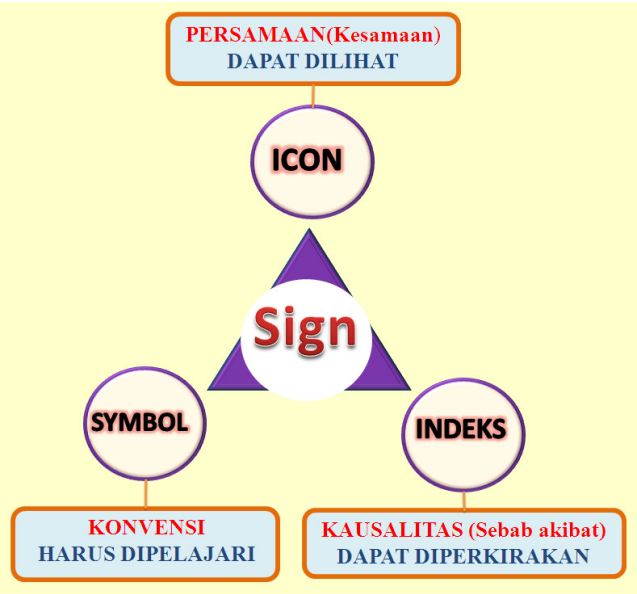
Gambar 3.1. Tiga mode referensi tanda perspektif pierce.

'Wujud' dari produk desain memiliki makna ganda. Pada tingkat sintaksis itu adalah konstruksi teknis dan komposisi visual. Hal ini, sesuai, kualitas teknis dan fitur komposisi visual. Dalam semantik dimensi 'Wujud' adalah sarana (representamen / R) untuk interpretasi dan mengacu pada sesuatu. Obyek (O) adalah apa yang diacu R dan bagaimana R mengacu pada sesuatu. Oleh karena itu, sudah saatnya untuk mengambil lebih dekat melihat relasi R-O.

Gambar diatas menunjukkan tiga mode Peirce yang berbeda dari referensi dalam objek relasi R-O. Tanda bisa merujuk sebagai ikon, indeks dan simbol dengan objeknya 0. 0 bisa sesuatu yang lain, seperti : tindakan, fakta, peristiwa,

kualitas atau sejenisnya. Interpretant (I) ini dipahami sebagai seperti proses penafsiran, produksi tanda sedang berlangsung. Menurut Peirce, penafsir ini tidak sama dengan individu penerjemah. Namun, tanda triadic harus melibatkan seorang penafsir. Sebuah tanda yang ditujukan pada seseorang, yaitu, menciptakan dalam pikiran orang itu tanda yang setara, atau mungkin tanda yang lebih maju. (Susan Vihma, 1995:45)

Dalam perspektif Pierce tanda berkaitan dengan objek yang menyerupainya, keberadaannya memiliki hubungan sebab akibat dengan tanda-tanda atau karena ikatan konvensional dengan tanda-tanda tersebut. Ia menggunakan istilah Ikon untuk kesamaannya, Indeks intuk hubungan sebab akibat dan simbol untuk asosiasi konvensional. (Arthur Asa berger, 2005, h.14).



Gambar 3.2. Hubungan Tanda (*sign*) dengan Obyek

Analisa tanda pierce diatas digunakan untuk mengungkap tanda gender pada botol parfum, serta jenis tanda yang dipakai sebagai penanda gender.

3.3.2. Analisa Bahasa Rupa

Prof. Dr. Primadi Tabrani penemu Ilmu Bahasa Rupa secara sederhana menyebut Bahasa Rupa sebagai gambar yang bercerita. “Gambar” yang dimaksud disini tentu bukan saja lukisan tetapi segala karya visual manusia seperti lukisan, patung, atau ornamen dalam benda-benda yang ada di sekitar kita.

Pendekatan Bahasa Rupa dalam penelitian tesis ini adalah aplikasi teori-tori Bahasa Rupa terhadap pemahaman representasi gender dalam botol kemasan parfum. Dalam bahasa kata ada kata dan tata bahasa. Padanannya pada bahasa rupa adalah imaji (image) dalam tata ungkapan. Imaji mencakup makna yang luas, baik imaji yang kasat mata maupun yang ada dalam khayalan. Oleh karena itu istilah citra untuk imaji dalam khayalan dan wimba untuk imaji yang kasat mata. Bentuk botol parfum merupakan wimba yang bisa dibaca menceritakan karakteristik penggunanya. Dalam analisa ini akan diungkap bagaimana cerita yang berkenaan dengan representasi gender pada botol kemasan parfum.

Dalam bahasa rupa dibedakan antara Isi Wimba dan Cara Wimba. Isi Wimba ialah objek yang digambar. Misalnya gambar kerbau menggambarkan objek kerbau, maka kerbau yang digambar adalah Isi Wimba. Cara Wimba adalah dengan cara apa objek gambar itu digambar. Langkah pertama dalam analisa ini adalah mengidentifikasi Isi Wimba dan komponen visual penyusun wimba (Ijir wimba). Kemudian mengungkap makna bahasa rupanya, dilanjutkan mendalaminya dengan cerita yang terkait dengan bahasa rupa. Dengan analisa bahasa rupa pada botol parfum ini akan difahami representasi gender penggunanya.