

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotik. Dalam penelitian ini semiotik tidak hanya berfungsi sebagai teori untuk memahami tanda dan maknanya, tetapi juga sebagai metode untuk mengungkap makna dalam penelitian. Analisis semiotik memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menginterpretasi tanda-tanda yang muncul dalam teks, gambar, atau elemen-elemen lain dari suatu karya atau produk komunikasi. Analisis ini membantu dalam memahami bagaimana makna dikonstruksi dan disampaikan melalui simbol-simbol dan representasi yang digunakan dalam konteks yang diteliti.

A. Paradigma penelitian

Pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang melihat suatu kebenaran realitas sosial itu dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial itu bersifat relatif. Menurut Hidayat paradigma konstruktivis melihat ilmu sosial sebagai ilmu yang mampu menganalisis *socially meaningful action* secara sistematis menggunakan pengamatan langsung dan detail kepada pelaku sosial yang ikut berpartisipasi dalam memelihara atau menciptakan dunia sosial tertentu. (Umanailo, 2019)

B. Pendekatan penelitian

Jenis pendekatan pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan menerapkan struktur analisis semiotika Roland Barthes. Hasil analisis semiotika Roland Barthes tersebut dideskripsikan melalui penggunaan teks deskripsi serta tabel yang disusun secara runtut guna mempermudah pembaca memahami isi penelitian. Penelitian kualitatif saling berhubungan dengan suatu peristiwa atau fenomena yang terjadi di suatu kehidupan.

C. Tipe penelitian

Penelitian menggunakan tipe penelitian interpretatif. Penulis memilih tipe penelitian ini untuk menekankan pada konstruksi dan menafsirkan tindakan sosial oleh masyarakat yang melibatkan pemahaman sekaligus pengalaman yang dimiliki tiap individu dalam interaksi sosial. Tipe interpretatif merupakan pendekatan dalam penelitian kualitatif yang fokus terhadap pemahaman makna dan interpretasi subjektif dari fenomena sosial. Tipe ini didasarkan pada asumsi bahwa realitas sosial merupakan suatu konstruksi sosial yang kompleks dan bergantung pada perspektif individu yang terlibat dalam interaksi sosial.

D. Fokus penelitian

Penelitian ini berfokus pada konstruksi perasaan *insecure* pada wanita yang disampaikan oleh brand Emina melalui Iklan Emina versi Ms. Pimple Series. Tujuan penelitian adalah untuk mengungkap secara lebih mendalam dan rinci bagaimana perasaan kurang percaya diri pada wanita yang tercermin dalam Iklan Emina dan bagaimana brand Emina menggambarkan perasaan ini melalui pesan, citra, atau elemen-elemen lain dalam iklan. Penelitian ini akan mencoba mengidentifikasi, menganalisis, dan memahami bagaimana wanita dalam iklan tersebut digambarkan sebagai individu yang memiliki perasaan *insecure*, serta bagaimana pesan ini mungkin mempengaruhi persepsi Masyarakat.

E. Waktu dan tempat penelitian

Penelitian yang dilaksanakan terhadap iklan emina versi ms.pimple series dan peneliti ini terlibat langsung dalam penelitian tersebut, karena penelitian ini merupakan penelitian semiotika yang tugasnya menganalisis atau membaca tanda-tanda yang terdapat di dalam iklan emina, maka tempat penelitian ini tidak sama dengan peneliti lapangan. Waktu penelitian ini dimulai dari 15 Januari sampai 2 februari 2024.

F. Sumber data

Penelitian ini memanfaatkan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sekunder. Berikut merupakan data sumber yang digunakan:

a. Data Primer

Data penelitian yang didapat secara langsung dari sumber asli. Sumber utama dari penelitian ini adalah iklan emina versi ms.pimple series

b. Data Sekunder

Data penelitian yang didapat dari catatan-catatan dokumen serta dari sumber kepustakaan. Data ini menjadi pelengkap bagi data primer. Peneliti menggunakan referensi dari beberapa artikel, journal, website, buku, serta bahan tulis lainnya yang signifikan dalam mendukung penelitian ini.

G. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah studi dokumen, salah satu metode pengumpulan data kualitatif yang melibatkan pengamatan dan analisis dokumen yang telah dihasilkan oleh subjek penelitian atau pihak lain yang membahas isu yang berkaitan dengan subjek penelitian tersebut. Dalam metode ini, peneliti memeriksa dan mengevaluasi dokumen-dokumen tersebut untuk memahami informasi yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

H. Teknik analisis data

a) Teknik analisis Roland Barthes

Peneliti ini menggunakan analisis data semiotika Roland Barthes sebagai alat untuk menafsirkan makna pesan dari konstruksi tanda perasaan *insecure* pada wanita dalam iklan Emina Ms.Pimple Series dengan melakukan tiga tahap sebagai berikut:

- 1) Denotasi, yaitu mengacu pada makna deksriptif yang konkret dan objektif. Dalam konteks ini, penanda merujuk pada dialog dan petanda mengacu pada objek nyata dalam cerita. Contohnya, pada scene iklan emina yang memperlihatkan rasa *insecure*, penandanya ketika siswi berteriak dengan ekspresi wajah takut dan sedih serta narasi “Oh no ada jerawat”, maka petandanya yaitu ekspresi wajah takut dan sedih itu merupakan bentuk perasaan *insecure* karena jerawat itu tidak memenuhi standar kecantikan.
- 2) Konotasi, yaitu melibatkan penanda yang merujuk pada kisah nyata, sementara petanda itu mencakup makna ideologis, pesan tersembunyi, dan makna simbolis yang ada di balik makna denotatif. Contohnya, dalam iklan emina menunjukkan perasaan *insecure* dengan menampilkan tingkah laku individu yang menutup diri dengan hoodie yang ia pakai, maka makna penandanya dalam menyembunyikan wajahnya melambangkan perasaan khawatir yang disebabkan oleh kekurangan yang ia miliki.

I. Uji keabsahan data

Dalam penelitian ini, untuk mengecek keabsahan data atau hasil penelitian, penulis memakai teknik triangulasi data atau juga sering disebut sebagai triangulasi sumber. Teknik ini mendorong peneliti untuk sungguh-sungguh dan teliti dalam proses pengumpulan data dan mengumpulkan berbagai sumber yang relevan guna mendukung dan memvalidasi temuan dalam penelitian. Proses triangulasi ini mencakup penggunaan berbagai sumber teks dan literatur yang diperoleh dari berbagai sumber perpustakaan, dengan tujuan untuk memperkuat bukti-bukti dan informasi yang terkait dengan konstruksi perasaan *insecure* pada wanita dalam iklan Emina versi Ms. Pimple series. Pendekatan triangulasi data ini bertujuan untuk meningkatkan akurasi, keandalan, dan kepercayaan terhadap hasil penelitian.