

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Harmon mendefinisikan paradigma sebagai pendekatan dasar yang digunakan dalam memersepsi, berpikir, mengevaluasi, dan bertindak terkait dengan pemahaman khusus tentang realitas (Moelong, 2004). Studi ini mengadopsi sudut pandang paradigma kritis, yang menonjolkan pandangan bahwa pengetahuan ilmiah tidak hanya merefleksikan aturan dan metode yang ketat, tetapi juga berperan aktif dalam mengungkap ideologi dominan untuk memajukan pembebasan individu dari ketidakadilan dan eksploitasi. Penggunaan paradigma ini dianggap tepat oleh peneliti dalam menelaah dan menguraikan representasi maskulinitas yang ditampilkan dalam promosi MS Glow Men, dengan judul “Semua Juga Bisa”.

Penelitian ini memanfaatkan metodologi kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan memeriksa berbagai fenomena, kejadian, interaksi sosial, persepsi, dan proses berpikir baik pada tingkat individu maupun dalam kelompok (Machmud, 2016).

3.2 Tipe dan Dasar Penelitian

Metode penelitian yang diterapkan dalam kajian ini bersifat Interpretatif, menurut Eriyanto, yang menekankan bahwa inti dari analisis wacana terletak pada proses interpretasi (Eriyanto, 2001). Penelitian ini menganut pendekatan interpretatif sebagaimana dijelaskan oleh Eriyanto, yang menggarisbawahi bahwa esensi dari analisis wacana terfokus pada interpretasi. Model dasar dari analisis wacana ini berorientasi pada kualitatif, berbeda dengan analisis

kuantitatif yang lebih mengutamakan kalkulasi unit dan kategori. Dalam konteks ini, penelitian lebih mengarah pada pemahaman dan penafsiran teks oleh peneliti sebagai upaya untuk mendalami makna teks.

Studi ini dilandasi oleh analisis teks media menggunakan metode analisis wacana kritis, yang merupakan langkah atau proses dalam menguraikan teks (realitas sosial) yang sedang ditelaah. Ini berarti memeriksa cara teks merepresentasikan realitas sosial melalui pendekatan kritis terhadap makna yang disajikan dalam teks tersebut. (Machmud, 2016).

3.3 Unit Analisis

Dalam kajian ini, fokus analisis terpaut pada lima adegan kunci dari video promosi MS Glow For Men yang berjudul "Semua Juga Bisa". Penelitian ini tidak mengulas seluruh teks dalam video tersebut, tetapi hanya memilih teks tertentu yang dipercaya oleh peneliti mampu mengungkap konsep maskulinitas. Pendekatan ini didukung melalui analisis naratif bersama dengan elemen visual, yaitu melalui pengambilan screenshot sebagai penunjang analisis.

3.4 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dimulai pada bulan Februari 2022 di kediaman peneliti yang beralamat di Jalan Ikan Kakap gang 1A no.24, Tunjungsekar, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa timur.

3.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti ini dibagi menjadi dua yaitu :

a. Data Primer

Peneliti akan melakukan observasi langsung dari objek penelitian dengan cara mengamati dan menganalisis data dari iklan MS Glow Men pada iklannya yang bertajuk “Semua Juga Bisa”.

b. Data Sekunder

Untuk meningkatkan keakuratan dan kedalaman temuan, peneliti memanfaatkan data sekunder yang mencakup sumber tertulis seperti buku, artikel online, dan berbagai bahan berita yang relevan dengan studi. Materi-materi ini bertujuan untuk menguatkan hasil penelitian dan melengkapinya dengan informasi tambahan yang sesuai dengan konteks penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data termasuk observasi dan dokumentasi. Observasi merupakan metode di mana data dikumpulkan melalui pengamatan langsung terhadap kondisi atau perilaku subjek yang diteliti, yang didukung dengan mencatat temuan penting selama proses tersebut (Fathoni, 2011). Dalam penelitian ini, data diperoleh dari Youtube dengan cara mengamati secara detail iklan MS Glow For Men yang berjudul “Semua Juga Bisa”.

Teknik pengumpulan data dokumentasi melibatkan kumpulan dokumen yang bersumber dari entitas terpercaya, mencakup bentuk tulisan, visual, atau karya signifikan seseorang (Sugiyono, 2013). Dalam studi ini, peneliti mendapatkan data dari iklan MS Glow For Men di YouTube dengan judul "Semua Juga Bisa". Penelitian ini juga melibatkan pengumpulan informasi

dari arsip-arsip dan literatur yang relevan, termasuk buku, pendapat, teori, jurnal, dan sumber lain terkait dengan topik penelitian.

3.7 Teknik Analisa Data

Menurut Sugiyono, pemrosesan data melibatkan kegiatan menyortir dan mengatur data yang didapat melalui wawancara, catatan dari observasi, dan bahan dokumentasi. Langkah ini termasuk mengelompokkan data ke dalam berbagai kategori, mendetailkannya ke dalam segmen-segmen yang lebih kecil, melakukan penyatuan, mengatur dalam bentuk yang memiliki hubungan, membedakan antara informasi yang krusial dan yang kurang relevan, serta merumuskan kesimpulan sedemikian rupa sehingga dapat dimengerti baik oleh peneliti maupun pembaca lainnya (Rukajat, 2018).

3.7.1 Dekonstruksi Derrida

Dalam memahami dan menafsirkan isi serta pesan dari iklan MS Glow Men “Semua Juga Bisa” melalui lensa dekonstruksi Jacques Derrida, kita terlebih dahulu menguraikannya dengan sistematis. Pertama, kita mengidentifikasi konsep-konsep dan struktur-struktur yang menjadi landasan iklan tersebut, memperhatikan bagaimana perbedaan dan hubungan antar elemen ditekankan. Derrida menekankan pentingnya mencermati bagaimana teks mengorganisir makna dan konstruksinya yang kompleks, yang kerap kali menyembunyikan asumsi-asumsi tidak eksplisit.

Dekonstruksi ala Derrida memungkinkan kita untuk menghadirkan dan mempertanyakan kehadiran asumsi-asumsi tersebut, dengan cara menggali kedalaman teks untuk mengungkap

kecenderungan dan kontradiksi yang mungkin tidak langsung tampak. Proses ini dimulai dengan pengamatan mendalam terhadap cara kata-kata, gambar, dan elemen-elemen lain dari iklan itu bekerja bersama untuk membentuk sebuah pesan yang koheren, sekaligus mengungkap apakah ada elemen yang bertentangan atau paradoks dalam pesannya.

Berikutnya, kita mempertimbangkan bagaimana makna dalam iklan tersebut dibangun melalui oposisi biner ataupun hierarki tertentu, dan bagaimana dekonstruksi dapat mengilustrasikan kelemahan dalam struktur tersebut. Dengan menelisik lebih jauh, dapat terungkap bahwa apa yang tampak sebagai kebenaran atau asumsi alami ternyata bergantung pada struktur dan relasi kekuasaan yang dapat diinterogasi dan dipertanyakan.

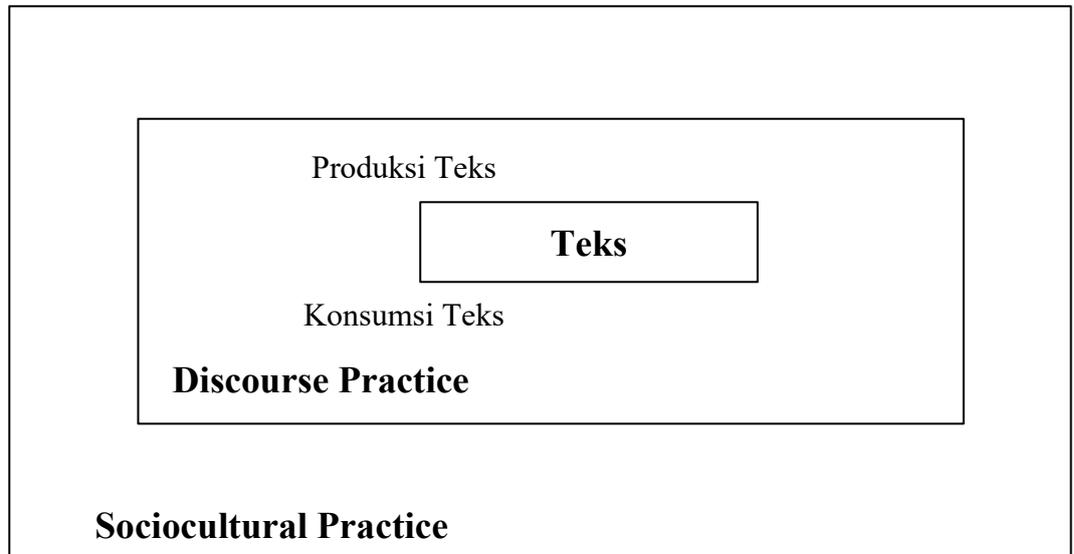
Melalui pendekatan ini, kita tidak hanya mendekonstruksi isi dan pesan iklan untuk memahami makna yang lebih dalam dan kompleks, tetapi juga meninjau kembali dan merenungkan tentang bagaimana produksi makna dan pengetahuan terjadi dalam konteks sosial dan budaya yang lebih luas. Dekonstruksi Derrida memberikan alat untuk memikirkan kembali dan menganalisis teks dalam cara yang mengungkap dinamika kekuasaan dan bagaimana pembentukan identitas dibingkai serta dipertanyakan melalui media iklan sebagai berikut:

1. Menentukan tema utama pada teks (*Undecidabile*) yang mengandung hierarki oposisi dalam iklan MS Glow Men “Semua Juga Bisa” sebagai objek kajian.

2. Melaksanakan inversi posisi biner dalam konten iklan MS Glow Men "Semua Juga Bisa", yang tersusun berdasarkan hierarki kontradiktif, menunjukkan interdependensi antara elemen yang berlawanan. Tujuannya adalah untuk mengungkapkan bahwa pemahaman terhadap suatu konten tidaklah mutlak, mengingat akan selalu ada interpretasi lain yang muncul dari pesan yang sejatinya ingin disampaikan oleh iklan tersebut.
3. Memberikan sebuah pemaknaan baru (Diseminasi) terhadap teks objek kajian dalam iklan MS Glow Men "Semua Juga Bisa".

3.7.2 Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

Dalam menganalisis iklan MS Glow Men "Semua Juga Bisa," menggunakan kerangka kerja analisis wacana kritis Norman Fairclough menjadi langkah awal. Fairclough membagi proses analisis ini menjadi tiga bagian kunci: Teks, Praktik Wacana, dan Praktik Sosiokultural. Pendekatan ini membantu dalam membedah isi dan pesan yang terkandung dalam iklan, memeriksa bagaimana praktik wacana menghubungkan teks dengan konteks sosial dan budayanya.



1. Teks

Norman Fairclough dalam model analisisnya mencermati teks dari berbagai dimensi. Tidak hanya fokus pada penggambaran suatu objek, model ini juga menelaah cara hubungan antara objek-objek tersebut dibentuk. Ada tiga komponen utama yang menjadi fokus dalam kerangka kerja yang diajukan oleh Fairclough (Eriyanto, 2001), yakni:

- Representasi

Cara peristiwa, individu, kelompok, kondisi, atau elemen lainnya direpresentasikan dan diilustrasikan dalam sebuah teks.

- Relasi

Cara interaksi antara jurnalis (pencipta teks), audience, dan subjek berita diinterpretasikan dan dipaparkan dalam narasi.

- Identitas

Cara identifikasi jurnalis (pengarang teks), pembaca, dan orang yang terlibat dalam berita diungkapkan dan ditampilkan dalam dokumen.

2. Discourse Practice

Fokus analisis pada model praktik diskursus Fairclough terletak pada cara teks diproduksi dan dikonsumsi. Praktik diskursif mempengaruhi cara sebuah teks dibuat atau dihasilkan (Eriyanto, 2001).

3. Sociocultural Practice

Norman Fairclough menjelaskan bahwa praktik sosio-kultural mempengaruhi teks melalui hubungan yang bersifat tidak langsung, yang ditengahi oleh praktik diskursus. Apabila ideologi serta keyakinan sebuah masyarakat cenderung paternalistik, maka interaksi mereka dengan teks terfasilitasi melalui cara teks tersebut dihasilkan, dalam konteks proses dan praktik pembangunan diskursif. (Eriyanto, 2001).

Table 2 Skema dimensi metode penelitian Norman Fairclough:

| Dimensi | Level Analisis | Metode |
|--------------------|----------------|---|
| Teks | Mikro | Analisis Teks <ul style="list-style-type: none"> - Representasi - Relasi - Identitas |
| Discourse Practice | Meso | Analisis Produksi dan |

| | | |
|------------------------|-------|--|
| | | Konsumsi Teks |
| Sociocultural Practice | Makro | Studi Literatur <ul style="list-style-type: none"> - Situasional - Institusional - Sosial |

