

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif khususnya dengan menggunakan teori model Roland Barthes. Burhan (2008:302) pendekatan kualitatif memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala-gejala sosial yang ada didalam masyarakat. Melakukan pendekatan kualitatif digunakan karena jika ada beberapa pertimbangan yang bersifat bebas agar peneliti tidak sia-sia melakukan interpretasi terhadap makna yang ditayangkan di berbagai iklan.

Oleh karena itu, untuk memudahkan penelitian ini, maka penelitian ini akan menggunakan pendekatan semiotika khususnya semiotika teori Roland Barthes. Adapun teori semiotika Roland Barthes memfokuskan tentang keberadaan suatu tanda berupa konotasi, denotasi dan mitos.

3.1.2. Operasionalisasi Konsep

Adanya operasionalisasi konsep dalam penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman terhadap konsep yang akan didefinisikan. Adapun batasan definisi dalam penelitian ini meliputi pesan-pesan yang berhubungan dengan dakwah yaitu pesan aqidah dan pesan akhlak serta makna denotasi, konotasi maupun mitos dari perspektif teori Roland Barthes.

3.1.3. Objek dan Subyek Penelitian

Objek dalam penelitian ini lebih fokus atau sasaran ke penelitian itu sendiri. Di dalam penelitian ini penelitiannya adalah pesan dakwah

yang disampaikan dan makna denotasi, konotasi, mitos dalam teori Roland Barthes yang terkandung dalam iklan. Sedangkan subyek dalam penelitian ini adalah Iklan Ramayana 2017 edisi bahagianya adalah bahagiaku..

3.1.4. Unit Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan Roland Barthes yang menelaah sesuatu yaitu berhubungan langsung dengan tanda. Dapat dikatakan teks yang terdapat di sebuah media maupun iklan itu merupakan tanda yang dibentuk oleh relasi antara sistem tanda. Dalam penelitian ini paradigma yang akan digunakan dalam iklan tersebut adalah narasi atau kata-kata yang digunakan. Makna tersebut dikombinasikan lagi berdasarkan pendekatan Roland Barthes yaitu adanya denotasi, konotasi dan mitos. Semiotika tidak hanya berfokus pada makna yang terlihat secara langsung, namun juga pada makna yang tersembunyi dan dipengaruhi oleh budaya dan ideologi tertentu. Jadi, semiotika dapat menjadi metode untuk memahami pesan dakwah yang terdapat di iklan.

3.1.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengenai iklan Ramayana 2017 edisi bahagianya adalah bahagiaku, peneliti bisa menggunakan teknik pengumpulan data yang berupa data primer dan data sekunder:

3.1.5.1. Data Primer

Data primer dapat dilakukan dengan cara menonton di televisi atau mendownload di youtube atau di media sosial lainnya secara langsung iklan Ramayana edisi bahagianya adalah bahagiaku pada bulan ramadhan 2017.

3.1.5.2. Data Sekunder

Hasil dari data sekunder dapat dilakukan melalui dengan cara mencari data-data seperti buku, catatan, koran, surat kabar, majalah ataupun yang lainnya. Dokumentasi juga bisa dijadikan sebagai data pendukung untuk memperkuat data.

3.1.6. Analisis Data

Penelitian ini mengacu pada teori Semiotika dengan cara menggunakan semiotika teori Roland Barthes. Teori Roland Barthes mencakupi seperti makna denotasi, makna konotasi dan mitos yang digunakan untuk mengetahui dan memahami makna yang terkandung dalam setiap scene iklan Ramayana 2017 edisi Bahagianya Adalah Bahagiaku. Maksud dari makna denotasi yaitu hubungan penanda dan petanda menghasilkan makna yang pasti ada pada kenyataan realita. Sedangkan konotasi merupakan tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda itu beroperasi secara tidak langsung dan tersembunyi. Dengan kata lain berarti denotasi adalah apa yang digambarkan terhadap sebuah objek sedangkan konotasi adalah bagaimana dapat menggambarkannya.

Dilihat dari aspek lain, mitos menurut Roland Barthes terletak pada kedua penandaan. Setelah terbentuknya sign-signifier-signified (tanda-penanda-ditandai), tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Ketika suatu tanda mempunyai makna denotasi kemudian berkembang menjadi makna konotasi jadi kedua makna tersebut dapat disimpulkan menjadi mitos.

Untuk lebih jelasnya, tahapan-tahapan untuk memperoleh data yang mengarah pada teori Roland Barthes yaitu sebagai berikut:

- 3.1.6.1.1. Pemisahan pada isi iklan yang berupa; monolog per monolog, adegan per adegan atau apabila ada data yang mendukungnya pada isi keseluruhan iklan akan diambil sebagai data analisa
- 3.1.6.1.2. Menjelaskan makna denotasi, konotasi teks serta mitos berupa tulisan dan gambar pendukung yang ada di dalam iklan Ramayana 2017 edisi Bahagianya adalah Bahagiaku
- 3.1.6.1.3. Menarik kesimpulan konstruksi pesan dakwah berupa pesan aqidah dan pesan akhlak yang terdapat pada iklan Ramayana 2017 Edisi Bahagianya adalah Bahagiaku.