

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan dengan mengeksplorasi dan melakukan pemahaman makna dari kelompok ataupun individu yang memiliki topik yang terkait dengan masalah dan isu sosial. (Creswell,2013) yang digunakan untuk mengeksplorasi, melakukan interpretasi serta mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai aspek yang diperoleh dari keyakinan, sikap yang dilakukan oleh manusia itu sendiri. (Georgeo et al., 2012). Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif memiliki fokus kepada pengalaman dan juga persepsi manusia, dan mehamai bagaimana cara mereka memahami kehidupan. Pendekatan Kualitatif menggunakan analisis data yang di susun dari tema yang khusus ke umum, dan peneliti melakukan pemahaman dan Interpretasi atau pemaknaan dari data yang diambil. Peneliti lebih memiliki fokus untuk mampu melakukan peterjemahan terhadap situasi yang kompleks.

Penelitian Kualitatif menurut Moleong mengatakan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif merupakan penelitian yang memiliki maksud untuk memahami berbagai fenemona tentang pengalaman yang dirasakan oleh subjek misalnya saja seperti persepsi, motivasi dan berbagai tindakan lainnya yang dilakukan oleh subjek dengan secara holistik dan dengan menggunakan dekripsi yang berbentuk kata dan tutur bahasa, untuk kasus yang khusus peneliti menggunakan dan memanfaatkan berbagai metode yang alamiah. Pendekatan Kualitatif pada dasarnya lebih menguat hasil temuan dengan menggunakan kata kata yang berbentuk narasi deksripsi

Bedasarkan pengertian diatas penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang memiliki fokus kepada masalah masalah sosial yang dirasakan oleh subjek yang bedasarkan keyakinan dan pengalaman yang dirasakan oleh manusia itu sendiri. Selain itu penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif lebih mengedenpakan dan berfokus kepada hasil berupa kata

kata narasi deksripsi yang kuat sehingga penelitian bisa terlihat bagaimana hasil temuannya. Penelitian melihat bagaimana pemaknaan oleh subjek dan melihat bagaimana subjek itu melakukan pemahaman yang didasarkan oleh pengalaman serta budaya subjek itu sendiri.

Penelitian ini juga menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma Konstruktivisme menurut (Creswell., 2014:32) merupakan paradigma yang berfokus kepada sosial antara individu yang satu dengan individu lainnya serta berusaha memaknai makna yang didapatkan dan beragam. Selain itu karakteristik dari paradigma Konstruktivisme adalah memahami semua kejadian sosial atau peristiwa yang dirasakan oleh subjek atau individu itu sendiri. Sedangkan menurut (Neuman.,2015:115) bahwa paradigma konstruktivisme merupakan bagaimana upaya untuk memahami dan menjelaskan bagaimana peristiwa itu bisa bermakna bagi dirinya. Paradigma Konstruktivisme memiliki fokus kepada makna yang dirasakan oleh subjek itu sendiri berdasarkan budaya dan keyakinan individunya.

Alasan peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme sebagai acuan penelitian, karena paradigma ini bisa menemukan temuan yang didasarkan oleh rumusan masalah yang disusun oleh peneliti yaitu bagaimana makna kecantikan wanita Indonesia oleh laki-laki yang ada di dalam iklan femvertising Indonesia. Karena fokus dari paradigma ini adalah bagaimana subjek itu merasakan sendiri dan bagaimana subjek bisa memaknai iklan femvertising Wardah dalam edisi #BeautyMovesYou

3.2. Metode Penelitian

Bedasarkan dari bahasa latin *receptio* dan bahasa Inggris *reception* yang memiliki arti penerima atau penyambutan dari individu itu sendiri. Arti yang lebih luas *receptio* memiliki arti bahwa *receptio* adalah bagaimana kemampuan untuk melakukan pengolahan teks serta bagaimana cara individu melakukan pemaknaan terhadap suatu tayangan sehingga nantinya individu tersebut akan memberikan respon terhadap tayangan yang di tonton. *Receptio* merupakan bagaimana cara

individu merespon suatu tayangan dari media elektronik sehingga nantinya bisa melihat apakah sama penilaian dari brand dan individu itu sendiri. (Herwin, 2018) Stuart Hall mengatakan jika dasarnya dalam menggunakan Analisis Respsi sebagai rujukan adalah dengan melihat bagaimana pesan encoding dan decoding yang disampaikan dari hasil tayangan dari media. Seiring dengan perkembangan dalam perpektif Hall khalayak dapat melakukan intepretasi juga dilakukan perhitungakan sebagai salah satu langkah penting untuk melakukan pemaknaan dari suatu tayangan

Dengan menggunakan kontkes media sebagai alat penyampainya bukan hanya teks saja yang penting dalam pembentukan makna namun juga hubungan antara teks dan pembaca itu (khalayak). Dalam Analisis Resepsi khalayak dimaknai sebagai entitas yang aktif dibandingkan entitas yang pasif. Khalayak tidak juga dinilai sebagai penerima pesan sepenuhnya tapi khalayak juga memiliki peran sebagai sumber dari pesan itu sendiri dan memproduksi pesan yang telah disampaikan oleh media.

Teori Resepsi Stuart Hall berusaha untuk membantu menjelaskan bagaimana proses pemaknaan instusional-sosial dalam produksi suatu pesan media. Dalam proses *encoding* menjelaskan bagaimana tahapan dari media (*instisional*) proses yang sangat penting adalah bagaimana media membentuk *meaningfull discorse*, bagaimana media bisa memiliki makna yang sedfesifik yang nantinya akan diterima oleh khalayak yang menerima pesan. Pada proses selanjutnya ada proses *decoding* dimana dapat menjelaskan dari sisi audience denga melihat bgaiamna cara pemaknaan teks dari media dengan melihat bagaimana khalayak dapat merespon realitas sosial. Dapat disimpulkan bahwa proses dari *decoding* dan *encoding* merupakan proses yang sangat penting dalam proses produksi dan re-produksi pesan media yang dilihat dari dua sisi yaitu media dan khalayak (*audience*) (Utami, 2019)

Stuart Hall mengelompokan tiga posisi khlayak dalam menerima pesan yang disampaikan oleh media elektronik dan media massa yaitu:

1. **Posisi Hemogoni**

merupakan suatu kondisi dimanan khlayak menerima pesan yang disampaikan oleh media. Dengan kata lain media menggunakan norma dan budaya yang sama dengan khlayak yang menerima pesanya.

2. **Posisi Negoisasi**

Posisi khlayak tidak menerima secara keseluruhan dengan apa yang media sampaikan ada beberapa pengecualian terhadap kasus tertentu. Khlayak menerima pada beberapa ideologi yang umum namun adanya pengecualian terhadap beberapa kasus yang nantinya disesuaikan dengan budaya dan tempat khlayak itu tinggal.

3. **Posisi Opposional**

Cara yang terkahir digunakan khlayak saat menerima pesan dari media dimana khlayak menolak dengan apa yang disampaikan media namun memberikan saran alternatif untuk media. Dimana khlayak menolak dan menganti saran dengan berdasarkan budaya dan pengalaman masing-masing.

Penelitian menggunakan Analisis Resepsi yang memiliki fokus kepada proses pemkanaan isi pesaj yang disampaikan oleh media, bagaimana khlayak menerima pesan yang disampaikan. Bagaimana khlayak bisa memaknai isi pesan secara mendalam dan bagaimana khlayak bisa menginterprertasikan pesan yang disampaikan. Khlayak dapat didefinisikan sebagai cultural agen dimana khalyak memiliki kuasa dalam melihat dan menghasilkan makna dari pesan yang di produksi oleh media. Makna dari media tentu memiliki sifat yang polisemui dan terbuka, sehingga nantinya khlayak dapat menginterpretasikan makna yang berbeda beda, dari khlayak yang satu dengan lainnya akan menghasilkan makna yang berbeda. Dengan melakukan pendekatan secara kulturalis dimana nantinya makna yang dihasilkan oleh khlayak dengan didasari oleh pengalaman mereka. Sehingga dalam penelitian ini dapat melihat bagaimana makna cantik akan berbeda- beda oleh laki-laki berdasarkan dengan pengalaman mereka yang berbeda satu sama lain.

3.3. Informan Penelitian

Secara Umum unit analisis merupakan satuan yang diteliti dalam penelitian berkaitan dengan individu atau organisasi kelompok untuk kepentingan sebagai subjek penelitian (Hamdi 2010:74-76). Unit Analisis dapat digunakan untuk mengukur dan menjadi acuan saat melakukan penelitian. Saat melakukan penelitian peneliti sangatlah penting untuk menentukan unit analisis yang mereka gunakan sebagai subjek penelitian.

Unit Analisis merupakan salah satu komponen yang sangat penting dalam melakukan penelitian kualitatif, secara garis besar unit analisis merupakan salah satu cara untuk menentukan masalah apa yang muncul dan membantu saat melakukan penentuan masalah yang sedang diteliti. Sehingga masalah perorangan yang akan dikaji dan individu merupakan unit analisis primernya. (Yin, 2014:30)

Unit analisis yang digunakan peneliti sebagai salah satu komponen penting dalam penyusunan penelitian ini adalah semua objek yang bisa mempengaruhi pemaknaan khalayak. Pemaknaan disesuaikan dengan berdasarkan pengalaman, keyakinan, budaya dan norma yang tentunya akan berbeda-beda pada setiap orang. Unit Analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan setiap scene yang ada dalam iklan Wardah #BeautyMovesYou yang ditayangkan pada media televisi dan youtube Wardah Indonesia. Serta iklan juga memperlihatkan bagaimana seorang model bisa memperagakan dan menyampaikan pesan yang dikemas oleh merek itu sendiri

Dengan adanya uraian latar belakang yang telah ditentukan peneliti, terdapat Dengan menggunakan Analisis Resepsi akan lebih mengedepankan dan berfokus kepada pesan decoding yang sudah dikemas oleh brand serta disebarkan oleh media. Namun ada satu elemen yang paling penting dalam menggunakan Analisis Resepsi yaitu bagaimana proses interpretasikan makna dari pesan yang disampaikan oleh merek Wardah dalam kampanye mereka #BeautyMovesYou. Tayangan yang disaksikan oleh khalayak akan mempengaruhi bagaimana mereka akan bersikap salah satunya dengan adanya tayangan wardah akan

mempengaruhi pemaknaan kecantikan oleh laki-laki dalam iklan femvertising Indonesia.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan beberapa informan terpercaya untuk dilakukan wawancara untuk dimintai keterangan dalam memberikan makna dalam iklan Wardah BeautyMovesYou. Jawaban yang dihasilkan oleh narasumber bergantung kepada pengalaman, keyakinan yang dirasakan oleh narasumber dalam memberikan pemaknaan iklan kecantikan Wardah BeautyMovesYou. Saat memberikan jawaban informan harus memberikan jawaban secara jelas dan tidak dibawah tekanan semua jawaban yang diberikan harus sesuai dengan keinginan peneliti dan harus jujur. Penelitian ini menggunakan informan laki-laki dewasa awal menurut bkkn (badan kependudukan dan berencana nasional rentang usia dewasa awal sekitar 20-31 tahun. Masa dewasa awal juga dikelompokkan menurut kemenkes indonesia 20-31 tahun

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, peneliti tentu memerlukan data data untuk memperkuat penelitian yang dilakukan. Tentu data-data yang diperlukan haruslah jelas dan detail sehingga semuanya akan jelas dan mudah dipahami oleh setiap orang. Sehingga orang akan jauh lebih mudah dipahami oleh setiap orang yang menjadi informan peneliti.

1. Pertama yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data adalah dengan mengunduh setiap tayangan iklan Wardah beautilmovesyou dan memisahkan setiap scene pada iklan tersebut.
2. Peneliti melakukan pengamatan setiap iklan memiliki pengaruh terhadap khalayak yang menonton. Tentu pemaknaan yang dirasakan oleh setiap orang akan berbeda karena latarbelakang, keyakinan dan pengalaman akan berbeda, serta setiap individu akan melakukan pemaknaan pada setiap adegan yang ditampilkan oleh iklan Wardah #Beautymovesyou

Dalam melakukan pengumpulan data peneliti menggunakan beberapa cara yaitu primer dan sekunder untuk memperkaya penelitian :

1. Data Primer

menurut ahli Husein Amar (2013:42) mengatakan bahwa data primer merupakan data yang dihasilkan dari orang pertama baik yang berasal dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti, hasil yang didapatkan dari kuisioner yang dilakukan oleh peneliti untuk memperkaya penelitian. Data Primer merupakan data yang dijadikan rujukan utama dalam penelitian ini data primer di dapatkan dari potongan scene iklan wardah Beautymovesyou dan juga di dukung dengan hasil wawancara dari beberapa informan.

2. Data Sekunder

menurut ahli Husein Amar (2013:42) mengatakan bahwa data sekunder merupakan data yang di peroleh oleh data primer tetapi telah dilakukan pengolahan dengan menghasilkan data data berupa diagram ataupun tabel. Dalam penelitian ini data sekunder dihasilkan dari berbagai sumber bacaan seperti jurnal dan penelitian terdahulu yang sejenis, selain itu peneliti juga menggunakan media online untuk memperkaya data. Data sekunder digunakan oleh peneliti untuk memperkuat data dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

3.5. Open,Axial dan Selective Coding

Coding merupakan salah satu proses yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian adalah teknik yang dilakukan analisis data secara rinci serta semua data yang telah dianalisis akan dilakukan konseptuals nantinya semua data yang tela di konsepskan akan diletakan secara bersama dengan menggunakan sudut pandang baru. Menurut Strauss dan Corbin (1990) mengatakan bahwa teknik analisis yang dilakukan oleh peneliti ada tiga macam *Open Coding*, *Axial Coding* dan *Selective Coding* agar lebih maksimal peneliti harus melakukan dengan cara stumulan dalam penelitian

1. *Open Coding*

Open Coding (Pengkodean Terbuka) merupakan salah satu teknik yang dilakukan oleh peneliti dengan cara menguraikan, memeriksa, membuat konsep dan melakukan pengkategorisasikan berdasarkan hal yang ditemukan dari hasil wawancara atau bisa juga hasil observasi yang dilakukan selama penelitian berlangsung. Dalam melakukan open coding dengan menggunakan pelabelan fenomena yang terjadi atau kejadian yang dilakukan selama wawancara berlangsung, penemuan kategori kategorisasikan dari hasil wawancara dan melakukan penamaan kategori dengan secara abstraksi, penyusunan kategori menyusun berdasarkan karakteristik yang sejenis dari hasil wawancara

2. *Axial Coding*

Axial Coding atau dengan nama lain Pengkodean berporos merupakan serangkaian teknik analisis data dengan menggunakan cara penempatan data yang didapatkan bersama dengan menggunakan cara pandang baru dan membuat hubungan berkaitan antar kategorisasi. Pada pengkodean kali ini diawali dengan menentukan kategori kemudian dilakukan menemukan antar hubungan kategori. Data yang telah ditemukan pada open coding seperti sifat, ukuran akan dilakukan penempatan bersama dengan menggunakan cara yang baru.

3. *Selective Coding*

Selective Coding atau dengan nama pengkodean terpilih merupakan salah satu tahap akhir pada pengkodean yang meliputi pencarian atau *scanning* pada semua kode yang ditemukan sebelumnya. Pada tahap akhir pengkodean ini peneliti melakukan identifikasi pada setiap kategorisasi dan menentukan tema utamanya. Pada tahap akhir peneliti melihat secara mendalam dan detail melakukan perbandingan antara semua data yang telah lengkap dikumpulkan sebelumnya. Mudah-mudahan selective coding merupakan tahapan membuat alur pada penelitian. Dalam melakukan tahap akhir pengkodean ada beberapa tahapan yang harus dilakukan oleh peneliti :

- a. Membuat penjelasan dengan menggunakan story line

- b. Melakukan penghubungan antara kategori yang merupakan tambahan dari kategori utama dengan menggunakan model paradigma
- c. Melakukan hubungan antara kategori dengan cara dimensional
- d. Melakukan validasi pada data
- e. Mengisi kategori yang memerlukan pengembangan ke arah lebih jauh

3.6. Metode Analisa Data

Dalam melakukan penelitian diperlukan pengujian data yang telah dikumpulkan agar data tersebut valid dan kredibel. Untuk mendapatkan data yang valid diperlukan beberapa langkah untuk melakukan pengujian data sebagai berikut :

1. Metode Keabsahan Data

merupakan salah satu teknik yang digunakan oleh peneliti untuk melihat, memeriksa data yang diperoleh dari hasil penelitian. Cara yang dilakukan oleh peneliti dalam memeriksa data dengan melibatkan beberapa bahan referensi yang berasal dari buku atau dapat menggunakan membercheck. Data yang telah diterima pun dapat dilihat apakah data tersebut memiliki ketepatan antara objek dan penelitian yang dilakukan, data yang memiliki keabsahan atau valid merupakan data yang tidak berbeda dari apa yang nanti akan dilaporkan nantinya. Pada saat pengolahan data jika berbeda maka data tersebut bisa dibuang gagal dan tidak valid

- a. Uji Kredibilitas, merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk melihat kepercayaan terhadap semua data yang telah di peroleh dari penelitian , cara yang digunakan oleh peneltia adalah dengan memberikan pengamatan pada beberapa sumber ataupun narasumber yang telah dijadikan dalam peneltian. Selain itu peneliti juga memperbanyak bahan bacaan yang digunakan untk menambahkan beberapa data yang diperlukan dalam peneltian. Peneliti juga menggunakan trigulasi terhadap semua data yang diperoleh yang didapatkan dari hasil wawancara, penelitian terdahulu, dan beberapa media online

- b. Uji Transferability, merupakan uji validitas yang dilakukan dari eksternal penelitian dengan menggunakan uji eksternal dapat membantu ketepatan dan kebenaran dari penelitian. Diambil dari populasi yang peneliti jadikan sebagai objek penelitian.
- c. Uji Depandability, dengan melakukan pengujian depandability memiliki tujuan dan berhasil maka penelitian ini bisa dilakukan atau di eplikasikan oleh semua orang. Pengujian ini digunakan dengan cara melakukan audit pada semua data yang telah diambil pada lapangan pada saat penelitian
- d. Uji Konfirmability, pengujian data dengan kormability merupakan cara yang digunakan peneliti dengan menggunakan dan melihat objektivitas dengan cara disepakati oleh semua orang. Pengujian dilakukan secara bersama- sama dengan melakukan pengujian pada hasil penelitian yang sudah didapatkan dan akan dilakukan proses pengkaitkan dengan proses yang akan dilakukan

Peneliti menggunakan Uji Konfirmability dengan melihat bagaimana hasil dari penelitian yang dilakukan memiliki keobjektifitasan sehingga orang akan sepakat dengan apa yang disampaikan dari iklan yang dijadikan fenomena dari penelitian yang dilakukan oleh penelti. Cara yang dilakukan oleh penelti adalah dengan melihat kesepakatan dan kesamaan dengan iklan dan pemaknaan kecantikan yang sesuai dengan fenomena yang di angkat oleh penelitian ini.

2. **Pengecekan Informan**

Penelitian yang dilakukan untuk mengecek data yang didapatakn selain menggunakan trigulasi data juga menggunakan pemeriksaan terhadap semua informan yang terlibat dalam penelitian. Pengecekan informan dilakukan dalam penelitian untuk memberikan keterangan yang diberikan adalah benar dan tidak bohong selain itu informasi yang diberikan juga tidak boleh adanya paksaan. Peneliti akan melakukan pengecekan pada semua informan yang terlibat apakah jawaban yang diberikan benar adanya. Peneliti memastikan para informan untuk menyaksikan kembali iklan Wardah #BeautyMovesYou untuk mengurangi kerancuan dalam data

3.6. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan oleh peneliti pada bagian latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta teori dan konsep penunjang penelitian terdapat pula keterbatasan dalam penelitian. Keterbatasan dalam penelitian ini ialah peneliti hanya mencari tahu Makna yang yang dihasilkan dalam iklan dan tidak melihat bagaimana tanda dan petanda dalam iklan. Penelitian ini hanya menggunakan subjek penelitian yang hanya satu versi saja penelitian selanjutnya diharapkan bisa meneliti berbagai macam versi iklan dari Wardah yang sangat beragam. Penelitian selanjutnya bisa melihat bagaimana model yang digambarkan dalam iklan.

