

### **BAB III METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma kritis dan menggunakan studi analisis wacana kritis dari Norman Fairclough. Menurut Moleong (2009:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll dengan menggunakan metode alamiah dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah. Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat atau kepercayaan orang yang diteliti dan kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka.

#### **B. Teknik Sampling**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan beberapa pertimbangan dan ciri-ciri tertentu. Peneliti memilih dan menentukan *shot-shot* iklan yang mengandung unsur dan simbol komodifikasi agama islam.

#### **C. Sumber Data**

Data merupakan kumpulan informasi yang diperoleh dalam sebuah penelitian. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya yaitu melalui pengamatan yang dilakukan oleh penulis terhadap ketujuh iklan Sahaja yaitu:

- a) Iklan Sahaja Detergen Cair dan Pelembut Pakaian yang dibintangi oleh Alyssa Soebandono, Dude Herlino dan Lula Allegra. Iklan ini berdurasi selama 30 detik dengan 15 *shot*.
- b) Iklan Sahaja Cairan Pencuci Piring yang dibintangi oleh Alyssa Soebandono, Dude Herlino dan Kevin Zander. Iklan ini berdurasi 15 detik dengan 10 *shot*.
- c) Iklan Sahaja Spray Higienis untuk Sajadah dan Mukena yang dibintangi oleh Dinda Surbakti. Iklan ini berdurasi 15 detik dengan 6 *shot*.
- d) Iklan Sahaja Pembersih Higienis untuk Sajadah dan Mukena yang dibintangi oleh Dinda Surbakti. Iklan ini berdurasi 15 detik dengan 9 *shot*.
- e) Iklan Sahaja Cairan Pencuci Piring dan Pembersih Lantai yang dibintangi oleh Dinda Surbakti. Iklan ini berdurasi 15 detik dengan 10 *shot*.
- f) Iklan Sahaja Sabun Cuci Tangan dan *Handsanitizer* yang dibintangi oleh Dinda Surbakti dan Alea Inara Ramadhan. Iklan ini berdurasi 15 detik dengan 9 *shot*.
- g) Iklan Sahaja Spray Higienis, Pembersih Higienis, dan Pembersih Lantai yang dibintangi oleh Ria Miranda. Iklan ini berdurasi 15 detik dengan 6 *shot*.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung dari pihak lainnya, seperti studi pustaka melalui buku-buku, internet, media massa, dan beberapa jurnal serta penelitian yang terkait komodifikasi agama, periklanan dan analisis wacana kritis.

#### **D. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian artinya adalah sumber data yang diobservasi sesuai dengan masalah yang diangkat dalam penelitian. Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah Iklan Sahaja yang terdiri dari 7 iklan yaitu:

1. Iklan Sahaja Detergen Cair dan Pelembut Pakaian versi Alyssa Soebandono.
2. Iklan Sahaja Cairan Pencuci Piring versi Alyssa Soebandono.
3. Iklan Sahaja Spray Higienis Untuk Sajadah dan Mukena versi Dinda Surbakti.
4. Iklan Sahaja Pembersih Higienis Untuk Sajadah dan Mukena versi Dinda Surbakti.
5. Iklan Sahaja Cairan Pencuci Piring dan Pembersih Lantai versi Dinda Surbakti.
6. Iklan Sahaja Sabun Cuci Tangan dan *Handsanitizer* versi Dinda Surbakti.
7. Iklan Sahaja Spray, Pembersih Higienis dan Pembersih Lantai versi Ria Miranda.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dapat didefinisikan sebagai satu proses untuk mendapatkan data dari subjek atau responden dengan menggunakan metode tertentu (Silalahi, 2012:291). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik untuk mendapatkan dan mencari data atau informasi yang didokumentasikan baik berupa tulisan rekaman maupun gambar. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan dokumentasi dengan cara mengunduh file iklan-iklan dari produk Sahaja di kanal youtube.

2. Studi pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data-data yang bersifat teoritis di luar dari informan, dengan

menggunakan referensi dari buku-buku, internet, dan jurnal yang terkait dengan penelitian.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data menurut Bodnan dalam (Hardani, 2020:177) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Analisis data merupakan rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, penafsiran, dan verifikasi data agar fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah, tidak ada teknik yang baku (seragam) dalam melakukan hal ini, terutama penelitian kualitatif (Mulyana, 2005:180).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis wacana kritis model Fairclough. Analisis Norman Fairclough didasarkan pada pertanyaan besar, bagaimana menghubungkan teks yang mikro dengan konteks masyarakat yang makro. Fairclough berusaha membangun suatu model analisis wacana yang mempunyai kontribusi dalam analisis sosial dan budaya, sehingga ia mengombinasikan tradisi analisis tekstual yang selalu melihat bahasa dalam ruang tertutup dengan konteks masyarakat yang lebih luas. Titik perhatian besar dari Fairclough adalah melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan (Eriyanto, 2011:285). Dalam analisis wacananya, Fairclough memusatkan perhatian pada bahasa. Pemakaian bahasa dalam suatu wacana dipandang sebagai sebuah praktik sosial. Model analisis wacana kritis Fairclough berfokus pada bagaimana bahasa dalam suatu wacana terbentuk dan dibentuk dari relasi sosial dan konteks sosial tertentu.

Pada iklan wacana muncul melalui teks audio dan visual, jadi dalam penelitian ini penulis tidak hanya akan menganalisis teks yang berupa tulisan tetapi juga dalam bentuk audio dan visual. Berdasarkan teori analisis wacana kritis yang sudah dikembangkan oleh Norman Fairclough, langkah-langkah yang akan dilakukan oleh penulis ialah sebagai berikut:

1. Analisis Mikro (analisis teks), pada tahapan analisis teks ini penulis akan mendeskripsikan dan mengidentifikasi wacana atau simbol-simbol komodifikasi nilai agama yang terdapat pada iklan Sahaja, baik berupa teks, audio, maupun secara visual.
2. Analisis Meso (analisis wacana/produksi), pada tahapan ini penulis akan menginterpretasikan proses bagaimana pembuat iklan mengambil wacana dan *genre* yang ada dengan memerhatikan bagaimana hubungan kekuasaan dimainkan, atau dengan kata lain maksud dari iklan ini dibuat.
3. Analisis Makro (analisis sosial/praktik sosiokultural), pada tahapan ini adalah tahap eksplanasi atau analisis dikaitkan dengan pemahaman interstekstual, yakni mencoba menghubungkan fenomena sosial yang mempengaruhi teks yang sedang dipelajari. Di dalam analisis makro ini, dibagi lagi menjadi 3, yaitu
  - Situasional: cara kerja produksi, motif dan konteks situasinya.
  - Institusional: pengaruh subjek-subjek tertentu dalam produksi/institusi baik internal maupun eksternal.
  - Sosial: Situasi tertentu seperti ekonomi, politik dan budaya pada masyarakat.

#### **G. Validitas Data**

Validitas data merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dapat dikatakan bahwa data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Hardani, 2020:214). Maka dari itu untuk membuktikan keakuratan dan keabsahan data penelitiannya, peneliti perlu menggunakan teknik-teknik triangulasi tertentu yang sesuai.

Menurut Dwidjowinoto (2002:9) ada beberapa macam triangulasi, yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya, selain wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat, dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi atau tulisan pribadi dan gambar.

2. Triangulasi Waktu

Berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia dapat berubah setiap waktu. Karena itu peneliti perlu mengadakan observasi tidak hanya satu kali.

3. Triangulasi Teori

Memanfaatkan dua atau lebih teori untuk diadu atau dipadu. Untuk itu, diperlukan rancangan penelitian, pengumpulan data, dan analisis data yang lengkap supaya hasilnya komprehensif.

4. Triangulasi Peneliti

Menggunakan lebih dari satu peneliti dalam mengadakan observasi atau wawancara. Karena masing-masing peneliti mempunyai gaya, sikap, dan persepsi yang berbeda dalam mengamati fenomena maka hasil pengamatannya bisa berbeda meski fenomenanya sama. Pengamatan dan wawancara dengan menggunakan dua peneliti akan membuat data lebih absah. Sebelumnya, tim perlu mengadakan kesepakatan dalam menentukan kriteria atau acuan pengamatan dan wawancara. Kemudian hasil pengamatan masing-masing ditemukan.

5. Triangulasi Metode

Dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan hasil yang sama.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi data (sumber) dan triangulasi teori. Triangulasi data menunjuk pada upaya peneliti untuk mengakses sumber-sumber data yang lebih bervariasi guna memperoleh data berkenaan dengan persoalan yang sama (Pawito, 2007:99).

Validitas data diperoleh dengan mengumpulkan data-data yang sejenis untuk dapat mendukung dan memperkuat teori mengenai komodifikasi. Data ini didapat dan dikumpulkan dari berbagai sumber, seperti literatur buku, penelitian-penelitian

yang sejenis, website, maupun media sosial yang berkaitan, terarah dari dokumentasi ke studi pustaka.