

## **BAB III**

### **METODOLOGI DAN SUBJEK PENELITIAN**

#### **3.1 Metodologi Penelitian**

Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan ungkapan lain, metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian. Metodologi dipengaruhi atau berdasarkan perspektif teoretis yang kita gunakan dalam penelitian, sedangkan perspektif teoretis itu sendiri adalah suatu kerangka penjelasan atau interpretasi yang memungkinkan peneliti memahami data dan menghubungkan data yang rumit dengan peristiwa dan situasi lain (Mulyana, 2002:145).

##### **3.1.1 Pengertian Penelitian Kualitatif**

Berbicara metode, dalam penelitian yang telah dibuat menggunakan metode kualitatif, mengapa demikian? Karena di sini peneliti membahas mengenai makna semiotika dari sebuah tayangan iklan.

Metode penelitian kualitatif berbeda dengan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian dengan metode kuantitatif, seorang peneliti harus menjaga jarak terhadap masalah yang sedang ditelitinya. Misalnya, ketika menyebarkan angket/kuesioner atau mewawancarai, seorang peneliti kuantitatif tidak diperkenankan memberikan arahan jawaban kepada responden yang menjadi sumber informasi penelitian. Seorang peneliti kuantitatif betul-betul mengandalkan instrumen penelitiannya yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Sementara dalam

penelitian dengan metode kualitatif, justru seorang peneliti menjadi instrumen kunci. Apalagi teknik pengumpulan data yang digunakannya adalah observasi partisipasi, peneliti terlibat sepenuhnya dalam kegiatan informan kunci yang menjadi subjek penelitian dan sumber informasi penelitian.

Metode penelitian kualitatif ini sering disebut penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah, metode ini digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti ini adalah sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2005:1).

Istilah penelitian kualitatif seperti ditulis Irfan menurut Kirk dan Miller (1986:9) pada mulanya bersumber pada pengamatan kualitatif yang dipertentangkan dengan pengamatan kuantitatif.

Lalu mereka mendefinisikan bahwa metodologi kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kaasanya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya (Muhajir, 2000:67).

Penelitian kualitatif memiliki ciri atau karakteristik yang membedakan dengan penelitian jenis lainnya. Dari hasil penelaahan pustaka yang dilakukan Moleong atas hasil dari mensintesis pendapatnya Bogdan dan Biklen (1982: 27-30) dengan Lincoln dan Guba (1985: 9-44) ada sebelas ciri penelitian kualitatif, yaitu:

1. Penelitian kualitatif menggunakan latar alamiah atau pada konteks dari suatu keutuhan (entity).
2. Penelitian kualitatif intrumennya adalah manusia, baik peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain.
3. Penelitian kualitatif menggunakan metode kualitatif.
4. Penelitian kualitatif menggunakan analisis data secara induktif.
5. Penelitian kualitatif lebih menghendaki arah bimbingan penyusunan teori substantif yang berasal dari data.
6. Penelitian kualitatif mengumpulkan data deskriptif (kata-kata, gambar) bukan angka-angka.
7. Penelitian kualitatif lebih mementingkan proses dari pada hasil.

8. Penelitian kualitatif menghendaki adanya batas dalam penelitiannya atas dasar fokus yang timbul sebagai masalah dalam penelitian.
9. Penelitian kualitatif meredefinisikan validitas, realibilitas, dan objektivitas dalam versi lain dibandingkan dengan yang lazim digunakan dalam penelitian klasik.
10. Penelitian kualitatif menyusun desain yang secara terus menerus disesuaikan dengan kenyataan lapangan (bersifat sementara).
11. Penelitian kualitatif menghendaki agar pengertian dan hasil interpretasi yang diperoleh dirundingkan dan disepakati oleh manusia yang dijadikan sumber data (Moleong, 2000:43).

Kajian penelitian kualitatif berawal dari kelompok ahli sosiologi dari “mazhab Chicago” pada tahun 1920-1930, yang memantapkan pentingnya penelitian kualitatif untuk mengkaji kelompok kehidupan manusia. Pada waktu yang sama, kelompok ahli antropologi menggambarkan outline dari metode karya lapangan; yang melakukan pengamatan langsung ke lapangan untuk mempelajari adat dan budaya masyarakat setempat. Dari awal, tampak bahwa penelitian kualitatif merupakan bidang penyelidikan tersendiri. Bidang ini bersilang dengan disiplin dan pokok permasalahan lainnya. Suatu kumpulan istilah, konsep, asumsi yang kompleks dan saling terkait meliputi istilah penelitian kualitatif.

Munculnya penelitian kualitatif adalah karena reaksi dari tradisi yang terkait dengan positivisme dan postpositivisme yang berupaya melakukan kajian budaya dan interpretatif sifatnya. Penelitian kualitatif secara inheren merupakan multi-metode di dalam satu fokus, yaitu yang dikendalikan oleh masalah yang diteliti. Penggunaan multi-metode atau yang lebih dikenal triangulation, mencerminkan suatu upaya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti. Yang bernama realitas obyektif sebetulnya tidak pernah bisa ditangkap. Triangulation bukanlah alat atau strategi untuk pembuktian, tetapi hanyalah suatu alternatif terhadap pembuktian.

Kombinasi yang dilakukan dengan multi-metode, bahan-bahan empiris, sudut pandang dan pengamatan yang teratur tampaknya menjadi strategi yang lebih baik untuk menambah kekuatan, keluasan dan ke dalam suatu penelitian.

Konsep dan sistematika penelitian kualitatif sebenarnya menunjuk dan menekankan pada proses, dan berarti tidak diteliti secara ketat atau terukur (jika memang dapat diukur), dilihat dari kualitas, jumlah, intensitas atau frekuensi. Penelitian kualitatif menekankan sifat realita yang dibangun secara sosial, hubungan yang intim antara peneliti dengan yang diteliti dan kendala situasional yang membentuk penyelidikan. Penelitian kualitatif menekan bahwa sifat peneliti itu penuh dengan nilai (*value-laden*). Mereka mencoba menjawab pertanyaan yang menekankan bagaimana pengalaman sosial diciptakan dan diberi arti.

Kegiatan generik dalam penelitian kualitatif selalu menampilkan lima fase tataran yang dimiliki oleh masing-masing pendekatan: (1) peneliti dan apa yang diteliti sebagai subjek multi-kultural. (2) paradigma penting dan sudut pandang interpretatif. (3) strategi penelitian. (4) metode pengumpulan data dan penganalisisan bahan empiris dan (5) seni menginterpretasi dan memaparkan hasil penelitian (Salim, 2001:98).

Dibalik lima fase generik itu, terdapat peneliti yang berada secara biografis. Individu ini memasuki proses penelitian dari dalam suatu masyarakat interpretatif yang memasukkan tradisi penelitiannya sendiri ke dalam suatu sudut pandang yang berbeda. Sudut pandang ini mengakibatkan para peneliti mengadopsi pandangan “sebagai yang lain” yang dipelajari. Pada saat yang sama, politik dan etika peneliti juga harus dipertimbangkan, karena permasalahan ini menembus fase penelitian.

Dari bentuknya yang interpretatif, penelitian kualitatif dihadapkan pada masalah yang cukup mengganggu. Di satu sisi, peneliti kualitatif telah

mengasumsikan bahwa peneliti yang memiliki kualifikasi tertentu dan kompeten akan bisa melaporkan hasil temuannya secara objektif, jelas dan akurat mengenai pengamatan mereka sendiri mengenai dunia sosial, termasuk pengalaman orang lain. Di sisi lain, para peneliti berpegang pada keyakinan terhadap subjek yang sebenarnya. Dengan berbekal pada hal tersebut, para peneliti bisa mencampurkan pengamatan mereka dan pengamatan yang diberikan subjek melalui wawancara dan cerita kehidupan, pengalaman pribadi, studi kasus dan dokumen lain.

### 3.2 Pendekatan Semiotika

Semiotika merupakan salah satu metode penelitian kualitatif, yang mempunyai arti ilmu tanda. Istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani yaitu *semeion* yang berarti “tanda” (Zoest, 1993:vii). Semiotika biasanya didefinisikan sebagai pengkajian tanda-tanda (*the study of signs*), pada dasarnya merupakan sebuah studi atas kode-kode, yaitu sistem apa pun yang memungkinkan kita memandang entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sebagai sesuatu yang bermakna (Scholes dalam Budiman, 2003:3).

Semiotika komunikasi yang mempunyai jejaknya pada pemikiran Peirce, meskipun menekankan “produksi tanda” secara sosial dan proses interpretasi yang tanpa akhir (*semiosis*), akan tetapi tidak berarti mengabaikan sistem tanda. Kedua semiotika ini justru hidup dalam relasi saling mendinamisasi (Sobur, 2004a:vi).

Kekhasan teorinya (Saussure) terletak pada kenyataan bahwa ia menganggap bahasa sebagai sistem tanda. Ia menyatakan, bahwa teori tentang tanda linguistik perlu menemukan tempatnya dalam sebuah teori yang lebih

umum, dan untuk itu ia mengusulkan nama semiologi (Zoest, 1993:2). Semiologi adalah sebuah ilmu tentang tanda, “suatu ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di dalam masyarakat” (Budiman, 2003:3)

Bagi Peirce, semiotika adalah suatu cabang dari filsafat; sedangkan bagi Saussure semiologi adalah bagian dari disiplin psikologi sosial. Istilah *semiotika* dan *semiologi* dapat digunakan untuk merujuk ilmu-ilmu tentang tanda (*the science of signs*), tanpa adanya perbedaan pengertian yang terlalu tajam. Menurut Hawkes, satu-satunya perbedaan di antara keduanya, adalah *semiologi* lebih banyak dikenal di Eropa yang lebih mewarisi tradisi linguistik Saussure; sementara *semiotika*, cenderung dipakai oleh para penutur bahasa Inggris atau mereka yang mewarisi tradisi Peircian. (Budiman, 2003:4)

‘Tanda’ dalam pandangan Peirce selalu berada di dalam proses perubahan tanpa henti, yang disebut proses ‘semiosis tak terbatas’ (*unlimited semiosis*), yaitu proses penciptaan rangkaian interpretant yang tanpa akhir di dalam sebuah rantai produksi dan reproduksi tanda, yang di dalamnya tanda mendapatkan tempat hidupnya, bertumbuh, dan berkembang biak (Sobur, 2004a:xiii).

Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari sebuah tanda (Sobur, 2004a:15).

Ikon adalah pada dasarnya merupakan tanda yang bias menggambarkan cirri utama sesuatu meskipun sesuatu yang lazim disebut sebagai tanda acuan tersebut tidak hadir. Hubungan antara tanda dengan objek dapat juga

direpresentasikan oleh ikon dan indeks, namun ikon dan indeks tidak memerlukan kesepakatan (Mulyana, 2002:84)

Ikon adalah suatu benda fisik (dua atau tiga dimensi) yang menyerupai apa yang direpresentasikan. Representasi ini ditandai dengan kemiripan. Misalnya, foto Megawati adalah ikon Megawati, atau gambar Amien Rais adalah ikon Amien Rais.

Indeks adalah tanda yang hadir secara asosiatif akibat terdapatnya hubungan ciri acuan yang sifatnya tetap. Kata “rokok” misalnya memiliki indeks “asap”. Kata-kata yang memiliki indeksikal masing-masing memiliki ciri utama secara individual. Ciri tersebut antara lain yang satu dengan yang lain berbeda dan tidak saling menggantikan. Ciri utama pada “rokok”, misalnya berbeda dengan ciri “asap”.

Simbol adalah bentuk yang menandai sesuatu yang lain di luar dari perwujudan bentuk simbolik itu sendiri. Simbol yang tertulis sebagai bunga, misalnya, mengacu dan mengemban gambaran fakta yang disebut “bunga” sebagai sesuatu yang di luar bentuk simbol itu sendiri. Dalam pandangan Peirce, simbol dalam istilah sehari-hari lazim disebut: kata (*word*), nama (*name*), dan label (*label*).

Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia karangan WJS Poerwadarmita disebutkan, simbol atau lambang adalah semacam tanda, lukisan, perkataan, lencana, dan sebagainya, yang menyatakan suatu hal, atau mengandung maksud tertentu. Misalnya, warna putih melambangkan kesucian, lambang padi lambang

kemakmuran, dan kopian merupakan salah satu tanda pengenal bagi warga Negara Indonesia (Sobur, 2004a:156).

**Tabel 3.1**  
*Icon, Index, Symbol Peirce*

<b>Ikon</b>	<b>Indeks</b>	<b>Simbol</b>
<b>Ditandai dengan:</b> Persamaan. <b>Misalnya:</b> Patung-patung, Gambar-gambar. <b>Prosesnya:</b> Dapat dilihat.	<b>Ditandai dengan:</b> Hubungan sebab akibat. <b>Misalnya:</b> Asap/api, bercak merah, campak. <b>Prosesnya:</b> Dapat diperkirakan.	<b>Ditandai dengan:</b> Konvensi. <b>Misalnya:</b> Kata-kata, isyarat. <b>Prosesnya:</b> Harus dipelajari.

Sumber : Sobur (2004a:34)

Perbedaan antara ikon, indeks, simbol, secara lebih jelas dapat dilihat pada contoh dengan objek “kucing” berikut ini (Sobur, 2004a:98-99).

**Tabel 3.2**  
**Perbedaan antara Ikon, Indeks, Simbol Dilihat pada Objek Kucing**

<b>Ikonis</b>	<b>Indeksial</b>	<b>Simbolis</b>
a. lukisan kucing b. gambar kucing c. patung kucing d. foto kucing e. sketsa kucing	a. suara kucing b. suara langkah-langkah kucing c. bau kucing d. gerak kucing	a. diucapkanya dengan kata kucing b. makna gambar kucing c. makna suara kucing d. makna bau kucing e. makna gerak kucing

Tabel di atas berasal dari pernyataan Peirce bahwa: Sebuah analisis tentang esensi tanda mengarah pada pembuktian bahwa setiap tanda ditemukan oleh objeknya. Pertama dengan mengikuti sifat objeknya, ketika saya menyebut sebuah tanda ikon. Kedua, menjadi kenyataan dan keberadaannya berkaitan dengan objek individual, ketika saya menyebut tanda sebuah indeks. Ketiga,



perkiraan yang pasti bahwa hal itu diinterpretasikan sebagai objek denotasi sebagai akibat dari suatu kebiasaan, di mana istilah yang saya gunakan sebagai suatu cakupan suatu sifat alami, ketika saya menyebut tanda sebuah simbol (Sobur, 2004a:35).

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data pada penelitian ini dipergunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara, teknik pengumpulan data dalam pelaksanaannya mengadakan tanya-jawab terhadap narasumber yaitu *Public Relations Officer Polygon Bikes* dan Dany Ramdhani sebagai *rider professional* yang telah penulis pilih karena memiliki pengetahuan yang luas tentang *MTB Dirt Jump* dan kredibilitasnya dapat dipertanggung jawabkan.
2. Observasi, mengamati tayangan iklan *Polygon Bikes* versi Yannick Granieri and Sam Reynolds Visit Polygon Factory dengan cara *download*.
3. Studi kepustakaan, cara untuk memperoleh data-data dengan cara menelaah teori-teori, pendapat-pendapat serta pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam berbagai literatur, khususnya buku-buku yang relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian.

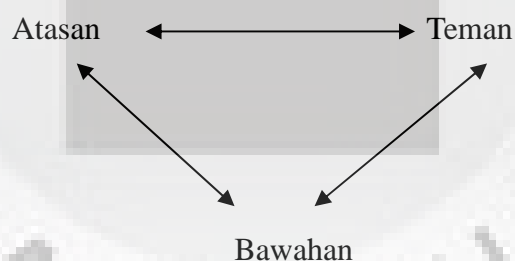
### 3.4 Uji Keabsahan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat dan sesuai, kita perlu menguji data tersebut dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi dalam kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, waktu, dan teknik pengumpulan data.

#### a. Triangulasi Sumber Data

Dalam melakukan penelitian, kita harus mampu mempunyai data-data yang kuat dari apa yang akan diteliti sehingga penelitian itu akan kuat.

Cara untuk mendapatkan data tersebut kita harus mencari sumber mengenai apa yang akan diteliti oleh kita, bisa lewat atasan, bawahan, bahkan teman kerja.

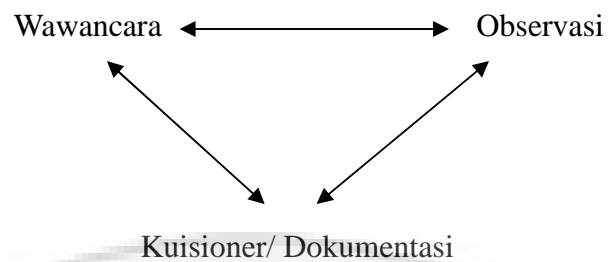


Sumber : Sugiyono (2012: 125)

**Gambar 3.1**  
**Triangulasi Sumber Data**

#### b. Triangulasi Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian kita harus bisa mengumpulkan data-data yang telah kita dapatkan dari berbagai sumber dengan teknik yang berbeda, misalkan data diperoleh lewat wawancara.



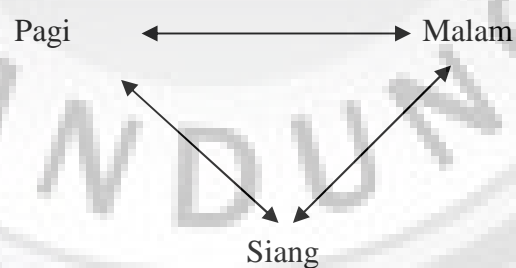
Sumber : Sugiyono (2012: 125)

**Gambar 3.2**  
**Triangulasi Pengumpulan Data**

### c. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Misalkan data yang didapatkan dari wawancara dipagi hari, itu masih terlihat segar.

Bila waktu semakin sore, maka data yang didapatkan akan perlahan menurun karena faktor waktu yang mungkin pada malam hari itu waktunya mengistirahatkan pikiran kita sehingga apabila diminta data, maka data yang dihasilkan pun kurang memuaskan karena batas waktu yang ditempuh sudah semakin larut.



Sumber : Sugiyono (2012: 125)

**Gambar 3.3**  
**Triangulasi Waktu Pengumpulan Data**

## 3.5 Gambaran Subjek Penelitian

### 3.5.1 Sejarah Singkat Perusahaan Polygon Bikes

Pada tahun 1989 berdiri sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi sepeda, dinamakan PT. Insera Sena yang berada di jalan HR. Mangundiprojo km. 3.5. Lingkar Timur Wadungasih, Buduran – Sidoarjo, Jawa Timur.

PT. Insera Sena yang terpilih sebagai *Original Equipment Manufacturer* (OEM) ini awalnya memproduksi sepeda merek internasional seperti *Kuwahara*, *Mustang*, *Avanti*, *Kona*, *Scott*, dan sebagainya yang sebagian besar di ekspor hampir ke 17 negara. Tepatnya pada tahun 1997, PT. Insera Sena menyadari industri sepeda di China akan berkembang sangat pesat dan di tahun itu pula PT. Insera Sena membuat strategi dengan mencetuskan merek sendiri yaitu ‘Polygon’.

### 3.5.2 Profil Perusahaan Polygon Bikes

Diambil dari sebuah nama dari istilah Geometri, ‘Polygon’ yang berarti ‘banyak sisi/pihak’, nama tersebut mewakili karakter kami (Polygon) yang memiliki banyak sisi dengan satu tujuan yang sama.

Secara umum tim desain dan tim produk Polygon adalah pengendara sepeda, pengetahuan kami tentang material dan desain sepeda dikombinasikan dengan pengalaman yang hanya bisa didapatkan dari atas sepeda untuk menciptakan pemahaman mendalam untuk menciptakan sepeda terbaik yang bertopang pada empat pilat yaitu *technology*, *quality*, *craftsmanship*, *support*. Dengan adanya tujuan besar itu kami harus memperkuat riset, dana besar

dikeluarkan untuk riset, karena kami ingin bersaing secara global berusaha agar tidak menjadi *technology follower* tetapi sebagai *technology leader*. Lima tahun silam kami masih *technology follower*, tren teknologi sepeda seperti apa, kami ikuti.

Riset kami cukup berhasil, dengan terciptanya teknologi sepeda *floating suspension two*. Teknologi ini murni temuan Polygon yang tidak dimiliki oleh produsen sepeda lainnya.

Untuk memperkuat distribusi, kami keliling Indonesia mulai dari Aceh, Medan, Sumatra, hingga Kalimantan Timur, itu pun tidak mudah, dahulu umumnya harga sepeda berkisar Rp.200.000,- sedangkan harga sepeda yang kami jual paling murah minimal Rp.500.000,- lantas kami mulai berpikir, jika hanya berfokus menjadikan sepeda sebagai alat transportasi ini akan menjadi bisnis yang berat, jadi kami mengubah pandangan bahwa sepeda harus berubah menuju ke arah gaya hidup/*life style*.

Toko sepeda yang identik dengan kotor, belepotan oli, kami ubah ke arah yang lebih bagus dengan konsep toko sepeda yang nyaman ber-AC dan rapih, juga menyediakan aksesoris tambahan yang tentunya berkaitan dengan sepeda, seperti kacamata, jaket, dan helm. Kami mulai tiga toko dengan nama 'RodaLink' di Surabaya, Jakarta, dan Singapura, kemudian menyusul Bali. Sekarang total sudah mencapai 37 jaringan RodaLink di Indonesia, lima di Singapura sejak tahun 1999, dan lima di Malaysia sejak tahun 2002.

Saat ini, Polygon telah dikenal luas di kawasan Asia dan akan terus melebarkan sayap ke kawasan lain di seluruh dunia. Bagian kesuksesan ini sangat

terkait dengan tim desain dan pengembangan kami secara global. Tim kami yang beragam dari para teknisi dan tim kreatif yang berbasis di Amerika Utara, Eropa, dan Asia ini memastikan bahwa desain kami selalu segar dan memiliki keterkaitan secara global. Selain itu fasilitas pabrik dan perakitan yang telah memenuhi standar dunia, berada di Asia Tenggara. Desain global yang berpadu dengan manufaktur kelas dunia ini telah menarik perhatian melalui para atlet dunia, seperti Tim Downhill kelas dunia Hutchinson UR Team yang bertanding menggunakan sepeda Polygon di UCI DH World Cup 2013 dan juga atlet dunia, seperti Sam Reynolds dan Yannick Granieri yang mengikuti kejuaraan *Mountain Bike Dirt Jump Freestyle* yang bertanding menggunakan sepeda Polygon.

### 3.5.3 Visi dan Misi Polygon Bikes

a. Visi

Menjadi perusahaan yang menginspirasi masyarakat dan menyediakan solusi hidup sehat melalui kegiatan bersepeda.

b. Misi

- Menyediakan produk sepeda dan kebutuhannya secara tepat dan berkualitas.
- Menginspirasi seluruh *Stakeholder* untuk bersepeda sebagai gaya hidup sehat.
- Melakukan perbaikan berkesinambungan disemua lini (*continuous improvement*)
- Tumbuh dan berkembang bersama seluruh *stakeholder*.

### 3.6 Subjek Penelitian

Hakekatnya setiap perusahaan baik yang bergerak dalam bidang pengadaan barang dan jasa ingin produk yang dihasilkan dapat diketahui, diterima, dan dibeli oleh calon konsumen. Agar calon konsumen dapat terpenuhi kebutuhan informasi tentang barang atau jasa yang ditawarkan, produsen memberikan melalui sebuah iklan. Iklan yang akan diteliti yang mempunyai keunikan dan menarik untuk diteliti adalah tayangan iklan Yannick Granieri and Sam Reynolds Visit Polygon Factory. Dengan melihat dan mendengarkan terlihat bahwa Polygon Bikes menunjukkan eksistensi dalam industri olahraga sepeda ekstrim dan mencoba memposisikan beberapa produknya dengan dua atlet sepeda *MTB Dirt Jump Freestyle* profesional ternama. Tayangan iklan tersebut bisa dilihat dengan membuka *link* sebagai berikut:

<http://www.youtube.com/watch?v=v06QsTbhKhY>