

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Bogdan dan Taylor (1975:5), mendefinisikan *metodologi kualitatif* sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan.

Sejalan dengan definisi tersebut, Kirk dan Miller (1986:9) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

Penulis lainnya memaparkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan naturalistik untuk mencari dan menemukan pengertian atau pemahaman tentang fenomena dalam suatu latar yang berkonteks khusus. Pengertian ini hanya mempersoalkan dua aspek yaitu pendekatan penelitian yang digunakan adalah naturalistik sedang upaya dan tujuannya adalah memahami suatu fenomena dalam suatu konteks khusus. Hal itu berarti bahwa tidak seluruh konteks dapat diteliti tetapi penelitian kualitatif itu harus dilakukan dalam suatu konteks yang khusus.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantitatif lainnya. Jelas bahwa pengertian ini mempertentangkan penelitian kualitatif dengan penelitian yang bernuansa kuantitatif apapun tidak perlu digunakan pada penelitian kualitatif.

Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik yang rumit. Definisi ini lebih melihat perspektif emik dalam penelitian yaitu memandang sesuatu upaya membangun pandangan subjek penelitian yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit. (Moleong, 2009:4-6)

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memakai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). (Sobur, 2003:15)

Secara etimologis, istilah *semiotik* berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Eco, dalam Sobur 2009:95). Istilah *semeion* tampaknya diturunkan dari kedokteran hipokratik atau asklepiadik dengan perhatiannya

pada simtomalogi dan dianostik inferensial (Sinsha, dalam Kurniawan dalam Sobur 2009:95). “Tanda” pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. contohnya asap menandai adanya api.

Secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Eco, dalam Sobur 2009:95). Van Zoest (1996:5) mengartikan semiotik sebagai “ilmu tanda (sign) dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya”. (Sobur, 2009:95-96)

Semiotik berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak ke luar kaidah tata bahasa dan sintaksis dan yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi, dan bergantung pada kebudayaan. Hal ini kemudian menimbulkan perhatian pada makna tambahan (*connotative*) dan arti pertunjukan (*denotative*)-kaitan dan kesan yang ditimbulkan dan diungkapkan melalui penggunaan dan kombinasi tanda. Pelaksanaan hal itu dilakukan dengan mengakui adanya mitos, yang telah ada dan sekumpulan gagasan yang bernilai yang berasal dari kebudayaan dan disampaikan melalui komunikasi. (Sobur, 2009:126-127)

Salah seorang pengikut Saussure, Roland Barthes, membuat sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda. Fokus perhatian Barthes lebih tertuju kepada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*two order of signification*) yaitu denotasi, konotasi dan mitos.

Menurut Barthes, seperti yang dikutip Fiske, menjelaskan: signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya.

Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (*myth*). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. (Fiske, 1990:88 dalam Sobur, 2009:127-128)

## **3.2 Subjek-Objek, Wilayah Penelitian, dan Sumber Data**

### **3.2.1 Subjek Penelitian**

Dalam penelitian mengenai representasi kebudayaan Betawi *video mapping* “Revitalisasi Kota Tua Jakarta” oleh PT. Sembilan Matahari, yang menjadi subjek penelitiannya adalah Video Mapping “Revitalisasi Kota Tua Jakarta”.

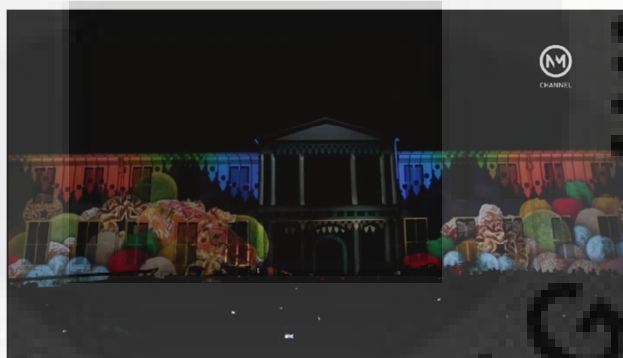
### **3.2.2 Objek Penelitian**

Dalam penelitian mengenai representasi kebudayaan Betawi *video mapping* “Revitalisasi Kota Tua Jakarta” oleh PT. Sembilan Matahari, yang menjadi objek penelitian adalah kebudayaan Betawi.



**Gambar 3.1**  
**Tari Topeng khas Betawi yang terdapat dalam *Video mapping***  
**“Revitalisasi Kota Tua Jakarta”**

**Sumber : NMChannel PT. Sembilan Matahari**



**Gambar 3.2**  
**Roti Buaya khas Betawi yang terdapat dalam *Video mapping***  
**“Revitalisasi Kota Tua Jakarta”**

**Sumber : NMChannel PT. Sembilan Matahari**



**Gambar 3.3**  
**Ondel-Ondel Betawi yang terdapat dalam *Video mapping* “Revitalisasi Kota Tua Jakarta”**

**Sumber : NMChannel PT. Sembilan Matahari**

### 3.2.3 Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor PT. Sembilan Matahari yang bertempat di Jl. Muararajeun no. 26 Bandung 40122 Telp: (022) 7200004 Fax: (022) 91690093 Email:idea@sembilanmatahari.com.

### 3.2.4 Sumber Data

Sumber data yang diperoleh untuk penelitian ini adalah melalui wawancara dari pihak PT. Sembilan Matahari sebagai produsen *Video mapping* “Revitalisasi Kota Tua Jakarta” dan orang-orang yang terlibat dalam pembuatan *Video mapping*.

## 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada dasarnya merupakan suatu kegiatan operasional agar tindakannya masuk pada pengertian penelitian yang

sebenarnya. Pencarian data di lapangan mempergunakan alat pengumpul data yang sudah disediakan secara tertulis ataupun tanpa alat yang hanya merupakan angan-angan tentang sesuatu hal yang akan dicari di lapangan, sudah merupakan proses pengadaaan data primer. (Subagyo, 2006:37)

#### 1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan sesuatu kegiatan pengumpulan data dan informasi dari berbagai sumber, seperti buku yang memuat berbagai ragam kajian teori yang sangat dibutuhkan peneliti, majalah, naskah, kisah sejarah, dan dokumen. Termasuk didalamnya adalah rekaman berita dari radio, televisi, dan media elektronik lainnya (Maryati dan Suryawati, 2006:129).

Dalam konteks penelitian ini, studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data utama yang berupa *Video mapping* mengenai “Revitalisasi Kota Tua Jakarta” yang ditayangkan pada acara Fiesta Fatahillah pada tanggal 13 Maret 2014 dan diproduksi oleh PT. Sembilan Matahari *designed film*.

#### 2. Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, yaitu suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan pada responden. Wawancara bermakna berhadapan langsung antara interviewers dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan. (Subagyo, 2006:39)

Dalam konteks penelitian ini, wawancara adalah sebagai data sekunder untuk melengkapi penelitian. Wawancara dilakukan dengan tim produksi dari *Video mapping* “Revitalisasi Kota Tua Jakarta” di PT. Sembilan Matahari *designed film*.

### 3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data, menurut Patton (1980:268) dalam Moleong 2001:103, adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Ia membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian. Bogdan dan Taylor (1975:79) mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis itu. (Moleong, 2001:103)

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data melalui studi kepustakaan yaitu mengamati *Video mapping* “Revitalisasi Kota Tua Jakarta” dan wawancara dengan tim produksi *Video mapping* yaitu dari PT. Sembilan Matahari. Kemudian Selanjutnya memproses data yang sudah didapatkan dari studi kepustakaan dan wawancara dengan merepresentasi isi *Video mapping* mengenai kebudayaan Betawi dengan pendekatan analisis semiotika signifikasi dua tahap Roland



Barthes yaitu denotasi, konotasi dan mitos. Setelah itu disimpulkan bagaimana hasil penelitian dari representasi kebudayaan Betawi dalam *Video mapping* “Revitalisasi Kota Tua Jakarta”.

### 3.5 Uji Keabsahan Data

Triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Denzin (1978) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan *sumber, metode, penyidik, dan teori*.

Triangulasi dengan *sumber* berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Patton 1987:331). Hal itu dapat dicapai dengan jalan: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan; (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Pada triangulasi dengan *metode*, menurut Patton (1987:329), terdapat dua strategi, yaitu: (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Teknik triangulasi jenis ketiga ialah dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat data kepercayaan data. Pemanfaatan pengamat lainnya membantu mengurangi kemencengan dalam pengumpulan data.

Triangulasi dengan *teori*, menurut Lincoln dan Guba (1981:307), berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Di pihak lain, Patton (1987:327) berpendapat lain, yaitu bahwa hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dinamakannya penjelasan banding (*rival explanations*). (Moleong, 2001:178-179)

### **3.6 Gambaran Umum Perusahaan**

PT. Sembilan Matahari merupakan sebuah perusahaan yang berperan sebagai *creative agency* yang berbasis di kota Bandung, PT. Sembilan Matahari didirikan oleh sekelompok alumni muda ITB Lintas bidang keilmuan.

Karya-karya PT. Sembilan Matahari yang dikemas artistik dengan nilai-nilai sosio-teknokultur akan membuat pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh target pasar.

Tujuan PT. Sembilan matahari sendiri adalah memberi kepuasan pada klien dengan secara pikiran yang mendalam, desain yang tepat, unik dan inovatif yang sesuai dengan pemikiran klien. Saat ini PT. Sembilan Matahari telah menghasilkan beberapa karya inovatif seperti film, video mapping, animasi dan beberapa karya lainnya. Pada tahun 2009, PT. Sembilan Matahari meluncurkan karya film perdananya yang berjudul Cin(T)A, film ini meraih penghargaan piala Citra untuk kategori penulis cerita terbaik.

Di tahun 2010, bertempat di museum Fatahillah, PT. Sembilan Matahari yang bekerjasama dengan pemerintahan DKI Jakarta menggelar beberapa upaya penyadaran kepada warga Jakarta tentang pentingnya ruang kreatif. Program ini berupaya menjawab tantangan pemerintah yang berencana merevitalisasi kota tua Jakarta yang bertajuk “rebut ruang kreatif mu”. Dalam proyek ini PT. Sembilan Matahari bekerjasama dengan D-fuse salah satu perusahaan *creative agency* juga yang berasal dari negara Inggris mengerjakan sebuah karya film pendek yang bercerita tentang sejarah kota Jakarta mulai dari awal berdirinya kota Jakarta hingga sekarang. Mediana pun berbeda dengan film biasa yang menggunakan layar datar karena media yang digunakan adalah museum Fatahillah.



**Gambar 3.4**  
**Logo PT. Sembilan Matahari**

### 3.6.1 Misi dan Visi PT. Sembilan Matahari

#### Misi

- a. Sembilan matahari mengembangkan berbagai potensi kreatif yang ada dalam tiap individu. Dengan tagline: *what's your bright idea?* Tiap insan Sembilan Matahari ditantang untuk terus menerus mengeluarkan ide-ide terbaik dalam setiap kesempatan.
- b. Sembilan Matahari menjalin hubungan simpul-simpul kreatif dengan berbagai kalangan baik pemerintah, komunitas nasional maupun internasional.

#### Visi

- a. Perusahaan yang mencirikan desain grafis dan film sebagai “core-business”-nya, dapat merambah dunia bisnis kreatif yang lebih luas.

### 3.6.2 Tujuan Perusahaan

Tujuan PT. Sembilan matahari sendiri adalah memberi kepuasan pada klien dengan secara pikiran yang mendalam, desain yang tepat, unik dan inovatif yang sesuai dengan pemikiran klien. Saat ini PT. Sembilan Matahari telah menghasilkan beberapa karya inovatif seperti film, video mapping, animasi dan beberapa karya lainnya. Pada tahun 2009, PT. Sembilan Matahari meluncurkan karya film perdananya

yang berjudul Cin(T)A, film ini meraih penghargaan piala Citra untuk kategori penulis cerita terbaik.

