

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan atau Paradigma Penelitian

3.1.1 Metode Penelitian Kualitatif

Pendekatan kualitatif merupakan nama yang diberikan bagi pengguna paradigma penelitian yang terutama berkepentingan dengan makna dan penafsiran. Metode ini merupakan khas ilmu kemanusiaan, namun oleh pendukung metode kuantitatif metode ini dianggap sebagai metode penelitian yang kurang objektif.

Metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang bisa diamati (Rachmiate, 2013). Metode penelitian kualitatif juga bisa disebut suatu tradisi dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam lingkungannya dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasa nyata atau istilahnya. Dalam penelitian kualitatif, realitas dianggap terbentuk secara sosial karena realitas adalah bentukan manusia.

Penelitian kualitatif sendiri memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Riset kualitatif mempunyai latar belakang alami sebagai sumber data yang langsung berhubungan dengan perisetnya.
2. Riset kualitatif bersifat deskriptif
3. Periset kualitatif lebih memperhatikan proses ketimbang hasil semata
4. Riset kualitatif cenderung menganalisis datanya secara induktif
5. Subjek yang diteliti memberikan makna hidup terhadap peneliti sehingga peneliti mampu mengenali persoalan esensinya. (Bogdan dan Biklen dalam Rachmiate, 2013)

Kualitatif adalah suatu pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti diantaranya persepsi, motivasi, perilaku dll. Menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2001:3), mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Alasan penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ini, karena peneliti ingin memaparkan makna dari sebuah fenomena di masyarakat yang tidak bisa disimpulkan melalui angka-angka. Dalam penelitian kualitatif semua data yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap sesuatu yang diteliti sehingga apapun data yang didapat tidak disimpulkan melalui persentase seperti dalam penelitian kuantitatif. Selain itu, dalam kualitatif data yang dihasilkan berupa data deskriptif, sehingga dinilai cocok dengan hasil penelitian yang ingin dicapai, yaitu berupa hasil analisa dari temuan, hasil wawancara ahli, dan teori-teori yang relevan.

Melalui penelitian ini, penulis dapat mengamati dan merasakan apa yang dialami dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara identifikasi lainnya.

Metode penelitian ini muncul karena terjadi perubahan paradigma dalam memandang suatu realitas/fenomena/gejala. Dalam paradigma ini realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang utuh, kompleks, dinamis, dan penuh makna. Para

positivis mencari fakta dan penyebab fenomena sosial, dan kurang mempertimbangkan keadaan subjektif individu.

Dalam pemahaman peneliti kualitatif, realitas alam sekalipun, dikonstruksi secara sosial, yakni, berdasarkan kesepakatan bersama. Secara sederhana (Mulyana dan Solatun, 2008: 5). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya. Sesuai dengan prinsip epistemologisnya, peneliti kualitatif lazim menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiahnya, berusaha memahani, atau menafsirkan, fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan kepada hal-hal tersebut.

Objek dalam penelitian kualitatif adalah objek yang alamiah, atau *natural setting*, sehingga metode penelitian ini sering disebut sebagai metode naturalistik. Objek yang alamiah adalah objek yang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat memasuki objek, setelah berada di dalam objek dan setelah keluar dari objek relatif tidak berubah.

Data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah data yang terjadi sesuai dengan sebagaimana adanya, bukan data yang sekedar terlihat dan terucap, tapi data yang mengandung makna dibalikinya. Dalam pengumpulan datanya pun tidak dipandu oleh teori, tetapi oleh fakta yang ditemukan saat penelitian. Oleh karena itu analisis data yang dilakukan bersifat induktif, berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori. (Sugiyono, 2008:3).

Data yang dihasilkan oleh penelitian kualitatif adalah data yang mendalam, data yang mengandung makna. Makna merupakan data yang sebenarnya, data yang pasti merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Oleh karena itu, penelitian dengan metode kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tapi lebih pada makna.

Penelitian mengenai komodifikasi dalam program “CCTV” Trans7 ini dianggap sesuai apabila menggunakan metode kualitatif, karena dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk menjelaskan secara rinci bagaimana program “CCTV” ini dianggap sebagai suatu bentuk komodifikasi, selain itu metode kualitatif yang menganggap realitas sekalipun dikonstruksi secara sosial membuat metode ini sesuai dengan program “CCTV” yang menayangkan sebuah rekaman video yang pada proses representasinya peristiwa tersebut dikonstruksi menjadi video yang menarik dan mengundang tawa.

3.1.2 Semiotika

Semiotika adalah suatu ilmu atau metodologi 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*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukan dengan mengkomunikasikan. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga

mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988:179 dalam Sobur, 2003:15)

Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi indra kita, tanda mengacu pada sesuatu diluar tanda itu sendiri dan bergantung pada pengenalan oleh penggunanya sehingga bisa disebut tanda. Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda (Littlejohn, 1996 dalam Sobur, 2003:15-16). Dengan tanda-tanda seseorang mencoba mencari sesuatu keteraturan atau keterkaitan di dunia yang masih belum jelas ini. Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika seperti kata Lechte adalah teori tentang tanda dan penandaan. Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin ilmu yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* 'tanda-tanda' dan berdasarkan pada *sign system (code)* 'sistem tanda'. (Sobur, 2003:16)

Semiotika sendiri saat ini dibedakan menjadi dua jenis semiotika, yaitu semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode, pesan, saluran komunikasi, dan acuan. Sedangkan semiotika signifikasi memberika tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu.

Semiotika mempunyai tiga bidang studi utama (Fiske, 2007:60) :

1. Tanda itu sendiri. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.

2. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dilambangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
3. Kebudayaan tempat tanda dan kode bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri.

Karena itu, semiotika memfokuskan perhatiannya terutama pada teks. Model-model proses yang linier tidak banyak memberi perhatian terhadap teks karena memperhatikan juga tahapan lain dalam proses komunikasi.

Dalam semiotika, penerima atau pembaca, dipandang memainkan peran yang lebih aktif dibandingkan dalam kebanyakan proses komunikasi lainnya. Semiotik lebih suka memilih istilah “pembaca” untuk “penerima” karena hal tersebut secara tidak langsung menunjukkan derajat aktifitas yang lebih besar dan juga pembacaan tersebut ditentukan oleh pengalaman kultural pembacnya. Pembaca membantu menciptakan makna teks dengan membawa pengalaman, sikap, dan emosinya terhadap teks tersebut (Fiske 2007:61).

Alasan peneliti menggunakan pendekatan semiotika karena berusaha mengungkapkan arti dari tanda-tanda yang diperlihatkan dalam suatu realitas yang dibangun oleh beberapa pihak. Dalam televisi sebuah realita yang dibangun dibuat sedemikian rupa agar membuat masyarakat tergoda untuk menyaksikan, dan semiotika dianggap cocok untuk meneliti tanda-tanda apa saja yang dikonstruksi oleh media.

Semiotika tidak lepas dari penandaan, hubungan antara simbol sebagai penanda dengan sesuatu yang ditandakan (petanda) sifatnya konvensional. Simbol merupakan kata atau sesuatu yang bisa dianalogikan sebagai kata yang telah

terkait dengan (1) penafsiran pemakai, (2) kaidah pemakaian sesuai dengan jenis wacananya, dan (3) kreasi pemberian makna sesuai dengan intense pemakainya. Sistem penandaan memiliki pengaruh besar, tanda dalam pandangan Pierce (Sobur 2003:17) adalah sesuatu yang hidup dan dihidupi (*cultivated*).

3.1.3 Kode Televisi John Fiske

Teknik Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Semiotika Televisi dari John Fiske. Fiske memperkenalkan konsep *The Codes of Television* atau kode-kode televisi yang bisa digunakan untuk melihat realitas yang mempengaruhi. *The Codes of Television* menunjukkan kode-kode tertentu yang kerap digunakan dan muncul pada sebuah tayangan televisi. Kode-kode tersebut sangat berkaitan dalam membentuk sebuah persepsi atau makna bagi setiap orang yang melihat tayangan dalam televisi. Teori yang dikemukakan John Fiske dalam *The Codes of Television* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kode-Kode Televisi John Fiske

PERTAMA	<p style="text-align: center;">REALITAS</p> <p>(Dalam bahasa tulis seperti dokumen, wawancara, transkrip, dan sebagainya. Sedangkan dalam televisi seperti pakaian, make-up, perilaku, gerak-gerik, ucapan, ekspresi, suara).</p>
KEDUA	<p style="text-align: center;">REPRESENTASI</p> <p>(Elemen-elemen tadi ditandakan secara teknis. Dalam bahasa tulis seperti kata, proposisi, kalimat, foto, caption, grafik, dan sebagainya. Sedangkan dalam televisi seperti kamera, tata cahaya, editing, musik, dan sebagainya).</p> <p>Elemen-elemen tersebut ditransmisikan ke dalam kode representasional yang memasukkan diantaranya bagaimana objek digambarkan: karakter, narasi, setting, dialog, dan sebagainya.</p>
KETIGA	<p style="text-align: center;">IDEOLOGI</p> <p>Semua elemen diorganisasikan dalam koherensi dan kode-kode ideologi, seperti individualisme, liberalism, sosialisme, patriarki, ras, kelas, matrealisme, kapitalisme, dan sebagainya.</p>

Sumber: Eriyanto, 2006:116

1. Level realitas

Pada level ini, realitas dapat berupa penampilan, pakaian dan make up yang digunakan oleh pemain, lingkungan, perilaku, ucapan, gesture, ekspresi, dialog dan sebagainya yang dipahami sebagai kode budaya yang ditangkap secara elektronik melalui kode-kode teknis.

2. Level Representasi

Level representasi meliputi kerja kamera, pencahayaan, *editing*, music dan suara, yang ditransmisikan sebagai kode-kode representasi yang bersifat konvensional

3. Level Ideologi

Level ini adalah hasil dari level realita dan level representasi yang terorganisir atau terkategoriikan kepada penerimaan dan hubungan sosial oleh kode-kode ideologi, seperti individualisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dll. Posisi pembacaan ada pada posisi sosial yang mana penggabungan antara kode-kode televisual, sosial, dan ideologi menjadi satu untuk membuatnya menjadi berhubungan, penyatuan rasa : untuk membuat 'rasa' dari program kita dengan cara ini kita dimajikan pada ideologi praktis diri kita, kita memelihara dan mengesahkan ideologi dominan, dan penghargaan kita untuk kesenangan yang mudah dari pengenalan akan hal yang lazim dan cukup.

Peneliti memilih kode televisi John Fiske karena dinilai sesuai dengan objek yang sedang diteliti, yakni acara televisi yang berformat audio-visual. Dalam kode televisi John Fiske dipaparkan beberapa level yang didalamnya menjelaskan elemen-elemen televisi, yaitu kamera, tata cahaya, editing, musik, dll secara detail, sehingga memudahkan peneliti dalam menganalisa setiap elemen dari objek penelitian. Selain itu, dalam kode televisi John Fiske juga menjelaskan bagaimana sistem ideologi kapitalis dalam media televisi berkembang menyesuaikan selera masyarakat.

3.2 Subjek, Objek, Wilayah Penelitian dan Sumber Data

3.2.1 Subjek

Trans7 (sebelumnya bernama TV7) adalah sebuah stasiun televisi swasta nasional di Indonesia. Trans7 berdiri dengan nama TV7 berdasarkan izin dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Jakarta Pusat dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2000 yang sahamnya sebagian besar dimiliki oleh Kompas Gramedia (KG) dan 12% dimiliki Bakrie & Brothers perusahaan konglomerat milik Aburizal Bakrie yang memiliki ANTV.

Pada tanggal 22 Maret 2000 keberadaan TV7 telah diumumkan dalam Berita Negara Nomor 8687 sebagai PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Pada 4 Agustus 2006, Para Group melalui PT Trans Corpora resmi membeli 49% saham PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Dengan dilakukannya re-launch pada tanggal 15 Desember 2006, tanggal ini ditetapkan sebagai hari lahirnya Trans7. Direktur Utama Trans7 saat ini adalah Atiek Nur Wahyuni.

3.2.1.1 Logo Trans7

Logo Trans7 membentuk empat sisi persegi panjang yang merefleksikan ketegasan, karakter yang kuat, serta kepribadian bersahaja yang akrab dan mudah beradaptasi. Birunya yang hangat tetapi bersinar kuat melambangkan keindahan batu safir yang tak lekang oleh waktu, serta menempatkannya pada posisi terhormat di antara batu-batu berlian lainnya. Perpaduan nama yang apik dan mudah diingat, diharapkan membawa TRANS7 ke tengah masyarakat Indonesia dan pemirsa setianya.



Logo Trans7 dulu



Logo Trans7 saat ini

Gambar 3.1
Logo Trans7

Sumber : Wikipedia

3.2.2 Objek

“CCTV” merupakan sebuah produk media yang didalamnya berisi tentang pemutaran berbagai macam video mengenai peristiwa-peristiwa seperti kecelakaan, kriminalitas, ulah jahil seseorang dan hal-hal yang dianggap lucu oleh orang banyak

Program ini awalnya disiarkan setiap hari sabtu dan minggu sore, akan tetapi seiring perkembangannya Program ini semakin disukai oleh masyarakat, sehingga jam tayang pun mengalami perubahan yang signifikan. Saat ini Program “CCTV” berlangsung setiap hari senin sampai minggu pukul 10:45 WIB, yang mana pada-jam-jam tersebut banyak orang sedang asik-asiknya menonton program televisi.

Terlihat memang program ini menampilkan hal-hal lucu yang patut ditertawakan, akan tetapi terkadang program ini justru menampilkan video yang sepatutnya tidak layak untuk disiarkan, seperti kecelakaan, perampokan, dan gambar-gambar lainnya. Bisa anda bayangkan bagaimana nasib para anak-anak yang masih polos dalam menyaksikan tayangan televisi, anak-anak akan

terpengaruh dengan cepat dan menganggap hal yang mengerikan sebagai hal yang patut ditertawakan.

Beberapa alasan yang dijadikan landasan dalam pemilihan objek oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Program “CCTV” mengangkat tema seputar peristiwa yang terjadi di lingkungan masyarakat sehingga dianggap bisa menarik perhatian.
2. Perubahan jam tayang yang awalnya hanya dua kali tayang dalam seminggu berubah menjadi setiap hari tayang di televisi nasional.
3. Dengan jam tayang yang relatif banyak, bisa dipastikan bahwa rating yang didapat dari acara ini cukup menjanjikan sehingga banyak pengiklan yang tertarik untuk mengiklankan produk dan jasa mereka.
4. Acara ini menjadi kontroversial karena mengemas beberapa kecelakaan, perkelahian, dan perampokan seakan-akan merupakan hal yang lucu dan layak ditertawakan
5. Program “CCTV” berbeda apabila dibandingkan dengan program televisi yang sejenis, seperti *American Funniest video* misalnya dimana format program tersebut memang dasarnya humor, sedangkan program “CCTV” memiliki format seperti edukasi atau pengingat bagi masyarakat agar lebih berhati-hati.
6. Pada program “CCTV” terdapat beberapa adegan yang dimaknai sebagai komodifikasi peristiwa.

Beberapa hal yang menarik perhatian dari program “CCTV” yang ditayangkan oleh Trans7 adalah bagaimana program ini berjalan tanpa besarnya

biaya produksi yang perlu dikeluarkan oleh media yang bersangkutan, mengingat dalam program “CCTV” ini video mengenai peristiwa yang diputar bisa didapatkan secara gratis melalui *source video* yang gratis. Selain itu program “CCTV” ini ditayangkan setiap hari dari Senin-Minggu sehingga layak diteliti kualitas dari program itu sendiri, mengingat hanya beberapa program di televisi yang ditayangkan setiap hari karena kurangnya tanggapan yang baik dari masyarakat, dengan kata lain program “CCTV” berhasil menarik perhatian masyarakat, namun belum bisa dipastikan kualitas seperti apa yang dimiliki oleh program “CCTV”.

Alasan lain dari pemilihan program ini dibandingkan program yang sejenis adalah, program “CCTV” ini memiliki niat untuk membuat orang lebih waspada dan berhati-hati, namun dalam prakteknya video yang diputar dikemas dengan lucu agar bisa menarik perhatian masyarakat. Berbeda dengan program *Amazing Funniest Video* yang memang memiliki konsep humor sehingga sudah sewajarnya segala kejadian dikemas menjadi hal yang menyenangkan. Kemudian alasan yang menjadi inti dari penelitian ini adalah banyaknya video yang bisa dimaknai komodifikasi peristiwa sehingga menarik masyarakat dan pengiklan untuk menyaksikan dan menanam modal di program ini.

3.2.3 Wilayah Penelitian

- Tempat Penelitian : Program Televisi “CCTV” Trans7
- Waktu Penelitian : Februari 2014
- Fokus Penelitian : Menjelaskan proses komodifikasi dalam tayangan “CCTV”

- Tahapan :
 - Mencari topik yang akan dijadikan fokus permasalahan
 - Membuat rencana penelitian
 - Mencari dan mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan untuk menganalisis fokus masalah yang diteliti
 - Pengolahan data berdasarkan hasil yang sudah ditemukan
 - Melakukan penulisan penelitian yang terdiri dari pengantar dan hasil penelitian yang kemudian dilakukan penarikan kesimpulan

3.2.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan sebagai data primer dalam penelitian ini adalah program televisi “CCTV” episode 6 Januari 2014 dan 9 Juni 2013. Sedangkan data sekunder yang digunakan adalah studi dari berbagai literatur dan melakukan wawancara mendalam kepada beberapa informan yang dianggap penting dan dapat memberikan penjelasan mengenai fokus penelitian yang diteliti.

Pada penelitian ini produser dari program “CCTV” yaitu Affan Mantu dan pakar media yang dalam hal ini Abdul Khaliq selaku Komisioner KPID Jawa Barat bidang isi dan konten siaran dijadikan sumber agar hasil penelitian semakin kuat dan variatif.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

- a. Sumber Data Primer, data utama didapatkan melalui proses partisipasi, pengamatan langsung (observasi) dengan cara menganalisa teks sesuai dengan objek penelitian.
- b. Data Sekunder, merupakan data pendukung yang sekaligus melengkapi data yang dihasilkan sumber primer, yang didapatkan melalui data-data dari wawancara, buku, situs internet, artikel, serta dokumentasi berita yang terkait dengan penelitian.

3.4 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini di antaranya meliputi :

1. Pengumpulan Data
2. Reduksi Data
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

3.5 Uji Keabsahan Data

Ketika melakukan penelitian dengan metode kualitatif, sudah pasti peneliti akan melakukan pencarian data dengan cara observasi langsung dan juga wawancara, akan tetapi terkadang wawancara dan observasi yang dilakukan belum tentu menghasilkan sebuah data yang akurasinya tinggi. Sedangkan sebuah penelitian membutuhkan kepercayaan dari masyarakat agar tetap eksis dan diterima sebagai suatu tinjauan penelitian.

Oleh karena itu, setelah melakukan pengumpulan dan analisis data peneliti melakukan uji keabsahan data, ada empat ikhtisar kriteria dalam uji keabsahan data yaitu, Kredibilitas, Keterangan, ketergantungan, dan kepastian (Moleong, 2001: 175). Uji keabsahan data yang dilakukan dalam penelitian ini di antaranya:

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Untuk menghasilkan penelitian yang dapat diterima dengan memperoleh tingkat kepercayaan yang besar dari masyarakat, peneliti melakukan masa pengamatan selama satu minggu penuh dengan tujuan hasil yang didapatkan lebih akurat dan bisa dipercaya. Peneliti juga tidak bolong-bolong melakukan penelitian. Dalam arti, program CCTV telah diteliti di setiap episode tanpa ada satu episode pun yang terlewat selama satu minggu penuh. Kemudian peneliti juga berkonsultasi dengan dosen dan orang yang lebih kompeten di bidangnya sehingga meminimalisir kesalahan data dan informasi yang akan disebarkan.

2. Ketekunan pengamatan

Pada tahap ini, peneliti akan mengecek kembali dengan lebih teliti apakah data yang ditemukan ketika melakukan wawancara, observasi, dan studi dokumen memiliki hubungan atau kesamaan dengan data yang disajikan dan apakah sesuai dengan kesimpulan yang telah dirumuskan. Dengan melakukan pengecekan kembali, kesesuaian antara data mentah dan data jadi akan meningkatkan presentase keakuratannya.

3. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.

