

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kritis menggunakan metodologi kualitatif dengan analisis semiotika model Ferdinand de Saussure. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data-data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2006:56).

Bogdan dan Taylor menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati (Wibowo, 2013:163).

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian yang bersifat deskriptif. Menurut Kenneth D. Bailey mengatakan bahwa penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu fenomena secara *detail* (untuk menggambarkan apakah yang terjadi) (Wibowo, 2013:163).

Dalam menganalisis penelitian ini, metode yang digunakan pada penelitian ini ialah teori semiotika dengan menggunakan model Ferdinand de Saussure. Dalam semiotika model ini, sebuah tanda terdiri dari dua yaitu penanda (signifier) dan petanda (signified).

D. Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini terbagi dua yaitu data primer dan data sekunder. Yang menjadi data primer dalam penelitian ini yaitu Iklan BNI Syariah “Hasanah Titik!” iklan tersebut dapat di ambil dari Youtube. Disamping itu juga mengambil data-data sekunder berupa Profil Iklan BNI Syariah” Hasanah Titik!” dan literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya (Kriyantono, 2006:100).

Wawancara dalam riset kualitatif disebut sebagai wawancara mendalam (depth interview) atau wawancara secara intensif (intensive-interview) dan kebanyakan tek berstruktur. Tujuannya untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam (Kriyantono, 2006:100).

Adapun wawancara dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan data data tentang nilai nilai islam dari orang yang ahli atau mempunyai pengetahuan yang lebih tentang Islam. Peneliti akan melakukan pengumpulan data-data dengan mewawancara baik kepada ustadz, guru agama, ulama atau pun orang yang yang mempunyai pengetahuan lebih tentang Islam khususnya nilai-nilai Islam. Disini peneliti melakukan wawancara pada Ustadz Ifnizar, S.H,MA, seorang ustadz atau pendakwah di kecamatan ujungbatu, kabupaten Rokan hulu, ia 7 Tahun dipondok pesantren, kemudian S1 bagian hukum Islam dan S2 juga bagian hukum Islam.

2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif. Observasi adalah *interaksi* (perilaku) dan percakapan yang terjadi di antara subjek yang di riset (Kriyantono, 2006:110).

Adapun observasi dalam penelitian ini adalah dengan melihat langsung serta mencermati setiap makna-makna yang dikemukakan pada objek penelitian

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, atau majalah dan sebagainya (Arikunto, 1993:63).

Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk memperkuat data, yakni dengan mencari dokumentasi tentang BNI Syariah “Hasanah Titik” baik itu Logo, Profil dan Iklan BNI Syariah selanjutnya juga data-data dari luar berupa jurnal, buku, data dari internet maupun dalam bentuk artikel lainnya untuk mempermudah penelitian.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Salah satu teknik paling penting dan memudahkan dalam menguji keabsahan data hasil penelitian dapat menggunakan triangulasi. Triangulasi dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan

berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu. (Sugiyono, 2011:273-274).

- a. Triangulasi sumber, triangulasi sumber yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
- b. Triangulasi teknik, triangulasi teknik yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda misalnya: data didapat dengan wawancara kemudian dicek dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner.
- c. Triangulasi waktu, triangulasi waktu yaitu data yang dikumpulkan dengan cara wawancara dipagi hari saat narasumber masih segar, belum banyak masalah sehingga akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.

Dalam penelitian ini, untuk menguji kredibilitas data tentang Nilai Islam dalam iklan, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Sumber yang peneliti ambil berupa video, dokumentasi, arsip, materi iklan dan Internet.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan Analisis Isi, dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah analisis isi kualitatif dengan menggunakan semiotika model Ferdinand de Saussure.

Semiotika pada penelitian ini peneliti menggunakan semiotika model Ferdinand de Saussure yang menggambarkan tanda. Menurut Saussure tanda terdiri dua yaitu; pertama, bunyi dan gambar (*sound and images*) disebut *Signifier* dan

keuda, konsep-konsep bunyi dan gambar (*The concepts these sound and images*) disebut *signified* (Kriyantono, 2006:69).

Menurut Alhaide (1996:2) mengatakan bahwa analisis isi kualitatif bisa disebut juga sebagai *Ethnographic Content Analysis* (ECA) yaitu perpaduan antara analisis isi objektif dengan observasi partisipan. Artinya periset berinteraksi dengan material-material dokumentasi atau bahkan melakukan wawancara mendalam sehingga pernyataan-pernyataan yang spesifik dapat diletakkan pada konteks yang tepat untuk analisis (Kriyantono, 2006:251).

Maka dari itu seorang peneliti atau periset analisis isi kualitatif harus memperhatikan sejumlah hal (Kriyantono, 2006:25) sebagai berikut:

1. Isi (*content*) atau situasi sosial seputar dokumen (pesan atau teks) yang diriset. periset harus mempertimbangkan faktor ideologi institusi media, latar belakang wartawan, dan bisnis media.
2. Proses atau bagaimana suatu produk media atau isi pesannya di kreasi secara aktual dan diorganisasi secara bersama. Misalnya bagaimana proses pembuatan makna nilai islam pada iklan BNI Syariah “hasana titik” yang tentunya sesuai dengan siapa saja tim kreatif dan editor yang terlibat, dan bagaimana realitas makna islam tadi dituangkan dalam sebuah iklan dan ditampilkan kedalam realitas media massa.
3. *Emergence*, yakni pembuatan secara gradual atau tahap tahap dari makna sebuah pesan melalui pemahaman dan interpretasi. Disini periset menggunakan dokumen atau teks untuk membantu memahami proses dan makna dari aktivitas-aktivitas sosial.