

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian *library research* dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian Kualitatif mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alami.⁵⁶

*Qualitative research is research using methods such as participant observation or case studies which result in a narrative, descriptive account of a setting or practice. Sociologists who use this method usually reject positivism and adopt a form of interpretive sociology.*⁵⁷

Sedangkan analisis semiotika Roland Barthes digunakan untuk mengetahui secara detail komodifikasi pesan dakwah pada iklan layanan Gojek.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu, baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi) yang sifat-keadaannya (“atribut”-nya) yang akan diteliti. Dengan kata lain subjek penelitian adalah sesuatu yang

⁵⁶ M. Ghony Djunaidi dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017), h. 26-27

⁵⁷ Emilia Todorova, Dimo Milev and Ivaylo Donchev, “A System Supporting Qualitative Research,” (*IJACSA International Journal of Advanced Computer Science and Applications* 5, No. 11 (2014): h. 121

didalamnya dirinya melekat atau terkandung objek penelitian.⁵⁸ Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah iklan layanan Gojek Ramadhan dengan judul “Cari Kebaikan (2019)” dan “Hikayat Sang Musafir (2020)”.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah apa yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah komodifikasi pesan dakwah dalam iklan layanan Gojek berjudul “Cari Kebaikan (2019)” dan “Hikayat Sang Musafir (2020)”.

C. Sumber Data

Menurut Moeleong, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan dari individu-individu yang akan diamati. Sedangkan data-data lainnya berupa dokumen baik itu berupa data tertulis, foto maupun statistik.⁵⁹

Terdapat dua sumber data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan menggunakan teknik dokumentasi. Data primer ini dapat diperoleh dari laman akun Youtube resmi layanan

⁵⁸ Suharsismi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), hal.184

⁵⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005) h.157

Gojek. Data tersebut adalah iklan layanan Gojek yang berjudul “Cari Kebaikan (2019)” dan “Hikayat Sang Musafir (2020)”.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dapat menjadi pendukung dalam melengkapi hasil penelitian. Data-data sekunder yang penulis gunakan berupa:

- a. Data yang diperoleh dari internet yang masih relevan dengan penelitian ini
- b. Buku-buku atau penelitian terdahulu yang berkaitan dan mendukung pembahasan yang dikaji dalam penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti terdiri dari dua, yaitu 1) Observasi adalah melakukan pengamatan secara tidak langsung dan tidak terikat terhadap objek penelitian dan unit analisis dengan menonton serta mengamati dialog-dialog serta adegan-adegan dalam iklan “Cari Kebaikan (2019)” dan “Hikayat Sang Musafir (2020)”. 2) Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data sekunder yang didapatkan dari sumber tertulis, seperti arsip, dokumen, tulisan, maupun situs yang dapat mendukung analisa penelitian.

E. Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu analisis semiotika model Roland Barthes. Semiotika memiliki potensi yang bagus

untuk menganalisis dan menginterpretasikan data dalam bentuk teks, musik, foto, video dan lain-lain.

Secara terperinci, uraian mengenai langkah-langkah analisis analisis yang diolah dari analisis semiotik yaitu:

1. Investasi data, yaitu dengan mengumpulkan data sebanyak mungkin baik yang diperoleh dari dokumentasi maupun kepustakaan.
2. Menentukan model semiotik yang digunakan, dalam hal ini peneliti menggunakan model semiotik Roland Barthes.
3. Klasifikasi data.
4. Penentuan makna Denotasi, Konotasi dan mitos pada *scene* yang mewakili pesan dakwah dalam iklan.
5. Penarikan kesimpulan terhadap data-data yang diperoleh dalam penelitian.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini akan penulis sajikan dalam lima bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan, yang di dalamnya memuat latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II Kajian Teori, yang di dalamnya memuat kerangka teoritik berupa ulasan materi seperti teori tentang komodifikasi, dakwah, semiotika serta iklan.

BAB III Metode Penelitian, uraian terkait metode yang digunakan selama berlangsungnya penelitian.

BAB IV Analisis Data Penelitian, dalam bab ini akan dimuat segala hasil penelitian terkait dengan komodifikasi dakwah dalam iklan layanan Gojek yang berjudul Cari Kebaikan (2019) dan eBadah di Rumah Aja Pakai Gojek (2020) dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

BAB V Penutup, di dalamnya merupakan rangkaian dan penulisan skripsi yang terdiri dari simpulan serta saran.