

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan metode kualitatif. Metode ini bertujuan untuk memahami fenomena, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara holistik dan deskriptif dalam bentuk kata-kata. Penelitian ini dilakukan dalam konteks alamiah dan mengandalkan berbagai metode alamiah.<sup>1</sup> Penelitian kualitatif berkaitan dengan data non-numerik yang dikumpulkan dan dianalisis secara naratif.

Menurut Soegianto, penelitian kualitatif dilakukan dengan tujuan memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang suatu fenomena melalui proses pengumpulan data yang secara menyeluruh, menunjukkan pentingnya keterperincian dan kekompleksan dalam data yang diteliti. Metode penelitian kualitatif memiliki jumlah responden yang relatif lebih sedikit daripada penelitian kuantitatif, karena fokus utama adalah pada kedalaman data yang terkumpul, bukan jumlahnya.<sup>2</sup>

Pendekatan yang dipakai untuk merespons rumusan masalah penelitian ini adalah teori hiperrealitas yang dikembangkan oleh Jean Baudrillard. Simulasi adalah proses penciptaan realitas baru tanpa yang lebih meyakinkan daripada realitas itu sendiri, sedangkan hiperrealitas merupakan pengalaman atau hasil dari proses simulasi tersebut. Singkatnya, simulasi adalah penciptaan tanda-tanda atau

---

<sup>1</sup>Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Surabaya: Zifatama Jawara, 2015), 4.

<sup>2</sup>Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif* (Medan: Wal ashri Publishing, 2020), 125.

model-model nyata yang tanpa asal-usul atau realitas: hiperrealitas,<sup>3</sup> sedangkan hiperrealitas adalah realitas semu yang tampak lebih asli daripada realitas itu sendiri atau era yang dibangun oleh tanda-tanda realitas dan simulasi terhadap sesuatu yang tidak benar-benar ada.<sup>4</sup>

## **B. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek merupakan individu atau siswa yang berperan sebagai narasumber, sementara objek merujuk pada isu yang sedang diperbincangkan, dibahas, dikaji, diteliti pada masalah atau tema yang sedang diteliti.<sup>5</sup> Subjek dari penelitian ini adalah para mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang memakai parfum Axe Harumkan Indonesia. Adapun objek penelitian ini adalah iklan parfum Axe Harumkan Indonesia yang terdapat di televisi dan diunggah ke *website* Youtube pada tahun 2019. Penayangan iklan dan pengunggahan ke Youtube sama-sama pada tahun 2019.

Ada dua jenis objek penelitian, yaitu objek material dan objek formal. Objek material merujuk pada subjek yang menjadi fokus kajian dan analisis dalam suatu ilmu, sementara objek formal mengacu pada perspektif atau pendekatan yang digunakan dalam mempelajari subjek tersebut.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini objek materialnya adalah iklan parfum Axe Harumkan Indonesia, sedangkan objek formalnya adalah analisis hiperrealitas Jean Baudrillard.

---

<sup>3</sup>Jean Baudrillard, *Simulations* (New York: Semiotext[e], 1983), 2.

<sup>4</sup>Jean Baudrillard, *Simulacra and Simulations* (Michigan: New York, 1994), 3.

<sup>5</sup>Muh. Firah & Luthfiyah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (Bandung: CV Jejak, 2017), 152.

<sup>6</sup>Lies Sudibyo, dkk, *Filsafat Ilmu* (Yogyakarta: Deepublish, 2014), 7.

### **C. Sumber Primer**

Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian tersebut. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah video iklan parfum Axe Harumkan Indonesia dan pandangan mahasiswa UIN Antasari mengenai iklan tersebut dan pengalaman mereka menggunakan parfumnya.

Video iklan ini ditayangkan pada televisi Indonesia kemudian diunggah ke *website* Youtube yang tayang pada tahun 2019 pada akun *axeindonesia*, sehingga video tersebut tetap ada dan tersimpan di *website* Youtube. Video iklan parfum Axe Harumkan Indonesia ini berdurasi 56 detik dengan latar cerita yang dibagi menjadi tiga tempat. Pertama tempat konser, kedua lapangan futsal, dan ketiga di dalam kereta api. Jefri Nichol sebagai figur dan sosok yang berpengaruh besar dalam dunia hiburan dan menjadi bintang iklan parfum ini untuk memberikan pengaruh terhadap masyarakat terhadap parfum yang ia iklankan.

Mahasiswa yang diwawancarai pada penelitian ini berjumlah 7 (tujuh) orang. Mahasiswa yang dimaksud adalah mahasiswa dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, jurusan Pendidikan Bahasa Inggris berjumlah 1 (satu) orang dan dari jurusan Pendidikan Agama Islam berjumlah 2 (dua) orang. Mahasiswa dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam berjumlah 1 (satu) orang. Mahasiswa dari Fakultas Syari'ah, jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah berjumlah 1 (satu) orang. Mahasiswa dari Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, jurusan Ekonomi Syari'ah berjumlah 1 (satu) orang. Mahasiswa dari Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, jurusan Akidah dan Filsafat Islam

berjumlah 1 (satu) orang. Besar jumlah mahasiswa tersebut ditentukan berdasarkan jumlah fakultas secara proporsional. Dari data ini, peneliti bisa mendapatkan data yang lebih beragam dan unik.

#### **D. Sumber Sekunder**

Data sekunder merujuk pada informasi yang diambil dari sumber lain dengan tujuan memperkuat data primer yang telah dikumpulkan. Data sekunder yang terdapat dalam penelitian ini melibatkan sumber-sumber seperti buku-buku, jurnal-jurnal ilmiah, sumber-sumber internet, dan referensi-referensi lain yang memiliki relevansi dengan materi penelitian yang sedang dilakukan.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti memanfaatkan metode wawancara dan dokumentasi sebagai cara untuk mengumpulkan data. Wawancara digunakan sebagai bentuk pertemuan di antara dua individu yang bertukar informasi dan gagasan melalui sesi tanya jawab. Dalam konteks penelitian ini, wawancara jenis semi-terstruktur digunakan. Jenis wawancara ini memberikan fleksibilitas yang lebih besar dibandingkan dengan wawancara terstruktur, sehingga memungkinkan pembentukan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik yang diteliti. Selain itu, wawancara jenis ini juga bertujuan untuk mendapatkan informasi dan pendapat dari pihak yang diwawancarai dengan cara yang lebih terbuka.<sup>7</sup>

Peneliti akan mewawancarai tujuh mahasiswa UIN Antasari secara mendalam yang mempunyai relevansi dengan topik penelitian ini, agar data yang

---

<sup>7</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), 114-116.

didapat lebih beragam dan unik. Wawancara tersebut dilakukan dengan tatap muka.

Peneliti memanfaatkan metode dokumentasi sebagai cara untuk mengumpulkan informasi, yang melibatkan penyelidikan terhadap catatan tertulis seperti dokumen dari buku-buku, *ebook*, dan data yang ditemukan di internet. Jenis dokumen yang dapat digunakan beragam, seperti teks tulisan, gambar, atau karya monumental yang dihasilkan oleh individu tertentu.<sup>8</sup> Peneliti mengumpulkan data, salah satunya dari *website* Youtube yaitu video iklan parfum Axe Harumkan Indonesia.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Pengolahan data dilakukan untuk mengorganisir dengan sistematis data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti wawancara, pencatatan lapangan, dan dokumen. Proses ini melibatkan pengelompokan data ke dalam kategori-kategori yang relevan, penguraiannya menjadi unit-unit yang lebih kecil, sintesis, identifikasi pola-pola, penekanan pada aspek yang penting untuk dipelajari, dan mencapai kesimpulan yang dapat dipahami oleh peneliti dan pihak lain.<sup>9</sup> Analisis yang dipakai untuk memahami data ini adalah menggunakan perspektif hiperrealitas Jean Baudrillard.

Simulasi adalah penciptaan tanda-tanda atau model-model nyata yang tanpa asal-usul atau realitas: hiperrealitas.<sup>10</sup> Dalam konteks simulasi, individu menghuni suatu ruang realitas di mana perbedaan antara yang asli dan yang semu

---

<sup>8</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 124.

<sup>9</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009). Cet.7, 244.

<sup>10</sup>Jean Baudrillard, *Simulations*, 2.

atau fakta dan yang rekayasa menjadi sangat kabur —individu menjalani kehidupan dalam ruang semu yang berwujud. Iklan parfum di televisi atau media sosial memberikan pengalaman yang lebih nyata daripada realitas sebenarnya, membantu manusia memperoleh citra diri dan tujuan hidupnya.<sup>11</sup>

Simulakra ini merupakan rekayasa yang tidak memiliki nilai keaslian atau orisinalitas. Mereka tidak memiliki referensi yang jelas dan menjadi semacam realitas palsu di mana perbedaan antara fakta dan tiruan semakin kabur.<sup>12</sup> Misalnya iklan parfum yang menciptakan halusinasi, fantasi, dengan citra-citra dan cerita yang dibangun seakan menyerupai realitas, padahal hanya semu belaka.

Dunia hiperrealitas adalah bercampurnya kenyataan dengan khayalan, rekayasa, semu, dan halusinasi, membuat perbedaan antara keduanya sukar dibedakan. Realitas diambil alih citra-citra fantasi, ilusi, simulasi, yang menghasilkan realitas yang melampaui alam, rujukan, sifat, batas; yang di dalamnya citra lebih dipercaya daripada kenyataan.<sup>13</sup>

Oleh karenanya, teknik analisis yang dipakai pada penelitian ini adalah analisis hiperrealitas Jean Baudrillard, dengan menggunakan empat tahap kuadran simulakra yang dikembangkan Baudrillard. Empat tahap tersebut adalah:

1. Citra adalah cerminan dari kenyataan.
2. Citra menyembunyikan dan mendistorsikan kenyataan.
3. Citra menyembunyikan hilangnya kenyataan.

---

<sup>11</sup> Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan* (Bandung: Cantrik Pustaka, 2020), 150.

<sup>12</sup> Medhy Aginta Hidayat, *Jean Baudrillard & Realitas Budaya Pascamodern*, 110.

<sup>13</sup> Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat*, 293.

4. Citra tidak ada hubungannya dengan realitas apa pun; citra menjadi simulakrum murni.<sup>14</sup>

Pada fase pertama, citra yang diperlihatkan bukanlah kenyataan yang sebenarnya. Kenyataan hanya dipahami melalui suatu teknik representasi. Representasi ini terkait dengan tanda dan gambar yang ada dan dipahami berdasarkan kultur dalam pertukaran bahasa dan sistem tanda atau teks.<sup>15</sup>

Pada fase kedua, memungkinkan citra untuk mengalami distorsi terhadap realitas. Tanda dan gambar tidak mengungkapkan realitas secara tepat, tetapi hanya mengisyaratkan keberadaan realitas dengan cara yang samar, tidak jelas, dan tidak dapat diringkas oleh tanda itu sendiri.<sup>16</sup>

Pada fase ketiga, pencitraan mulai memisahkan diri dari realitas. Realitas tidak lagi ditutupi atau diubah, namun benar-benar dihilangkan. Meskipun realitas dihilangkan, namun dibuat agar terlihat mirip dengan realitas.

Pada fase keempat, melibatkan perwujudan citra menjadi realitas yang nyata. Pada tahap ini, proses pencitraan sudah tidak lagi memperhatikan realitas yang ingin dicapainya. Pencitraan hanya memikirkan dirinya sendiri dan membangun realitasnya sendiri. Citra itu sendiri yang menjadi realitas: simulakrum murni, tidak ada rujukan diluar dirinya.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup>Jean Baudrillard, *Simulations*, 11.

<sup>15</sup>Iswandi Syahputra, *Rahasia Simulasi Mistik Televisi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 241.

<sup>16</sup>Medhy Aginta Hidayat, *Jean Baudrillard & Realitas Budaya Pascamodern*, 100.

<sup>17</sup>Iswandi Syahputra, *Rahasia Simulasi Mistik Televisi*, 242.