

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak bisa dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi. Penelitian kualitatif dapat menunjukkan kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, pergerakan sosial, dan hubungan kekerabatan (Ghony & Almanshur, 2012:25).

Prosedur-prosedur kualitatif memiliki pendekatan yang lebih beragam dalam penelitian akademik daripada metode kuantitatif. Penelitian kualitatif juga memiliki asumsi-asumsi filosofis, strategi-strategi penelitian, dan metode-metode pengumpulan, analisis dan interpretasi data yang beragam. Meskipun prosesnya sama, prosedur kualitatif tetap mengandalkan data berupa teks dan gambar, memiliki langkah-langkah unik dalam analisis datanya, dan bersumber dari strategi-strategi penelitian yang berbeda-beda (Creswell, 2010:258). Objek kajian dalam penelitian ini adalah postingan atau teks interaksi yang terdapat dalam media sosial Facebook, yang berarti bahwa penelitian ini bersifat tekstual. Oleh karena itu yang menjadi dasar dari penelitian ini adalah penelitian kualitatif.

B. Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini berupa *postingan* (dari Sophie Paris) dan teks-teks percakapan (antar member Sophie Paris dan dengan Sophie Paris sebagai *gatekeeper*) yang terdapat dalam media sosial Facebook, khususnya yang memuat tentang hal-hal yang berhubungan dengan komponen-komponen *brand community*, yakni *Consciousness of Kind* yang memiliki elemen *legitimacy* dan *optional brand loyalty*, *Rituals and Tradition*, yang di dalamnya terdapat *celebrating the history of the brand* (merayakan sejarah merek), dan *sharing brand stories* (berbagi cerita merek), kemudian komponen yang terakhir *Moral Responsibility* pada *brand community* Sophie Paris dalam kurun waktu dimulai dari tanggal 1 sampai dengan 28 Maret 2015. Alasan masa pengambilan data selama kurang lebih satu bulan adalah karena tidak setiap hari Sophie Paris memberikan *postingan* pada grup *brand community*-nya dalam media sosial Facebook, dan untuk setiap *postingan* serta teks percakapan yang terjadi antar member maupun dengan Sophie Paris (sebagai *gatekeeper*) tidak selalu memunculkan komponen *brand community* dan memberikan gambaran tentang pola komunikasi massa, dengan berbagai alasan tersebut, maka pengambilan data selama kurang lebih satu bulan dianggap cukup oleh peneliti untuk menemukan pola komunikasi yang terjadi dalam suatu *brand community* yang terdapat dalam media sosial Facebook serta menemukan komponen *brand community* apa saja yang muncul di dalamnya.

C. Teknik Penyediaan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode simak. Metode ini digunakan untuk memperoleh data dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa. Istilah menyimak di sini tidak hanya berkaitan dengan penggunaan bahasa secara lisan, tetapi juga penggunaan bahasa secara tertulis. Metode ini memiliki teknik dasar yang berwujud teknik sadap. Disebut demikian karena pada hakikatnya, penyimakan diwujudkan dengan penyadapan. Adapun penyadapan penggunaan bahasa secara tertulis, jika peneliti berhadapan dengan penggunaan bahasa, bukan dengan orang yang sedang berbicara atau bercakap-cakap, tetapi berupa bahasa tulis, misalnya naskah kuno, teks narasi, bahasa pada media massa dan lain-lain. (Mahsun, 2005:90-91). Data dalam penelitian ini termasuk jenis bahasa dan percakapan yang terjadi dalam media sosial (dalam hal ini adalah Facebook) yang merupakan salah satu media massa, oleh karena itu, peneliti menggunakan metode simak dengan teknik sadap yang diwujudkan dengan cara menyimak setiap *postingan* Sophie Paris dan juga teks-teks percakapan pada kolom komentar dengan cara meng-*capture* atau *screenshot*, yakni mengambil gambar yang terjadi pada layar (dalam hal ini adalah layar hp dan juga laptop) atau membuat layar menjadi gambar pada saat pengambilan data (yang dilakukan secara online).

D. Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, baik data dari wawancara, pengamatan yang

sudah tertulis dalam catatan lapangan di lokasi penelitian, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya. Data tersebut banyak sekali, setelah dibaca secara cermat, dipelajari dan ditelaah, langkah berikutnya peneliti kualitatif mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi (Ghony & Almanshur, 2012:245).

Pendekatan analisis wacana yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian wacana dengan Paradigma Struktural Fungsional. Secara umum, *Discourse Analysis* atau Analisis Wacana merupakan sebuah metode penelitian kualitatif yang berfungsi untuk menganalisis bahasa, tulisan, pidato, percakapan, baik percakapan verbal maupun non-verbal. Dengan pendekatan analisis wacana, peneliti melihat dan menganalisis apa yang ada dibalik kata dan kalimat (*text*). Dengan analisis wacana, peneliti bisa mengetahui bagaimana dan mengapa pesan dalam sebuah teks dihadirkan (Schiffrin, 2007).

Analisis Wacana Struktural Fungsional

a. Analisis Percakapan

Suatu pokok analisis percakapan adalah bahwa interaksi merupakan struktur yang terorganisasi. Struktur yang terorganisasi ini berujud generalisasi-generalisasi terhadap bagian-bagian struktur dari peristiwa-peristiwa khusus yang amat dalam, bagaimanapun juga, struktur yang dibangun sendiri oleh partisipan merupakan bukti-bukti yang menunjukkan adanya unit-unit, eksistensi pola-pola (*patterns*), dan formulasi aturan-aturan. Pada hakikatnya, analisis percakapan meneliti pola yang berulang-ulang

(*recurrent*), distribusi-distribusinya, dan bentuk-bentuk organisasi yang ada dalam pembicaraan (*talk*). Satu struktur yang ditemukan dalam pembicaraan adalah pasangan berdekatan (*adjacency pair*): sebuah rangkaian (*sequence*) ujaran-ujaran yang dihasilkan dua pasangan dengan pembicara-pembicara (*speakers*) yang berbeda, dan hal tersebut sudah disarankan pada bagian pertama dan bagian kedua. Pasangan berdekatan juga merupakan “penjelas tipe/typed” bahwa urutan bagian pertama merupakan fakta untuk bagian kedua atau batas dari bagian kedua (Schiffrin, 2007:504).

Singkatnya, analisis percakapan merupakan suatu metodologi structural untuk analisis berbicara. Aturan-aturan urutan pola yang ditemukan, bagaimanapun menampakkan ciri-ciri khusus berbicara yang digunakan oleh partisipan-partisipan untuk menyempurnakan tugas-tugas yang pada hakikatnya merupakan pusat dari organisasi berbicara, misalnya bagaimana fungsi-fungsi tersebut dapat menciptakan solusi-solusi bagi problem-problem berbicara yang selalu berulang (Schiffrin, 2007:506).

b. Analisis Wacana dan Model Komunikasi

Terdapat tiga model komunikasi yang disebutkan dalam buku terjemahan Deborah Schiffrin, *Ancangan Kajian Wacana* (2007), yakni Model Kode, Model Inferensial, dan yang terakhir Model Interaksional. Fokus pada penelitian ini adalah pada model ketiga, yakni Model Interaksional.

Model interaksional dalam komunikasi memberi pandangan pada kita tentang peranan pelaku komunikasi (pembicara dan penerima), pesan dan media, dan juga mendapat sedikit tekanan pada prinsip-prinsip intersubjektivitas. Lebih

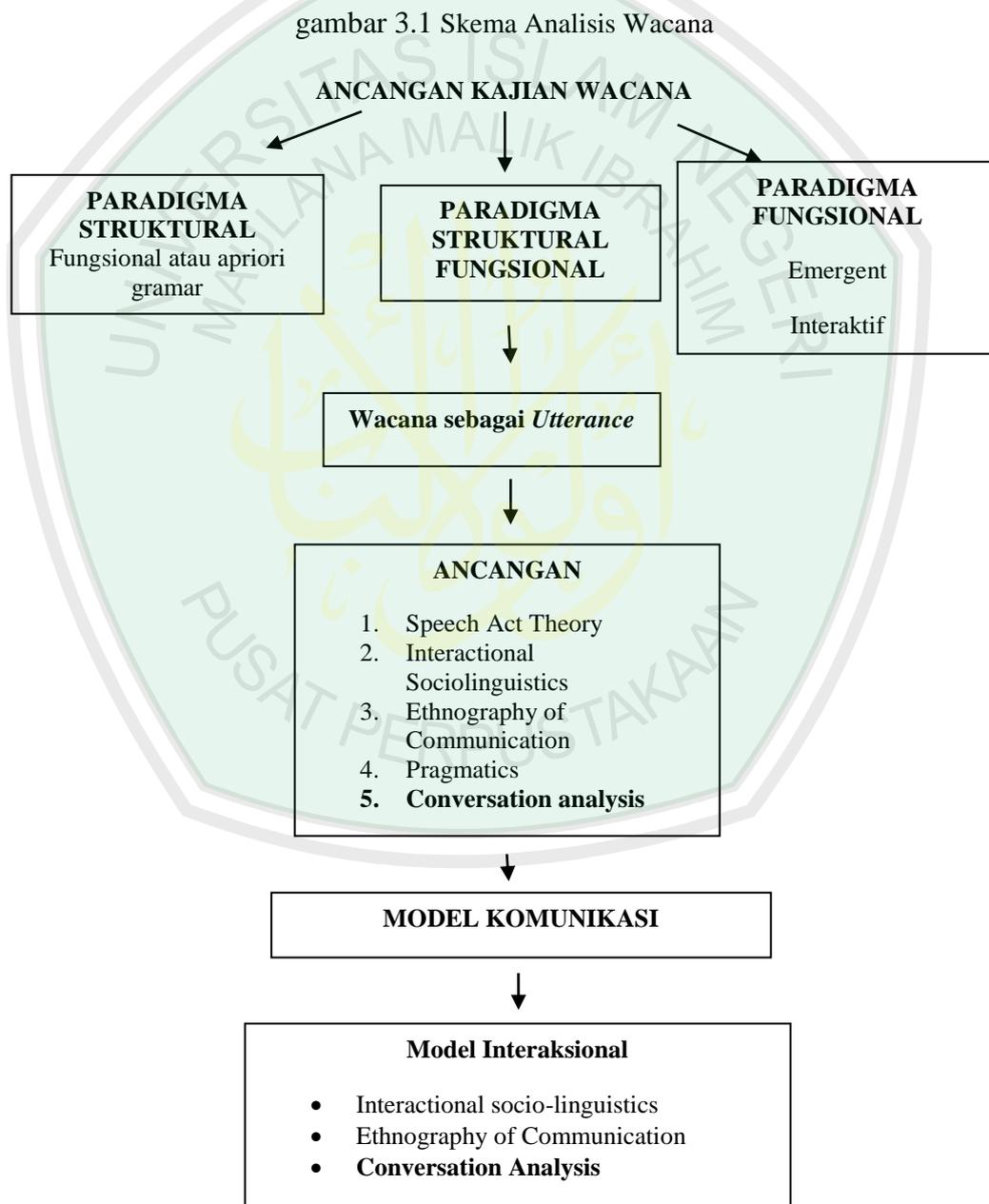
sederhanya, model ini mengasumsikan bahwa apa yang mendasari komunikasi adalah tingkah laku tanpa memperhatikan apakah tindakan tadi disengaja atau tidak. Sebagaimana kita tahu, kepercayaan ini mengubah banyak tanggung jawab komunikasi dari pembicara (seseorang yang menampilkan informasi) kepada penerima (seseorang yang menyaksikan dan menginterpretasikan informasi), pengantian semacam ini yang mengecilkan peran intersubjektivitas. Jadi, selama seseorang berada dalam situasi interaksi (selama tingkah laku dapat diamati orang lain), orang tersebut berkomunikasi/menyampaikan informasi, walaupun berusaha untuk tidak berkomunikasi, secara tidak sengaja pasti berkomunikasi (Schiffirin, 2007:599-600).

Ide dari peletakan informasi membimbing kita pada bagian penting yang lain untuk memahami model interaksional dari komunikasi, kurang begitu tergantung pada kode dan lebih tergantung pada konteks dari model kode atau model inferensial. Sebagaimana Smith (dalam Schiffirin, 2007:602) , analisis mungkin akan dimulai dengan tanda-tanda yang dikirimkan dalam bentuk kode, tetapi lebih banyak sumber informasi daripada satu tanda saja yang mempunyai efek yang penting pada tingkah laku penerima. Pengembangan deskripsi yang minimal untuk mengakomodasi sumber-sumber informasi lain yang sangat penting untuk memahami proses komunikasi.

Model interaksional dari komunikasi mendasari tiga ancangan terhadap wacana, yakni sosiolinguistik interaksional, etnografi komunikasi, dan analisis percakapan. Karena ancangan-ancangan ini yang paling

memperhatikan aspek sosial. Hal ini tidaklah mengherankan bahwa ketiganya tergantung pada model yang menyediakan konteks dengan peranan yang lebih daripada kognitif (Schiffrin, 2007:605).

Adapun secara singkat fokus dari metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.1 di bawah ini :



(Schiffrin, 2007)

E. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, adapun teknik pengolahan data akan dipaparkan dalam kerangka penelitian sebagai berikut :

- a. Tahap pertama dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan objek penelitian, yakni berupa *postingan* dan teks-teks percakapan yang terdapat dalam media sosial Facebook, yakni pada group *brand community* Sophie Paris.
- b. Selanjutnya, tahap kedua adalah dengan memilah, menganalisa, dan mendeskripsikan elemen-elemen kebahasaan yang diduga memiliki unsur berdasarkan komponen *brand community* , yakni (a) *Consciousness of Kind* yang memiliki elemen *legitimacy* dan *opotional brand loyalty*, (b) *Rituals and Tradition*, yang di dalamnya terdapat *celebrating the history of the brand* (merayakan sejarah merek), dan *sharing brand stories* (berbagi cerita merek), kemudian komponen yang terakhir (c) *Moral Responsibility*.
- c. Tahap ketiga yakni melakukan analisis dan pembahasan mengenai komponen-komponen *brand community* yang dilakukan dengan menggunakan model analisis wacana Paradigma Struktural Fungsional dan juga peng-*coding*-an data.
- d. Tahap terakhir merupakan kesimpulan atau menyimpulkan hasil analisis.