

BAB III

METODE PENELITIAN

A Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah PT. Bank Central Asia Tbk selaku pengiklan iklan BCA 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’. Secara khusus, departemen Hubungan Masyarakat BCA yang akan menjadi informan dalam penelitian ini. Pihak-pihak tersebut dijadikan sebagai subyek penelitian karena peneliti ingin mengetahui bagaimana citra perusahaan muncul dalam iklan BCA 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’. Tentunya mereka pula yang paling memahami setiap detil tentang citra yang dimiliki oleh perusahaan serta bagaimana citra tersebut ingin dikomunikasikan kepada audiens.

Iklan BCA 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’ merupakan iklan citra yang mengisahkan tentang perjalanan dan peran BCA dalam kehidupan para nasabah mulai sejak awal berdirinya hingga saat ini. Pada umumnya pembuatan iklan korporat berada di bawah naungan departemen Hubungan Masyarakat. Meskipun iklan korporat diproduksi dan dieksekusi oleh agensi periklanan, namun pesan utama yang ingin disampaikan tetap berasal dari perusahaan pengiklan yaitu BCA. Oleh karena itu, BCA merupakan subjek penelitian yang dirasakan paling sesuai dalam penelitian ini.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Metode Penelitian

C

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain (Moleong, 2010:6). Metode kualitatif ini digunakan untuk meneliti secara mendalam mengenai retorika visual dalam iklan BCA 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’. Melalui metode ini, peneliti juga ingin menganalisa secara mendalam mengenai seperti apa citra perusahaan BCA dan bagaimana citra tersebut disampaikan kepada khalayak melalui retorika visual iklan BCA 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’. Untuk menjalankan penelitian ini dibutuhkan informasi dan analisa yang mendalam, oleh karena itu metode kualitatif dirasakan lebih tepat untuk digunakan sehingga peneliti dapat menggali informasi secara mendalam dari narasumber.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Menurut Mulyana (2010:33), paradigma konstruktivis memandang bahwa manusia secara aktif mengkonstruksikan lingkungan atau mendefinisikan situasi. Pace dan Faules (dalam Mulyana, 2010:34) berpandangan bahwa realitas sebagai suatu proses kreatif yang memungkinkan individu menciptakan apa yang ada “di luar sana” atau “menciptakan keteraturan”. Dalam penelitian ini, peneliti berpandangan bahwa citra perusahaan BCA tidak serta merta terbentuk begitu saja, melainkan ada upaya manusia yang membentuk citra tersebut. Oleh karena itu, melalui penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana BCA secara aktif berperan dalam upaya mengkontruksi citra positif perusahaan melalui iklan BCA 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’. Peneliti ingin mengetahui seperti apa BCA ingin dipersepsikan oleh nasabahnya.

Adapun model dari penelitian ini adalah model studi kasus. Agus Salim (2006:118) menyatakan bahwa studi kasus merupakan pendekatan untuk mempelajari,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Insitutif Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menerangkan, atau menginterpretasi suatu 'kasus'. Kasus dalam penelitian ini adalah iklan citra uang semakin dibutuhkan oleh perusahaan untuk membentuk citra positif di mata masyarakat.

Menurut Agus Salim (2006:118), studi kasus bersifat spesifik, khusus, dan berskala lokal. Penelitian ini bersifat spesifik pada iklan BCA 55 tahun 'Senantiasa di Sisi Anda' dan dikhususkan untuk mengamati bagaimana citra perusahaan digambarkan melalui retorika visual dalam iklan tersebut. Hasil dari penelitian ini berskala lokal karena hanya akan merujuk pada perusahaan BCA saja. Namun demikian desain penelitian ini dapat digunakan untuk meneliti citra dan iklan dari perusahaan lain. Penelitian ini menggunakan model studi kasus karena tidak hanya sebatas ingin mengetahui tentang bagaimana citra perusahaan digambarkan dalam retorika visual iklan BCA 55 tahun 'Senantiasa di Sisi Anda' saja, melainkan juga ingin mengamati tentang alasan visualisasi citra tersebut dalam iklan BCA 55 tahun 'Senantiasa di Sisi Anda'.

Dalam penelitian ini, peneliti tidak hanya memaparkan makna yang terkandung dalam retorika visual dalam iklan BCA 55 tahun 'Senantiasa di Sisi Anda', melainkan juga akan menjelaskan bagaimana citra digambarkan melalui retorika visual. Peneliti akan menggali mengenai citra perusahaan BCA yang digambarkan melalui retorika visual iklan tersebut.

C. Jenis Data

1. Data Primer

Menurut Kriyantono (2008 : 41), data primer adalah yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Data primer diperoleh dari subjek



riset, yaitu departemen Hubungan Masyarakat PT. Bank Central Asia Tbk. Data ini diperoleh melalui proses wawancara bertahap. Selain itu data juga didapat melalui proses konfirmasi hasil analisis semiotika Saussure yang dilakukan oleh peneliti. Konfirmasi dilakukan kepada pihak agensi periklanan BBDO Indonesia yang memproduksi iklan 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’.

2. Data Sekunder

Kriyantono (2008 ; 42) mendefinisikan data sekunder sebagai data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Dalam penelitian ini, data sekunder merupakan berbagai bahan visual yang diperoleh dari data-data yang tersedia di internet, video, dan buku.

D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti melakukan berbagai upaya untuk dapat mengumpulkan data selengkap mungkin. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan digunakan untuk mencari literatur yang berisi teori-teori yang berkaitan dengan masalah-masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, seperti citra, retorika visual, periklanan, dan analisis semiotik. Peneliti juga melakukan studi kepustakaan untuk mencari data-data pendukung yang dapat membantu penulis dalam mengkategorisasikan dan menjabarkan elemen-elemen serta tanda-tanda yang ada dalam detil visual iklan.

Peneliti juga melakukan studi kepustakaan dengan metode bahan visual. Menurut Barthes (dalam Bungin, 2011:126), salah satu kelebihan dari bahan visual



adalah menyimpan berbagai informasi yang berguna dalam suatu penelitian. Bahan visual dapat mengungkapkan suatu keterkaitan antara objek penelitian dan peristiwa di masa silam atau peristiwa saat ini. Keterkaitan tersebut dapat diungkapkan berdasarkan makna apa yang terkandung dalam bahan visual tersebut dalam kehidupan objek dan informan penelitian saat itu dan saat sekarang. Iklan BCA 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’ banyak mengisahkan tentang perjalanan kehidupan nasabah bersama BCA pada zaman dahulu. Untuk dapat memahami tanda-tanda dalam iklan tersebut, peneliti membutuhkan bahan visual lain untuk dijadikan sebagai alat pembanding sehingga dapat diidentifikasi konsep mental dari tanda-tanda tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Observasi partisipasi pasif

Menurut Sugiyono (2010:66), observasi partisipasi pasif didefinisikan sebagai kegiatan dimana peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi untuk mengamati iklan BCA 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’, akan tetapi peneliti tidak ikut serta dalam proses pembuatan iklan tersebut. Peneliti melakukan observasi dengan cara menyaksikan tayangan iklan BCA 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’ berulang kali. Observasi dalam penelitian ini dilakukan terhadap iklan BCA 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’ untuk mengidentifikasi penanda-penanda kemudian menganalisis *signification* dari tanda-tanda tersebut.

3. Wawancara Semiterstruktur

Menurut Sugiyono (2010:73), wawancara semiterstruktur tergolong dalam *in-depth interview*. Dalam wawancara ini peneliti bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Peneliti akan banyak menanyakan tentang pendapat informan. Jenis wawancara ini dilakukan kepada *Art Director* dari agensi



periklanan BBDO Indonesia yang memproduksi iklan BCA 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’. Wawancara ini dilakukan untuk mengkonfirmasi hasil observasi dan analisis semiotik yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap iklan BCA 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’. Meskipun tujuan utama wawancara ini adalah untuk konfirmasi, namun dalam wawancara ini tidak tertutup kemungkinan peneliti akan menggali lebih lanjut mengenai pernyataan yang dilontarkan oleh informan tersebut. Oleh karena itu, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dinyatakan oleh informan.

Wawancara serupa juga dilakukan kepada *Account Director* dari BBDO Indonesia. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai citra perusahaan BCA yang ingin ditunjukkan melalui retorika visual dalam iklan BCA 55 tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’.

Pada awalnya, peneliti berencana melakukan wawancara bertahap kepada departemen Hubungan Masyarakat dari PT. Bank Central Asia Tbk. untuk mengetahui citra perusahaan yang ingin disampaikan oleh BCA. Wawancara dengan departemen Hubungan masyarakat dari PT. Bank Central Asia Tbk. rencananya dilakukan melalui *email*. Peneliti awalnya mengirimkan sejumlah pertanyaan kepada narasumber, kemudian narasumber akan membalas *email* tersebut dengan jawaban dari pertanyaan yang ditanyakan oleh peneliti. Selanjutnya peneliti akan menganalisa jawaban tersebut dan apabila ada pertanyaan yang ingin dikembangkan, peneliti akan mengirimkan lagi pertanyaan tersebut melalui *email*.

Namun demikian, pada pelaksanaan penelitian ini, peneliti menghadapi beberapa kendala. Pada awalnya, peneliti telah menghubungi pihak Hubungan Masyarakat PT. Bank Central Asia Tbk. untuk meminta izin melaksanakan wawancara. Salah seorang Humas BCA yang bertanggung jawab dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mengkoordinir mahasiswa yang ingin melakukan wawancara untuk keperluan deskripsi, menyatakan mengizinkan peneliti untuk melakukan wawancara melalui email. Peneliti diminta untuk langsung mengirimkan daftar pertanyaan, *outline* penelitian, serta surat pengantar dari universitas ke alamat email yang telah diberikan. Peneliti telah mengirimkan email sesuai yang diminta oleh Humas BCA. Akan tetapi, setelah itu peneliti tidak dapat lagi menghubungi Humas BCA tersebut. Ketika peneliti mendatangi kantor pusat BCA maupun menghubungi lewat telepon, Humas BCA tersebut selalu dinyatakan tidak berada di tempat. Email yang peneliti kirim juga tidak pernah direspon oleh pihak Humas BCA.

Melihat situasi bahwa peneliti menghadapi pihak BCA yang kurang kooperatif, maka peneliti berusaha untuk mendapatkan informasi serupa dari informan lain. Peneliti memutuskan untuk mewawancarai *Account Director* dari BBDO Indonesia. Alasan peneliti memilih *Account Director* untuk menggantikan informan sebelumnya adalah karena *Account Director* sebagai *frontliner* dari BBDO akan memiliki pengetahuan dan informasi tentang klien secara lebih lengkap. *Account Director* juga bertugas dalam menyampaikan segala informasi dari klien tersebut kepada divisi-divisi lain di dalam *advertising agency*, sehingga *Account Director* dapat juga disebut sebagai representasi dari klien.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik yang dicetuskan oleh Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2010:91), teknik analisis data dilakukan selama pengumpulan data dan setelah pengumpulan data. Selama pengumpulan data, peneliti melakukan analisis untuk menentukan apakah data tersebut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sudah cukup jenuh atau belum. Teknik analisis data berlangsung secara terus-menerus hingga tuntas, sehingga datanya jenuh. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono,2010:91), analisa data terdiri dari 3 aktivitas, yaitu :

1. *Data Reduction*

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data membantu peneliti untuk mengetahui apabila diperlukan pengumpulan data lebih lanjut.

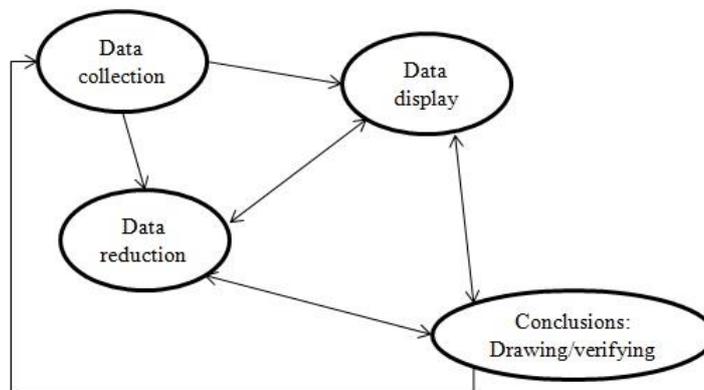
2. *Data Display*

Setelah direduksi, data kemudian disajikan agar terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga semakin mudah dipahami.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Kesimpulan yang dibuat di tahap awal dapat menjadi kesimpulan yang kredibel jika didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten. Namun apabila tidak ada bukti pendukung yang valid, maka kesimpulan awal dapat berubah.

Gambar 3.1 : *Interactive Model*



Sumber : Sugiyono (2010 : 92)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Sugiyono (2010:119), dalam penelitian kualitatif, suatu temuan dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Oleh karena itu, diperlukan beberapa pengujian untuk menentukan keabsahan dari suatu temuan tersebut. Sugiyono (2010:121) menyatakan bahwa uji validitas data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan menggunakan uji kredibilitas.

Uji kredibilitas dilakukan dengan melakukan triangulasi teknik. Mula-mula peneliti melakukan observasi serta analisis semiotik terhadap iklan BCA 55 tahun 'Senantiasa di Sisi Anda'. Peneliti akan mengidentifikasi *signifier*, *signified*, serta *external reality of meaning* dari retorika visual dalam iklan BCA 55 tahun 'Senantiasa di Sisi Anda'. Kemudian peneliti melakukan konfirmasi dengan pihak BBDO untuk memastikan kebenaran data tersebut. Proses konfirmasi dilakukan dengan cara mewawancarai pihak BBDO mengenai *signifier*, *signified*, *external reality of meaning*, serta citra perusahaan yang terdapat dalam iklan tersebut. Peneliti juga menggunakan rekaman hasil wawancara sebagai bahan referensi. Selain itu, peneliti juga melakukan *member check* dengan cara mengecek kembali data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Setelah peneliti melakukan *data display* dan menarik kesimpulan, peneliti akan menunjukkan hasil penelitian ini kepada informan untuk dicek kembali kebenarannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI BKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.