



## BAB III

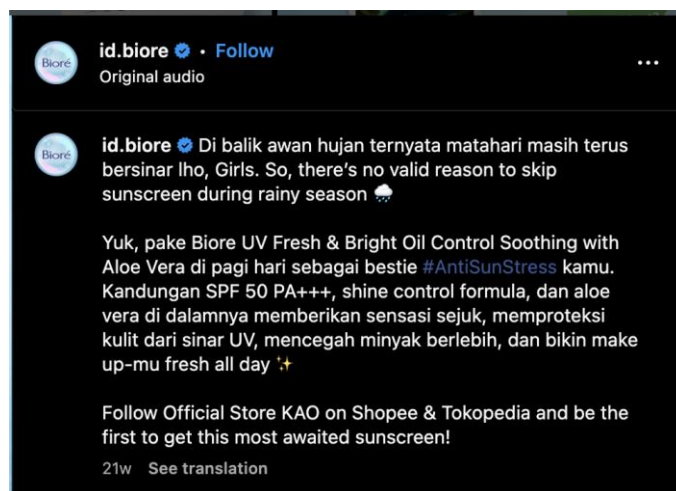
### METODE PENELITIAN

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Subjek Penelitian

Peneliti memilih kampanye sosial media *Instagram Bioré* pada produk *Sunscreen Fresh and Bright* dengan kampanye *#ANTISUNSTRESS* karena mereka ingin memahami tanda, makna, dan realitas yang terkandung dalam kampanye tersebut. Kampanye ini menarik perhatian karena penggunaan *hashtag* yang kreatif dan relevan, serta visual yang menarik, yang dapat memberikan wawasan mendalam tentang strategi komunikasi dan pemasaran di media sosial.



Sumber : *Instagram Bioré*

**Gambar 3. 1** Caption pada Instagram Post *Bioré #AntiSunStress*

Kampanye "ANTISUNSTRESS" dari *Bioré UV Fresh & Bright Oil Control Soothing with Aloe Vera* menekankan pentingnya penggunaan *Sunscreen* bahkan saat musim hujan. Meskipun cuaca berawan, sinar matahari tetap bisa merusak kulit, sehingga tidak ada alasan untuk melewatkan pemakaian *Sunscreen*. Produk ini dilengkapi dengan *SPF 50 PA+++*, formula kontrol kilap, dan kandungan *Aloe Vera* yang memberikan sensasi sejuk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*Sunscreen* ini tidak hanya melindungi kulit dari sinar *UV* , tetapi juga membantu mencegah minyak berlebih dan menjaga makeup tetap segar sepanjang hari. Dengan *tagline* "*bestie #ANTISUNSTRESS*", kampanye ini mengajak konsumen untuk menjadikan *Bioré UV Fresh & Bright Oil Control Soothing with Aloe Vera* sebagai solusi utama dalam menjaga kesehatan dan kecantikan kulit setiap hari, bahkan di musim hujan.

Dengan menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce, yang mencakup analisis *Icon*, *Index*, dan *Symbol*, peneliti akan mengeksplorasi bagaimana tanda-tanda tersebut digunakan untuk menyampaikan pesan kampanye. Analisis ini akan mengungkap bagaimana *Bioré* membangun makna dan mempengaruhi persepsi audiens tentang produk *Sunscreen* mereka. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang efektivitas kampanye sosial media dan menjadi sumber informasi berharga bagi penelitian lebih lanjut dalam bidang komunikasi dan pemasaran.

## B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif. Sugiyono (2013:8) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif, yang sering disebut sebagai metode naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi alamiah (setting alami), juga dikenal sebagai metode etnografi karena awalnya banyak digunakan untuk penelitian antropologi budaya, dan disebut metode kualitatif karena data dan analisis yang dikumpulkan lebih bersifat kualitatif. Desain penelitian ini sangat penting dalam analisis teks semiotika pada kampanye pemasaran *Instagram* merek *Bioré UV Sunscreen* .

Peneliti harus membuat cara untuk menemukan dan memahami pesan yang terkandung dalam kampanye tersebut. Dengan menggunakan rencana penelitian yang terstruktur, peneliti dapat melakukan analisis mendalam dan menyeluruh untuk mendapatkan pemahaman yang akurat tentang bagaimana audiens mempengaruhi dan



membangun makna kampanye. Dengan desain penelitian yang baik, peneliti dapat mencapai tujuan mereka dengan lebih efisien, yang memiliki dampak besar pada komunikasi dan pemasaran.

Fokusnya adalah untuk menganalisis *posting Instagram* dari kampanye pemasaran *Bioré UV Sunscreen Brand*, seperti *#ANTISUNSTRESS*. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman tentang bagaimana para peneliti dapat menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce, yang membahas tanda, objek, dan juga *Interpretant* yang digunakan oleh kampanye *Bioré UV Sunscreen*.

Dengan peneliti sebagai alat utama, penelitian kualitatif mengeksplorasi lingkungan alami. Kualitas data di atas kuantitas dalam penelitian ini. Tidak perlu mencari data tambahan jika data yang dikumpulkan cukup mendalam untuk menjelaskan tanda, objek, dan *Interpretant* dalam kampanye *Bioré* menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce.

### C. Jenis Data

Peneliti menggunakan dua sumber data untuk mendukung hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, diantaranya menggunakan:

#### Data Primer

Menurut Sugiyono (2013: 225), sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data disebut sumber primer. Kampanye *Instagram Bioré* untuk produk *Sunscreen Fresh and Bright* dengan *hashtag #ANTISUNSTRESS* adalah jenis data yang digunakan oleh peneliti.

#### Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2013: 225), sumber yang memberikan data kepada pengumpul secara tidak langsung, seperti melalui dokumen atau orang lain, disebut sebagai sumber sekunder. Data sekunder untuk penelitian ini berasal dari



buku, jurnal, dan penelitian tentang semiotika Charles Sanders Peirce.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

##### Observasi

Menurut Sutrisno Hadi (Sugiyono, 2013: 203), observasi adalah proses yang kompleks yang mencakup banyak proses biologis dan psikologis. Menurut Sutrisno, proses pengamatan dan ingatan adalah yang terpenting. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data observasi untuk mengamati secara langsung (melihat, mendengar, dan merasakan) untuk mengidentifikasi tanda, objek, dan *Interpretant* pada kampanye sosial media *Instagram Bioré* pada produk *Sunscreen Fresh and Bright* dengan kampanye #ANTISUNSTRESS.

##### Dokumentasi

Dalam penelitian, teknik dokumentasi digunakan untuk meneliti data historis karena stabil, kaya, dan informatif. Sugiyono (2013: 329) menyatakan bahwa penelitian dokumen melengkapi penelitian kualitatif dengan menggunakan observasi.

#### E. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce untuk menganalisis tanda (*Signs*), berfokus pada tanda, objek, dan interpretasi. Setelah data terkumpul, peneliti mengklasifikasikan data sesuai pertanyaan penelitian untuk memudahkan analisis. Kemudian, dianalisis menggunakan analisis semiotika Peirce untuk kampanye media sosial *Instagram Bioré* pada produk *Sunscreen Fresh & Bright*.

Analisis data dengan menggunakan teori tanda dari Charles Sanders Peirce melibatkan tiga elemen utama: tanda (*Sign*), objek (*Object*), dan *Interpretant* (*Interpretant*). Dalam kampanye pemasaran *Instagram* untuk brand *Bioré UV Sunscreen*, tanda dibagi menjadi *QualiSign*, *SinSign*, dan *LegiSign*. Objek dibagi menjadi *Icon*, *Index*,

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.



dan *Symbol*. *Interpretant* dibagi menjadi *Rheme*, *Dicent*, dan *Argumentt*. Dengan pembagian ini, analisis kampanye dapat dilakukan secara sistematis, memahami bagaimana tanda-tanda tersebut mewakili produk dan mempengaruhi interpretasi audiens.

Menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2013: 247-252), proses pada analisis data ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai data menjadi jenuh. Berikut adalah tiga aktivitas yang dapat dilakukan yaitu:

#### 1. Data Reduksi

Peneliti benar-benar mencari data yang benar-benar valid selama proses reduksi data, yang mencakup merangkum, memilih elemen penting, memfokuskan pada elemen penting, dan mencari tema dan polanya.

#### 2. Penyajian Data

Data dapat didefinisikan sebagai sekumpulan informasi yang disuSUN dengan kemampuan untuk membuat kesimpulan dan mengambil tindakan. Data direpresentasikan dalam bentuk uraian singkat, grafik, hubungan antar kategori, dan lainnya. Akan lebih mudah bagi peneliti untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah mereka pahami setelah data ditampilkan.

#### 3. Kesimpulan

Kesimpulan adalah temuan baru. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya tidak jelas atau gelap tetapi sekarang menjadi jelas setelah diselidiki.

1. Dilarang menyalin 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.