

III. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan perspektif fenomenologi. Penelitian dengan pendekatan fenomenologis berusaha untuk memahami makna dari berbagai peristiwa dan interaksi manusia di dalam situasinya yang khusus. Fenomenologi memandang perilaku manusia, apa yang mereka katakan, dan apa yang mereka tafsir terhadap dunia mereka sendiri. Tugas penelitian kualitatif adalah untuk menangkap proses tersebut, untuk itu diperlukan apa yang disebut *verstehen* oleh Weber atau pemahaman empatik (*emphaty*), dengan cara merasa berada di dalam diri orang lain yaitu kemampuan untuk mereproduksi diri di dalam pikiran orang lain, perasaan, motif yang menjadi latar belakang kegiatannya (Sutopo, 2006).

Atas dasar itu, penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pengertian atas subjeknya dari pandangan subjek itu sendiri. Penelitian dengan cara ini dimulai dengan sikap terbuka tanpa prasangka. Penelitian kualitatif dirasakan lebih cocok dan relevan dengan topik atau pembahasan yang akan diteliti karena orientasi kualitatif ini dapat mengungkapkan stigma yang berkembang di masyarakat, khususnya perempuan dari kalangan kelas menengah tentang makna cantik, dan

hegemoni teks iklan kecantikan terhadap upaya perempuan dari kalangan kelas menengah dalam upaya mempercantik diri.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian menjadi titik tolak suatu penelitian, yang memberikan batasan dalam pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2010), focus penelitian yaitu melakukan penelitian terhadap keseluruhan yang ada pada obyek atau situasi social tertentu, tetapi perlu menentukan focus atau inti yang perlu diteliti. Focus penelitian perlu dilakukan karena mengingat adanya keterbatasan, baik tenaga, dana dan waktu, serta supaya hasil penelitian lebih terfokus.

Dalam penelitian ini yang menjadi focus penelitian adalah konstruksi makna cantik yang muncul di kalangan perempuan terkait keberadaan iklan kecantikan dan bagaimana perempuan merespon serta upaya yang dilakukan dalam mempercantik diri terkait hegemoni iklan kecantikan.

C. Informan Penelitian

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive*. Dalam hal menentukan sumber data, peneliti memutuskan siapa orang (narasumber), apa dan di mana aktivitas tertentu, serta dokumen apa yang akan dikaji secara cermat sebagai sumber informasi utama yang bisa dijamin kemantapannya. Jadi informan ditentukan secara sengaja berdasarkan “penilaian” (*judgment*) peneliti mengenai siapa-siapa saja yang pantas (memenuhi persyaratan) untuk dijadikan informan.

Informan pada penelitian ini adalah perempuan dari kalangan kelas menengah dan bawah. Kelas menengah biasanya identik dengan kemewahan, banyak usaha sukses, berbelanja barang mahal dan tidak ada permasalahan dengan yang namanya uang, memilih sekolah yang berkualitas serta memiliki hobi berbiaya, jauh dari kata sengsara dan permasalahan ekonomi. Kalangan kelas menengah yang berpenghasilan di atas rata-rata UMR, selain itu kelas menengah tidak ditentukan secara kuantitatif saja, berbagai indikator kualitatif bisa digunakan seperti tingkat pendidikan bahkan tingkat wawasan pengetahuan ataupun kesadaran partisipasi politik, sedangkan kelas menengah bawah termasuk golongan yang memiliki tingkatan sosial terendah. Kehidupan mereka identik dengan kemiskinan, pendapatan tak sebanding dengan pengeluaran. Dari segi ekonomi, golongan menengah bawah memiliki kriteria yang berpenghasilan standar UMR.

Pada dasarnya, baik kelas menengah maupun bawah memiliki aspirasi yang sama terhadap suatu *trend* tertentu, perilakunya cenderung meniru gaya hidup kelas menengah atas. Hal ini dikarenakan kalangan ini memiliki responsif yang tinggi, mudah terpengaruh terhadap inovasi suatu produk. Tuntutan untuk mengikuti suatu *trend* tertentu tidak selalu mudah terpenuhi karena kalangan kelas menengah bawah ini bukannya tidak terlepas dari masalah perekonomian. yang membedakan adalah kemampuan ekonomi, oleh karena itu perempuan dari kalangan kelas menengah bawah ini memenuhi gaya hidupnya sesuai dengan daya beli, maka informan pada penelitian ini adalah kalangan perempuan dari kelas menengah dan bawah yang terdiri dari 20 orang, yaitu sebagai berikut

Tabel 1. Data Informan

No.	Nama	Umur	Latar Belakang
1	OS	22 tahun	SPG
2	SN	42 tahun	Bank keliling
3	SA	20 tahun	SPG & Mahasiswi
4	AM	17 tahun	Pelajar
5	AI	30 tahun	Pekerja di Salon
6	YN	21 tahun	Penjaga toko
7	PR	30 tahun	Guru
8	IR	21 tahun	Pekerja
9	ES	30 tahun	Pedagang Onlineshop
10	VN	43 tahun	Ibu rumah tangga
11	FR	29 tahun	Pegawai Bank
No.	Nama	Umur	Latar Belakang
12	YR	46 tahun	Dosen
13	PT	30 tahun	Pegawai Bank
14	CL	36 tahun	Pengusaha
15	HS	37 tahun	Dosen
16	SR	22 tahun	Mahasiswi
17	DS	23 tahun	Karyawan BUMN
18	CN	22 tahun	Mahasiswi
19	US	28 tahun	Assisten Manager
20	DW	35 tahun	Dosen

D. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif terdiri dari beragam jenis, bisa berupa manusia, peristiwa dan tempat atau lokasi, benda serta dokumen atau arsip. Beragam sumber data tersebut menuntut cara atau teknik pengumpulan data yang diperlukan untuk bisa menjawab permasalahannya (Sutopo, 2006).

Dalam penelitian ini ada beberapa alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Alat pengumpulan data tersebut berfungsi saling melengkapi akan data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni : (1) wawancara mendalam (*in-depth interviewing*) (2) observasi, (3) dokumentasi.

1. Teknik wawancara mendalam

Wawancara mendalam yaitu cara pengumpulan data dengan mengadakan wawancara mendalam melalui informan kunci yang memahami situasi dan kondisi objek penelitian. Wawancara dilakukan dengan pertanyaan terbuka dan mengarah pada kedalaman informasi serta dilakukan dengan cara yang tidak terstruktur.

2. Teknik observasi

Melakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap hal yang dianggap berhubungan dengan objek yang diteliti, atau hal yang berkaitan dengan masalah penelitian. Pengamatan terhadap objek penelitian dilakukan sebelum proposal ini dibuat dan selama penelitian ini berlangsung sampai dengan selesai.

3. Dokumentasi

Peneliti berusaha mengumpulkan data yang diperoleh dari observasi dan wawancara berupa foto, catatan, buku, agenda dan sebagainya.

E. Teknik Analisis Data

(Miles dan Huberman, 1984 dalam Sutopo, 2006) ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif yaitu (1) reduksi data (2) sajian data (3) penarikan kesimpulan serta verifikasi.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan komponen pertama dalam analisis yang merupakan proses penggolongan, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi dari semua jenis informasi yang tertulis lengkap dalam catatan lapangan. Proses ini berlangsung terus sepanjang pelaksanaan penelitian. Peneliti membaca seluruh hasil catatan dilapangan atas statemen atau pernyataan yang dikemukakan oleh para informan.

Uraian makna itu sendiri memperlihatkan tema-tema makna yang menunjukkan kecenderungan arah jawaban atas pengertian yang dimaksudkan oleh para informan. Seperti statement makna cantik yang dikemukakan oleh para informan terdiri dari beberapa tema, lalu pernyataan tersebut digolong-golongkan menjadi topik tertentu. Selanjutnya peneliti akan mencari kata yang paling deskriptif untuk topik-topik. Hasil akhirnya didapatkan bahwa makna cantik terdiri dari beberapa topik, yaitu cantik itu punya kulit putih, pintar dandan, punya kepribadian baik, pintar, menarik, langsing, bersih, ataupun sehat, makna cantik beragam sesuai

dengan persepsi masing-masing informan, begitu juga dilakukan reduksi data sedemikian rupa pada data yang lain terkait dengan penelitian.

2. Penyajian Data

Sajian data ini disusun berdasarkan pokok-pokok yang terdapat dalam reduksi data, dan disajikan dengan menggunakan kalimat dan bahasa peneliti yang merupakan kalimat yang logis dan sistematis sehingga mudah dibaca dan dipahami.

3. Penarikan simpulan dan verifikasi

Simpulan dilakukan sampai waktu proses pengumpulan data berakhir. Simpulan perlu diverifikasi yang merupakan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan dan penelusuran data kembali. Tiga komponen tersebut harus ada (dibuat/dikembangkan), dan selalu terlibat dalam proses analisis, saling berkaitan, serta menentukan arahan isi dan simpulan, baik yang bersifat sementara maupun simpulan akhir sebagai hasil analisis akhir (Sutopo, 2006).

Jadi tahapan-tahapan analisis data pada penelitian ini dilakukan analisis domain, analisis taksonomi, analisis komposional, kemudian analisis tema kultural.

a. Analisis Domain

Domain atau kategori simbolik dari kecantikan antara lain perempuan, produk-produk kecantikan, iklan kecantikan, dan faktor eksternal yaitu lingkungan. Analisis domain pada penelitian ini terkait iklan kecantikan, mengandung pesan-pesan persuasif dan iklan kecantikan umumnya bersifat hyperreality. Iklan

kecantikan memberikan pencitraan terhadap suatu produk yang ingin dijual, tubuh perempuan sebagai tanda dari simbol-simbol yang mengonstruksi makna cantik dan mempengaruhi perilaku perempuan dalam mempercantik diri.

b. Analisis Taksonomi

Teknik ini terfokus pada domain-domain tertentu, domain perempuan dijadikan sub domain lagi yang lebih memfokuskan pada perempuan kelas menengah dan bawah, terkait dengan iklan kecantikan, produk-produk iklan kecantikan difokuskan lagi pada produk kecantikan pemutih, karena pada dasarnya stereotip yang berkembang di dalam masyarakat beranggapan bahwa seseorang perempuan memiliki nilai lebih ketika memiliki kulit yang putih.

c. Analisis Kompensional

Hasil observasi peneliti terhadap fenomena perempuan yang ingin memiliki kulit putih terdapat hubungan yang saling mendukung dengan hasil wawancara. Hasil wawancara menyimpulkan bahwa memang mayoritas perempuan ingin memiliki kulit putih.

d. Analisis Tema Kultural

Hubungan-hubungan yang terdapat pada domain-domain yang dianalisis akan menampakkan ke permukaan tema-tema budaya, dari hasil penelitian di temukan budaya yang muncul yaitu budaya yang mengagung-agungkan putih, putih yang dianggap memiliki nilai hirarkis. Dipandang lebih baik dibandingkan dengan hitam atau coklat, dan budaya instan, hal ini dipengaruhi oleh iklan kecantikan yang

seringkali mengonstruksi pikiran perempuan bahwa menjadi cantik itu sangat mudah dan instan.

F. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2010). Oleh karena itu dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan data yang dilaporkan peneliti dengan data dilapangan.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data yang ada (Moleong, 2002:178).

Dalam penelitian ini teknik triangulasi dilakukan dengan :

- a. Membandingkan data hasil observasi dengan data hasil wawancara Peneliti menggunakan data pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Hasil wawancara didukung dengan adanya rekaman wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan secara pribadi dengan yang dikatakan di depan umum. Peneliti membandingkan pernyataan informan penelitian yang dikatakan secara pribadi, dengan pernyataan informan penelitian yang dikatakan di depan umum, mengenai persepsi cantik dan respon dalam memaknai keberadaan iklan kecantikan. Dalam tahap ini peneliti mewawancarai dalam dua bentuk dengan orang yang sama. Yang pertama

secara personal, dan yang kedua dengan berkelompok. Temuan di lapangan hampir semua pertanyaan dijawab sama.

- c. Membandingkan hasil wawancara dengan teori Peneliti mencoba membandingkan hasil wawancara dengan teori yang digunakan dalam penelitian. Bahan referensi dapat juga berupa buku-buku referensi, berfungsi untuk membantu peneliti dalam penyusunan penelitian. Buku-buku referensi ini adalah buku-buku yang berhubungan dengan hegemoni, iklan kecantikan dan perempuan.