

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan landasan paradigma interpretatif. Pemilihan paradigma ini didasarkan pada pandangan bahwa realitas sosial bersifat dinamis, kompleks, dan tidak dapat diukur secara pasti (Sugiyono, 2013). Oleh karena itu, realitas sosial ini bersifat dinamis artinya selalu berubah-ubah seperti subjek penelitian atau objek formal dalam penelitian ini yang terus mengalami perkembangan. Adapun objek formal yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemikiran feminis Naomi Wolf mengenai gagasan “Mitos Kecantikan”. Gagasan filosofis tersebut memiliki konstruksi intelektual yang kompleks dan mencakup penggambaran makna yang luas sehingga perlu adanya pemahaman dan penafsiran mendalam. Selain itu, pendekatan kualitatif juga digunakan untuk menggali berbagai informasi yang terkandung dalam karya-karya Naomi Wolf agar bisa menafsirkan pemikirannya secara utuh.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis Wacana Kritis atau *Critical Discourse Analysis* (CDA). Analisis wacana kritis adalah sebuah metode yang digunakan untuk menganalisa bagaimana wacana diproduksi oleh dominasi sosial lewat hal-hal yang termuat, mulai dari percakapan, teks, ataupun semua unsur yang terkandung di dalam wacana (Haryatmoko 2016). Peneliti menggunakan analisis wacana kritis seorang tokoh Teun Adriaans van Dijk sebagai model analisis yang digunakan untuk membedah iklan media massa. Adapun kajian objek material dalam penelitian ini adalah konstruksi industri konsep cantik yang termuat dalam video iklan produk makeup Barebloss Indonesia.

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka atau yang biasa dikenal dengan *library research*. Metode studi pustaka ini digunakan peneliti

untuk mendalami pemikiran Naomi Wolf tentang kritik yang dilontarkan pada mitos kecantikan. Adapun usaha yang ditempuh peneliti dalam menganalisis berbagai sumber dan informasi yang relevan, dituangkan dalam proses mencari, mengumpulkan, membaca, dan mencatat topik penting yang berkorelasi dengan subjek penelitian pada data kualitatif. Karena data yang dikumpulkan bersifat deskriptif bukan berbentuk, numerik, hitungan, ataupun angka, tetapi data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, kalimat, dan gambar (Sugiyono, 2013, p. 13). Maka penelitian yang diperoleh dari pandangan Naomi Wolf terhadap kritik konstruksi industrial konsep cantik akan diuraikan dalam bentuk ungkapan dan argumen.

Pengumpulan data kualitatif dapat dilakukan melalui beberapa cara diantaranya dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi atau gabungan ketiganya (Sugiyono, 2013). Tepatnya data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui analisis dokumen, baik berupa karya-karya asli ataupun tulisan dari Naomi Wolf dan video iklan produk makeup Barenbliss Indonesia, berikut sumber data penelitian:

1. Data Primer

Data primer didapatkan dari pembacaan karya dan tulisan tokoh yang diangkat dalam penelitian. Adapun sumber utama yang menjadi rujukan penelitian ini adalah Iklan video yang diunggah dalam akun Youtube Barenbliss Indonesia dengan judul “Barenbliss My K-Beauty, My Style! #beautyinjoy”. Video ini diunggah pada tanggal 21 Desember 2021, dengan lama durasi 1 menit dan sudah ditonton sebanyak 785.660 kali (Barenbliss, 2021).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang didapatkan dari sumber data tidak langsung yang berkaitan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, ada sejumlah literatur yang digunakan dan didapatkan yang termuat dalam beberapa sumber ilmiah seperti buku, artikel jurnal, skripsi, tesis, disertasi dan tulisan lain yang berkenaan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, sumber kedua yang

digunakan sebagai data pendukung adalah buku karya Naomi Wolf dengan judul “Mitos Kecantikan, Kala Kecantikan Menindas Perempuan” cetakan pertama yang diterjemahkan oleh Alia Swastika dari buku “*The Beauty Myth; How Images of Beauty Use Against Women*” Perennial, New York, 2002. Buku terjemahan tersebut diterbitkan oleh Niagara bulan Agustus tahun 2004.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dokumentasi. Dokumen adalah sebuah catatan rangkaian peristiwa yang sudah berlalu yang termuat dalam tulisan, gambar, atau karya bersejarah lainnya dari seseorang (Sugiyono, 2013, p. 240). Proses pengumpulan data yang ditempuh dalam penelitian adalah dengan cara mengeksplorasi tulisan dan memilah video iklan yang akan diteliti dan berkaitan dengan topik penelitian. Menurut Syafrida (Sahir, 2022) ada dua langkah utama dalam dokumentasi yaitu mengelompokkan data dan membuat variabel untuk informasi yang dikumpulkan. Dalam penelitian ini, pengelompokan data dilakukan secara sistematis dengan mengumpulkan sumber data primer dan sumber data sekunder. Selanjutnya peneliti membuat variabel dengan menulis detail spesifik yang ada pada sumber data primer dan sumber data sekunder, terutama argument atau ungkapan yang tertuju pada fokus objek penelitian.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahapan paling krusial yang ada dalam tahapan penelitian karena data yang terkumpul harus mendukung tujuan penelitian dan bisa menjawab pertanyaan penelitian. Syafrida (Sahir, 2022, p. 47) berpendapat bahwa analisis data kualitatif lebih kompleks daripada kuantitatif. Hal ini menuntut peneliti untuk menguasai teori agar interpretasi yang dihasilkan berdasarkan pada pengetahuan ilmiah dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik, bukan sekadar pandangan subjektif.

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menempuh langkah-langkah sistematis yang digunakan untuk menganalisis iklan video makeup yang

termuat dalam akun Youtube Barenbliss Indonesia dengan judul “Barenbliss *My K-Beauty, My Style! #beautyinjoy*”. Analisis data yang digunakan untuk membedah struktur dan wacana yang termuat dalam iklan makeup tersebut, menggunakan kerangka analisis wacana kritis model seorang tokoh bernama Teun Adrianus van Dijk. Ia adalah seorang direktur *Centre of Discourse Studies* kerkebangsaan Belanda yang lahir pada tanggal 7 Mei 1943 di Naaldwijk. Van Dijk merupakan salah satu plopopor bidang CDA (*Critical Discourse Studies*) dan dikenal sebagai tokoh utama dalam paradigma sosiokognitif (kognisi sosial). Paradigma ini pada dasarnya menerangkan bahwa korelasi antara wacana dan masyarakat dimediasi secara kognitif (Umam, 2009). Secara praktis, analisis wacana kritis yang digagas oleh Van Dijk digambarkan dalam tiga dimensi yakni, teks, konteks, dan kognisi sosial (Dijk, 2004).



Gambar 3. 1 Tiga Dimensi Teori Analisis Wacana Van Dijk

Berikut disajikan langkah-langkah sistematis dalam proses analisis data dalam kerangka teori analisis wacana kritis model Van Dijk dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

1. Analisis Teks

Analisis teks terdiri dari tiga tingkatan utama dalam sebuah wacana yaitu (1) struktur makro, (2) super struktur, dan (3) struktur mikro. Struktur makro adalah

struktur bagian paling global dalam sebuah teks, struktur ini dapat dilihat dengan mengamati topik atau tema yang ditekankan dalam. Kedua superstruktur yakni kerangka sebuah teks, tingkatan ini menggambarkan bagaimana bagian-bagian dari sebuah teks tersusun dalam wacana secara utuh, dimulai dari pendahuluan, isi, dan penutup. Ketiga struktur mikro yaitu tingkatan paling kecil dari sebuah teks bisa berupa semantik yakni tanda atau lambang (latar, detil, maksud), sintaksis yakni pola-pola yang digunakan dalam kalimat (koheresi, kata ganti, bentuk kalimat), stilistik atau style (cara seseorang menyampaikan sesuatu lewat bahasa), retorik yakni gaya yang diungkapkan ketika berbicara atau menulis (grafis, metafora, ekspresi) (Umam, 2009, pp. 52–56). Ketiga tahapan analisis teks tersebut akan dilakukan pada keseluruhan teks iklan “Barenbliss *My K-Beauty, My Style! #beautyinjoy*”. Hal tersebut dilakukan guna memahami dan menangkap semua wacana yang termuat dalam iklan, baik teks yang terlihat secara fisik maupun wacana teks yang tersembunyi.

2. Analisis Kognisi Sosial

Analisis kognisi sosial adalah tahap analisis kedua yang dilakukan untuk mengetahui wacana apa yang ingin disampaikan oleh penulis maupun pemeran wacana khususnya aktor dalam pemeran iklan makeup Barenbliss. Tahap kedua ini bisa diperoleh dengan memahami kondisi pengalaman baik penulis maupun pemeran iklan makeup Barenbliss guna mendapatkan informasi kunci terkait pengalaman sosial apa yang ingin dibagikan dalam produksi iklan tersebut. Dengan demikian informasi tersebut dapat membongkar relasi kuasa dan dominasi yang diproduksi wacana. Sehingga, hasil yang nantinya akan diperoleh akan memperjelas bagaimana suatu wacana diproduksi dan konteks apa yang mempengaruhinya. Dalam pendekatan ini dijelaskan bahwa pendekatan kognitif berdasar pada asumsi bahwa teks tidak mempunyai makna melainkan makna diberikan oleh kesadaran mental pengguna bahasa (Dewi, 2015, pp. 44–45).

3. Analisis Konteks

Analisis konteks adalah bagian yang menegaskan bahwa analisis wacana kritis sangat berperan penuh dalam lingkup sosial. Karena wacana bergerak dan berkembang sebagai alat pemicu fenomena sosial. Pada tahap ketiga ini, analisis konteks yang akan dilakukan dalam penelitian adalah dengan cara melihat bagaimana iklan makeup Barenbliss saat diterima dan dipandang oleh masyarakat. Hal ini berguna dalam melihat secara keseluruhan bagaimana wacana, khususnya iklan makeup Barenbliss dipandang, dimengerti, dan berkembang di norma masyarakat. Van Dijk menyatakan bahwa konteks adalah sesuatu yang melingkupi teks sampai teks tersebut dapat dipahami secara komprehensif (Dewi, 2015, pp. 41–44).

Semua langkah di atas, ditempuh sebagai upaya pembuktian konkret adanya konstruksi konsep kecantikan yang dibuat industrial dalam struktur wacana iklan makeup “Barenbliss *My K-Beauty, My Style! #beautyinjoy*”. Kemudian hasil daripada temuan dari analisis wacana kritis yang telah dilakukan dalam membedah iklan makeup Barenbliss, akan disintetiskan dengan kritik dari perspektif Naomi Wolf dalam kerangka teori mitos kecantikan. Maka dapat disimpulkan, teknis analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini pertama, analisis wacana kritis model Van Dijk khusus digunakan untuk membaca iklan, sementara pemikiran Naomi Wolf khusus digunakan untuk menganalisis isi atau *library study*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Biografi Naomi Wolf

Naomi Rebekah Wolf adalah seorang penulis dan jurnalis Amerika Serikat. Ia merupakan seorang penasihat pejabat politik yang lahir di San Francisco pada tanggal 12 November tahun 1962. Wolf dibesarkan dari keluarga Yahudi, ayahnya Goleman Wolf adalah seorang professor Bahasa Inggris sedangkan ibunya Deborah Goleman Wolf adalah seorang antropolog dan penulis. Ia memiliki seorang saudara kandung bernama Aaron dan saudara tiri bernama Julius. Selain itu, Wolf memiliki dua orang anak Rosa dan Joseph dari suaminya yang bernama David Shipley yang merupakan seorang penulis pidato politik namun keduanya bercerai pada tahun 2005. Kemudian Wolf menikah dengan seorang detektif swasta bernama Brian O'Shea pada tahun 2018.

Riwayat pendidikan Naomi Wolf dimulai dari saat ia mengenyam bangku pendidikan di *Lowell High School*. Kemudian ia melanjutkan studinya di *Yale University* pada jurusan sastra inggris dan berhasil mendapatkan gelar Sarjana Seni (B.A.) dalam Sastra Inggris dari *Yale University* pada tahun 1984. Pada tahun 1985-1987 Wolf mendapatkan gelar master dan menjadi *Rhodes Scholar di New College, Oxford University*. Selama kehidupannya di Oxford, Wolf banyak mendapatkan seksisme mentah, kesombongan terang-terangan dan antisemitisme biasa. Selain pengalaman tersebut Wolf juga sedang mengalami kesulitan dalam tesis doktoralnya yang ingin membahas teori feminisme. Pada tahun 2015 Wolf kembali ke Oxford untuk menyelesaikan gelar doktornya dalam sastra inggris. Kemudian dalam pengerjaan tesisnya, Wolf dibimbing oleh Stefano Evangelista dari Trinity College yang tanpa direncanakan, tesis inilah yang menjadi cikal bakal atas dasar pemikirannya dalam buku *Outrageous: Sex, Censorship, and The Criminalization of Love* (2019).