

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode analisis isi (konten). Pendekatan kualitatif dipilih karena fokusnya bukan pada angka atau statistik, melainkan pada pemahaman mendalam tentang bagaimana elemen visual seperti warna, simbol, dan narasi digunakan untuk menyampaikan pesan persuasif. Melalui analisis isi, peneliti dapat mengumpulkan video-video iklan rokok dari YouTube, kemudian menguraikan dan menafsirkan setiap elemen visual yang ada.

Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola dan strategi komunikasi yang dominan, seperti penggambaran gaya hidup mewah, penggunaan simbol kebebasan, atau *storytelling* yang menargetkan audiens tertentu. Dengan demikian, penelitian ini dapat mengungkap makna tersembunyi dan taktik yang digunakan dalam iklan rokok, memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang cara mereka memengaruhi penonton di media sosial.

Metode penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan ilmiah yang digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah, di mana peneliti adalah instrumen kunci. Penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam, melalui pengumpulan data yang bersifat deskriptif, seperti kata kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati, serta perilaku mereka yang dapat diamati.¹

Pendekatan kualitatif lebih menekankan pada makna (meaning), pengalaman subjektif, pemahaman terhadap realitas sosial, serta konteks di mana suatu peristiwa terjadi. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berusaha memahami realitas dari perspektif subjek yang diteliti (emic perspective), bukan dari sudut pandang luar atau peneliti sendiri (etic perspective).

B. Penjelasan Judul Penelitian

Judul penelitian ini mengkaji bagaimana industri rokok menggunakan elemen visual untuk mempromosikan produk mereka di platform YouTube. Penelitian ini berfokus pada analisis mendalam terhadap komponen visual seperti warna,

¹ Andi, Mohammad, dan Diterbitkan, *Buku Ajar Komunikasi Visual*
Penulis: Nur Maghfirah Aesthetika Poppy Febriana.

simbol, tipografi, dan komposisi yang dirancang untuk menyampaikan pesan persuasif. Alih-alih mengandalkan pesan verbal yang sering dibatasi oleh regulasi, iklan-iklan ini secara strategis memanfaatkan citra untuk mengasosiasikan rokok dengan gaya hidup tertentu, seperti kebebasan, petualangan, atau kesuksesan.

Penelitian ini juga mempertimbangkan karakteristik unik YouTube, seperti format video dan fitur interaktifnya, yang memungkinkan pengiklan untuk menargetkan audiens secara lebih efektif. Dengan demikian, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk membongkar pesan terselubung dalam iklan rokok dan memahami bagaimana taktik visual tersebut dapat memengaruhi persepsi, terutama di kalangan audiens muda yang aktif di media sosial. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan penting tentang strategi komunikasi visual yang digunakan industri, serta implikasinya terhadap regulasi periklanan di era digital.

C. Waktu dan lokasi penelitian

1. Tempat penelitian

Lokasi penelitian ini bersifat virtual atau online, karena data utama yang diteliti adalah konten digital yang berada di mediasocial YouTube.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian dari bulan Oktober sampai November 2025

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini data Komunikasi Visual Dalam Iklan Rokok Di Media Sosial Youtube. Sumber data penelitian terdiri dari sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung oleh peneliti dari objek yang diteliti. Data primer berupa tayangan video iklan rokok yang diunggah pada platform YouTube melalui akun resmi @ayosehat.kemkes dengan durasi kurang lebih 31 detik. Video iklan tersebut dijadikan sebagai sumber utama dalam penelitian karena memuat berbagai unsur komunikasi visual yang relevan

dengan fokus kajian. Data primer yang dianalisis meliputi elemen-elemen visual yang terdapat dalam iklan, seperti gambar atau ilustrasi, warna, tipografi, simbol, ikon, komposisi visual, serta visual bergerak dan animasi. Setiap elemen visual tersebut diamati dan dianalisis untuk mengungkap makna pesan yang disampaikan melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce, khususnya pada klasifikasi tanda ikon, indeks, dan simbol. Dengan demikian, data primer dalam penelitian ini bersumber langsung dari konten visual iklan rokok yang menjadi objek penelitian, tanpa melibatkan responden atau pengukuran kuantitatif, melainkan difokuskan pada pemaknaan tanda-tanda visual yang terdapat dalam iklan tersebut.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder berfungsi sebagai fondasi teoretis dan kontekstual yang mendukung analisis data primer. Data ini didapatkan dari

berbagai sumber yang sudah ada sebelumnya. Penelitian akan merujuk pada jurnal ilmiah dan buku yang relevan dengan topik semiotika, komunikasi visual, dan perilaku konsumen untuk membangun kerangka teori yang kuat. Selain itu, regulasi dan kebijakan pemerintah, seperti peraturan mengenai iklan rokok dari KPI atau Kementerian Kesehatan, akan menjadi sumber data sekunder yang penting untuk menganalisis batasan etika dan hukum. Laporan dari lembaga riset, data statistik, serta artikel berita juga akan digunakan untuk memperkaya konteks dan memberikan gambaran yang lebih luas mengenai tren dan dampak periklanan rokok di media digital. Dengan menggabungkan kedua jenis data ini, penelitian dapat menghasilkan analisis yang mendalam, valid, dan komprehensif.²

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian dengan judul “Komunikasi Visual dalam Iklan Rokok di Media Sosial YouTube”, teknik pengumpulan data dilakukan melalui empat tahap utama, yaitu menonton,

² Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2017.

menganalisis, menarik kesimpulan, dan dokumentasi. Keempat teknik ini dipilih karena penelitian bersifat kualitatif dengan pendekatan analisis konten, sehingga data utama berupa tayangan iklan yang dipublikasikan secara resmi melalui akun YouTube.³ Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menonton (Observasi Awal terhadap Konten Iklan)

Tahap pertama dilakukan dengan menonton video iklan rokok yang terdapat pada kanal YouTube @ayosehat.kemkes. Menonton dalam hal ini bukan sekadar melihat tayangan, tetapi juga merupakan bentuk observasi awal yang bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen visual yang muncul.

Peneliti menonton tayangan tersebut secara berulang-ulang agar dapat menangkap setiap detail komunikasi visual yang ditampilkan. Pengulangan ini penting karena iklan sering kali menampilkan pesan dalam durasi yang singkat, sehingga ada kemungkinan detail tertentu terlewat dalam

³ Wenny Ino Ischak, Bun Yamin Badjuka, dan Zulfiayu, "Modul Riset Keperawatan" 12 (2019): 99–119.

sekali pengamatan. Misalnya, warna dominan, bentuk tipografi, simbol visual, ekspresi tokoh, hingga alur cerita yang disusun.

Melalui tahap menonton, peneliti juga melakukan pencatatan awal terkait kesan umum dari iklan, konteks pesan kesehatan yang ingin ditekankan, serta gaya visual yang dipilih oleh pembuat iklan. Dengan demikian, menonton menjadi langkah penting untuk mendapatkan gambaran menyeluruh sebelum masuk ke tahap analisis mendalam.

2. Analisis Konten

Analisis konten menjadi metode yang sangat fundamental. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk secara sistematis dan objektif mengidentifikasi serta mengklasifikasikan elemen-elemen visual yang muncul dalam iklan rokok. Tujuannya adalah untuk mengungkap makna yang tersembunyi, pola-pola yang berulang, serta strategi naratif yang digunakan untuk memengaruhi persepsi audiens. Pelaksanaannya dimulai dengan penentuan sampel video iklan yang representatif dari YouTube, baik itu iklan

pre-roll maupun konten bersponsor dari para *influencer*.

Selanjutnya, peneliti membuat kerangka kategori analisis yang terperinci, seperti unsur visual (warna, simbol, komposisi), unsur naratif (karakter, latar tempat, gaya hidup), dan unsur teknis lainnya. Setelah kerangka siap, peneliti akan mengamati setiap video secara teliti dan melakukan pengkodean data, yaitu mencatat setiap kemunculan elemen sesuai dengan kategori yang telah dibuat. Tahap akhir adalah menganalisis data untuk menemukan pola tematik yang dominan misalnya, pengaitan rokok dengan kebebasan, petualangan, atau kesuksesan yang pada akhirnya membantu peneliti menafsirkan bagaimana merek rokok berupaya membentuk citra positif dan membujuk audiens melalui kekuatan visual.

3. Menarik Kesimpulan (Interpretasi dan Penegasan Hasil)

Tahap ini adalah menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis. Pada tahap ini, peneliti menyusun temuan utama yang menjawab rumusan masalah penelitian, yaitu mengenai

bagaimana bentuk komunikasi visual yang digunakan dalam iklan rokok di akun YouTube @ayosehat.kemkes.

Kesimpulan ditarik dengan menghubungkan hasil analisis dengan teori komunikasi visual dan komunikasi kesehatan. Dari sini dapat diketahui pola yang dipakai, misalnya apakah iklan lebih menonjolkan pendekatan edukatif, persuasif, atau preventif. Peneliti juga dapat menilai sejauh mana elemen visual berhasil mendukung pesan anti-rokok yang ingin ditanamkan kepada masyarakat.

Kesimpulan ini bukan sekadar rangkuman, tetapi juga merupakan hasil interpretasi yang menjelaskan makna dan fungsi visual dalam konteks komunikasi kesehatan. Dengan demikian, tahap menarik kesimpulan berfungsi untuk memberikan jawaban final terhadap rumusan masalah sekaligus menjadi dasar untuk menyusun saran dan rekomendasi penelitian.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan dokumen atau bahan

tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen ini bisa berupa buku, jurnal, foto, video, artikel berita, peraturan pemerintah, hasil penelitian terdahulu, maupun arsip lainnya. Teknik ini berguna untuk mendukung dan memperkuat hasil analisis konten dan wawancara, serta memberikan konteks atau latar belakang terhadap masalah yang sedang dikaji.⁴

Peneliti juga mengumpulkan data dari berbagai dokumen dan sumber tertulis yang relevan dengan penelitian. Dokumentasi meliputi foto-foto kemasan rokok yang digunakan dalam penelitian, peraturan pemerintah terkait label peringatan kesehatan, hasil penelitian sebelumnya, serta teori-teori yang mendukung seperti teori komunikasi visual, semiotika, dan komunikasi persuasif. Dokumentasi ini digunakan untuk memperkuat analisis dan pembahasan dalam penelitian.

⁴ Hendro Wijoyo, "Analisis teknik wawancara (pengertian wawancara, bentuk-bentuk pertanyaan wawancara) dalam penelitian kualitatif bagi mahasiswa teologi dengan tema pekabaran injil melalui penerjemahan alkitab," *Academia.Edu*, 2022, 1–10.

F. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data sangat penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan realitas yang diteliti. Untuk menjaga validitas dan reliabilitas data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik keabsahan data yang dikemukakan oleh Lincoln dan Guba, yaitu:

1. Triangulasi

Triangulasi, yaitu pemeriksaan data dengan membandingkan dan mengonfirmasi informasi dari berbagai sumber, metode, dan waktu. Peneliti melakukan triangulasi sumber dengan membandingkan data dari wawancara mahasiswa, dosen, dan hasil dokumentasi. Selain itu, triangulasi teknik diterapkan dengan menggunakan lebih dari satu metode pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Triangulasi waktu juga

dilakukan dengan pengumpulan data pada waktu yang berbeda untuk melihat konsistensi jawaban informan.⁵

2. perpanjangan pengamatan

perpanjangan pengamatan, yaitu melakukan interaksi dan pengamatan secara intensif dan cukup lama terhadap subjek penelitian, agar dapat memahami konteks sosial dan makna dari persepsi mahasiswa secara lebih mendalam.⁶ Selain itu, ketekunan pengamatan (persistent observation) digunakan untuk memfokuskan perhatian pada aspek-aspek penting dalam fenomena visual, seperti ekspresi, pemahaman, dan reaksi mahasiswa saat melihat kemasan rokok yang mengandung pesan bahaya merokok.

3. Member Check

Untuk menghindari kesalahan interpretasi, peneliti juga melakukan member check, yaitu memeriksa kembali hasil wawancara atau temuan awal kepada

⁵ Rahardjo, Mudjia. "Triangulasi dalam penelitian kualitatif." (2010).

⁶ Sari dan Irena, "Komunikasi Visual Melalui Foto Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Umkm."

informan untuk memastikan bahwa apa yang dituliskan peneliti sesuai dengan apa yang dimaksud oleh narasumber. Terakhir, peneliti melakukan diskusi dengan teman sejawat (peer debriefing), seperti berdiskusi dengan dosen pembimbing atau rekan mahasiswa untuk mendapatkan masukan dan perspektif lain terhadap data dan analisis yang dilakukan. Dengan menerapkan teknik-teknik tersebut, keabsahan dan kredibilitas data dalam penelitian ini diharapkan dapat terjaga secara optimal.⁷

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses sistematis dalam mengorganisasi, mengolah, dan menafsirkan data yang telah dikumpulkan selama proses penelitian, sehingga menghasilkan kesimpulan yang bermakna dan dapat dipertanggungjawabkan. Analisis data bertujuan untuk mengidentifikasi pola, tema,

⁷ Candela, Amber G. "Exploring the function of member checking." *The qualitative report* 24.3 (2019): 619-628.

makna, dan hubungan antar data agar dapat menjawab rumusan masalah atau tujuan penelitian.⁸

Dalam penelitian kualitatif, teknik analisis data lebih bersifat interpretatif, di mana peneliti berusaha memahami makna di balik data, bukan sekadar mengukur secara angka atau statistik seperti dalam penelitian kuantitatif. Oleh karena itu, proses analisis dilakukan secara berkelanjutan sejak pengumpulan data dimulai hingga akhir penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Oleh karena itu, teknik analisis data yang digunakan mengikuti model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga langkah utama, yaitu:

1. **Reduksi Data (Data Reduction)**

Reduksi data adalah proses penyederhanaan dan pemilahan data mentah yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam, observasi terhadap kemasan rokok, serta dokumentasi.⁹ Misalnya, peneliti hanya mengambil aspek

⁸ Ali Muhson, "Teknik Analisis Kuantitatif 1 Teknik Analisis Kualitatif," *Academia*, 2006, 1–7.

⁹ Yais Yusriyah dan Mega Achdisty Noordiana, "Kemampuan Representasi Matematis Siswa SMP pada Materi Penyajian Data di Desa Bungbulang," *Plusminus: Jurnal Pendidikan Matematika* 1, no. 1 (2021): 47–60, <https://doi.org/10.31980/plusminus.v1i1.870>.

komunikasi visual dalam iklan rokok, seperti penggunaan warna, tipografi, simbol, dan pesan visual yang ditampilkan.

2. Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data yang telah direduksi kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk deskripsi naratif, kutipan langsung dari informan, tabel kategori persepsi, atau visualisasi simbol-simbol yang dianalisis.¹⁰ Tahapan ini memudahkan peneliti dalam memahami hubungan antara komunikasi visual dan tanggapan remaja atau dewasa muda terhadap iklan rokok.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing and Verification)

Dalam upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada dilapangan.

Setelah data dianalisis, peneliti menarik kesimpulan awal

¹⁰ Cici Farida, Destiniar Destiniar, dan Nyiayu Fahriza Fuadiah, "Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Video Animasi pada Materi Penyajian Data," *Plusminus: Jurnal Pendidikan Matematika* 2, no. 1 (2022): 53–66, <https://doi.org/10.31980/plusminus.v2i1.1521>.

mengenai bagaimana mahasiswa menafsirkan pesan visual bahaya merokok. Kesimpulan ini tidak langsung dianggap final, tetapi diverifikasi kembali melalui teknik triangulasi (membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi), serta melalui validasi dengan dosen pembimbing atau informan lain untuk memastikan keabsahan data.

