

Mix Methodology dalam Penelitian Komunikasi

© Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM)

Penulis:

Sunarto, Adnan Hussein, Mario Antonius Birowo, Agustina Zubair, Setio Budi HH,
Bonaventura Satya Bharata, Fajar Junaedi, MC Ninik Sri Rejeki, Y. Argo Twikromo, Basuki
Agus Suparno, Chatarina Endah P. Anang Hermawan, Yanuar Luqman
Kata Pengantar: Assoc Prof. Adnan Hussein, Ph.D

Editor:

Aswad Ishak, Fajar Junaedi, Setio Budi HH, Agung Prabowo
Perancang sampul: Mapa
Penata Letak: Mapa

Pertama kali diterbitkan oleh

Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM)

Bekerja sama dengan

Buku Litera, Yogyakarta dan PERHUMAS, BPC Yogyakarta

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang *All Rights Reserved*
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

Cetakan Pertama, Maret 2011
xiv+280 hlm.: 15.5x23.5cm
ISBN: 978-602-99074-2-1

Dicetak Oleh:

Mata Padi Pressindo
08179407446, 081227837806
tribima@yahoo.com, matapadi_media@yahoo.com

Daftar Isi

Persembahan

Kata Pengantar

<i>Editor</i>	vii
<i>Assoc. Prof. Adnan Husen, Ph.D.</i> (<i>Dean School of Communication, University Sains Malaysia</i>)	ix

Daftar Isi	xiii
-------------------------	------

Bagian I

Metode Penelitian Komunikasi: Pilihan Kuantitatif Kualitatif atau Campuran

Paradigma dan Metode Penelitian Komunikasi di Indonesia <i>Sunarto</i>	3
<i>Mixed Methods</i> , Penelitian Interdisiplineri dan Perkembangan Penelitian Komunikasi di Malaysia. <i>Adnan Hussein</i>	27
Metode Campuran (<i>Mixed Methods</i>), Metode Penelitian Alternatif <i>Mario Antonius Birowo</i>	39
Pendekatan dalam Penelitian Komunikasi <i>Agustina Zubair</i>	53

Bagian II

Metode Penelitian Komunikasi Terapan

"Ekologi Media" : Penerapan Teori Niche dalam Penelitian Kompetisi Media <i>Setio Budi HH</i>	77
Analisis Isi Kuantitatif, Sebuah Pengantar untuk Penelitian Teks Komunikasi <i>Bonaventura Satya Bharata</i>	97

Paradigma dan Metode Penelitian Komunikasi di Indonesia

Sunarto

A. Pendahuluan

Perbincangan mengenai paradigma dalam perkembangan ilmu komunikasi sekarang ini nampaknya merupakan keniscayaan ketika kita bersepakat untuk memberi label ilmu komunikasi sebagai "ilmu pengetahuan normal" (*normal science*) dalam terminologi Thomas S. Khun (1970). Labeling tersebut bermakna bahwa berbagai penelitian terkait fenomena komunikasi yang kita lakukan sekarang ini didasarkan sepenuhnya pada pencapaian-pencapaian ilmiah komunitas ilmuwan komunikasi di masa lalu ketika mereka melakukan penelitian-penelitian terhadap fenomena komunikasi serupa yang kemudian didokumentasikan dan diakui kontribusinya dalam perkembangan ilmu komunikasi selanjutnya.

Pencapaian para ilmuwan yang berhasil mendapatkan pengikut setia untuk meneruskan teori mereka (*accepted theory*) karena dirasa mampu mengalahkan teori-teori lain yang muncul di masa itu merupakan salah satu karakteristik penting bagi perbincangan mengenai paradigma. Selain itu, warisan yang ditinggalkan para ilmuwan tersebut berupa persoalan-persoalan filosofis-teoritis-empiris yang terbuka untuk ditafsirkan dan diselesaikan oleh para pengikutnya menjadi penanda lain yang tidak kalah penting terkait paradigma.

Terma paradigma (*paradigm*) yang disejajarkan maknanya dengan ilmu pengetahuan normal (*normal science*), oleh Khun (1970: 10) dimaksudkan untuk memberikan model praktek ilmu pengetahuan aktual yang diterima - di dalamnya bisa dijumpai hukum, teori,

aplikasi dan instrumentasi - yang mencerminkan koherensi tradisi-tradisi tertentu. Oleh karena itu, mempelajari paradigma terutama dimaksudkan untuk mempersiapkan peserta didik dalam keanggotaan komunitas ilmu pengetahuan tertentu yang akan mempraktekkan ilmu yang dipelajarinya itu di masa mendatang. Artinya, ketika seseorang melakukan penelitian dalam paradigma tertentu, ia berkomitmen untuk menggunakan aturan-aturan dan standar-standar tertentu sebagaimana *diugemi* (diyakini) dalam paradigma tersebut.

Makalah ini mencoba membahas paradigma apa saja yang selama ini digunakan dalam berbagai penelitian komunikasi, objek kajian (realita) yang menjadi perhatian penelitian komunikasi, perspektif teoritis yang digunakan untuk menjelaskan dan memahami realita komunikasi, metode penelitian yang digunakan untuk menemukan pengetahuan terkait realita komunikasi yang dikaji, perkembangan penelitian komunikasi, dan masa depan penelitian komunikasi dengan menggunakan metode campuran (*mixed methods*).

B. Paradigma Penelitian Komunikasi

Guba dan Lincoln (1994: 105-116), mendefinisikan paradigma sebagai serangkaian keyakinan-keyakinan dasar (*basic beliefs*) atau metafisika yang berhubungan dengan prinsip-prinsip utama atau prinsip-prinsip pokok. Paradigma ini menggambarkan suatu pandangan dunia (*worldview*) yang menentukan, bagi penganutnya, sifat dari "dunia" sebagai tempat individu dan kemungkinan hubungan dengan dunia tersebut beserta bagian-bagiannya. Keyakinan-keyakinan itu bersifat dasar dalam pengertian harus diterima secara sederhana semata-mata berdasarkan kepercayaan saja disebabkan tidak ada suatu cara final untuk menentukan kebenaran akhir.

Macam paradigma itu sendiri ternyata bervariasi. Guba dan Lincoln (1994) menyebut 4 (empat) macam paradigma: positivisme; post positivisme; konstruktivisme; dan teori kritis. Dalam perkembangannya kemudian, Guba dan Lincoln (2000) menambahkan paradigma partisipatori. Neuman (2000) menegaskan 3 (tiga) paradigma (pendekatan) dalam ilmu pengetahuan sosial: positivisme; interpretif; dan kritis. Sarantakos (1993) menyebut 3 (tiga) paradigma dominan (perspektif): positivisme; ilmu pengetahuan sosial interpretif;

dan teori kritis. Creswell (1994) membedakan 2 (dua) macam paradigma: kuantitatif dan kualitatif.

Secara filosofis, paradigma penelitian (*inquiry paradigm*) tersebut mempunyai 3 (tiga) persoalan dasar untuk dijadikan acuan bagi peneliti terkait dengan aspek: ontologis; epistemologis; metodologis.

Aspek ontologis mempersoalkan bentuk dan sifat realita yang diteliti. Apakah realita yang menjadi objek penelitian komunikasi? Apakah realitas bersifat naif, kritis, historis atau relatif? Lebih jauh terkait realita komunikasi ini akan dibahas kemudian.

Aspek epistemologis mempersoalkan hubungan antara peneliti dengan apa yang akan ditelitinya. Bagaimana relasi peneliti dengan objek penelitiannya? Terpisah tegas (dualis atau objektivis)? Terpisah tidak tegas (modifikasi dualis atau objektivis)? Menyatu padu (transaksional, subyektivis)?

Aspek metodologis mempersoalkan cara bagaimana peneliti dapat menemukan apapun yang ingin diketahuinya. Desain atau metode penelitian apa saja yang bisa digunakan untuk menjelaskan dan memahami realita komunikasi yang ada? Penelitian kuantitatif melalui eksperimen, survai untuk verifikasi hipotesis? Penelitian kuantitatif dan kualitatif melalui modifikasi eksperimen untuk falsifikasi hipotesis dengan studi kasus? Penelitian kualitatif melalui dialektika dialogis atau hermeneutis melalui desain semiotika, naratif, wacana, fenomenologi dan lain-lain yang relevan?

Dasar filosofis semacam itu mempunyai beberapa implikasi terkait dengan isu: tujuan penelitian; sifat pengetahuan; akumulasi pengetahuan; kriteria kualitas; nilai; aksiologi; etik; suara (*voice*); pelatihan; akomodasi; hegemoni; dan relasi dengan fondasi kebenaran dan pengetahuan.

Tujuan penelitian berhubungan dengan maksud dilakukannya penelitian apakah untuk menjelaskan, prediksi, kontrol atau perubahan sosial (emansipasi) terkait objek dan subjek penelitian. Dalam penelitian positivistik, misalnya, lekat dengan tujuan untuk menjelaskan dan memprediksi kecenderungan-kecenderungan dalam realitas komunikasi terkait populasi. Sedang dalam penelitian kritis diarahkan untuk menciptakan kesadaran baru akan relasi sosial

yang dianggap normal selama ini dan mendorong perubahan sosial (advokasi) pada pihak-pihak submisif.

Sifat pengetahuan berhubungan dengan kemungkinan hasil penelitian digunakan sebagai ketentuan umum (hukum) untuk instrumen eksplanasi realita yang mampu melintasi ruang-waktu, sekedar pemahaman atas konstruksi realita yang terjadi selama ini, atau refleksi atas konstruksi realita yang terjadi dengan kepentingan kekuasaan politis, ekonomi, kultural aktor-aktor dominan untuk tetap mempertahankan hegemoni mereka atas mayoritas aktor sosial lain yang tuna kuasa.

Akumulasi pengetahuan terkait persoalan upaya peneliti untuk menggunakan hasil penelitian mereka sebagai elemen pendukung struktur pengetahuan yang sudah ada melalui pengkayaan-pengkayaan baru pada relasi sebab-akibat melalui generalisasi-generalisasi tertentu. Akumulasi pengetahuan ini bisa juga digunakan untuk rekonstruksi pengalaman-pengalaman eksplisit individu agar bisa lebih dipahami (diterima) dalam konteksnya. Selain itu, akumulasi pengetahuan ini juga bisa bersifat emansipatoristik untuk revisi sejarah manusia.

Kriteria kualitas (*goodness criteria*) terkait dengan persoalan kualitas hasil penelitian secara keseluruhan yang bisa dilihat berdasarkan validitas dan reliabilitas tertentu sebagai tolok ukur objektivitas untuk eksplanasi ataupun prediksi. Kualitas penelitian juga bisa dilihat berdasarkan tingkat kepercayaan, kredibilitas atau otensitas tertentu dalam menciptakan pemahaman atas realitas yang dikaji dalam konteksnya. Bagai peneliti lain, kualitas hasil penelitian bisa dilihat dalam keseluruhan konteks historis (*historical situatedness*) untuk melakukan kritik sosial melalui pengikisan ketidaktahuan dan kebodohan tertentu.

Nilai (aksiologi) terkait dengan persoalan keyakinan subyektif peneliti diperbolehkan masuk atau tidak dalam proses penelitian. Penelitian dalam kategori objektif melarang masuknya keyakinan-keyakinan peneliti dalam proses penelitian (*value free*). Akan tetapi ada juga penelitian yang justru mensyaratkan keterlibatan intensif keyakinan peneliti sebagai basis positioning peneliti atas objek sosial tertentu (*value laden*).

Relevan dengan persoalan nilai ini adalah aspek aksiologis yang

terkait dengan bagaimana peneliti mensikapi hasil penelitian mereka. Apakah pengetahuan yang diperoleh sekedar digunakan sebagai pengetahuan *an sich* (ilmu untuk ilmu) atautkah digunakan untuk melakukan kegiatan transformasional struktur kemasyarakatan yang ada (ilmu untuk perubahan sosial)?

Etika dikaitkan dengan kecenderungan peneliti untuk menggunakan hasil penelitian sebagai upaya mengukuhkan kekuasaan yang bisa mengantarkan pada sikap-sikap tidak terpuji (*deception*) atau justru menggunakan hasil penelitian untuk membongkar keburukan dan kebobrokan kekuasaan (*revelation*).

Suara (*voice*) berhubungan dengan implikasi sifat penelitian objektif yang mengarahkan peneliti untuk tidak mempunyai kepentingan tertentu (*disinterest scientist*) terhadap hasil penelitiannya kecuali sebagai penyampai informasi bagi pengambil keputusan, pembuat kebijakan atau agen perubahan sosial. Bisa jadi peneliti menjadi seorang intelektual transformatif (*transformative intellectual*) dalam kapasitasnya sebagai advokator atau aktivis untuk perubahan sosial tertentu atau menjadi partisipan yang berhasrat (*passionate participant*) sebagai fasilitator dari rekonstruksi beragam suara dalam penelitian bersifat subyektif.

Pelatihan terkait dengan kemampuan yang seharusnya dikuasai oleh peneliti dalam paradigma tertentu. Misalnya, apakah peneliti harus menguasai teknik-teknik penelitian kuantitatif saja atau bersama-sama dengan teknik-teknik penelitian kualitatif dengan teori substantif masing-masing atautkah dibutuhkan juga penguasaan atas pengetahuan sejarah, resosialisasi, advokasi, pemberdayaan dan lain-lain.

Akomodasi berhubungan dengan kemungkinan dapat diperbandingkannya kesamaan-kesamaan asumsi tertentu dalam beberapa paradigma berbeda (*commensurable*). Misalnya antara paradigma positivistik dengan postpositivistik dalam melihat kualitas penelitian yang sama-sama menggunakan aturan ketat objektivitas. Dalam paradigma konstruktivis dan kritis hal terkait nilai dapat disepadankan karena keduanya sama-sama momot nilai. Akan tetapi antara paradigma positivistik dengan kritis, misalnya dalam banyak hal, kalau tidak ingin mengatakan semua hal, bertolak belakang sehingga keduanya tidak bisa disepadankan (*incommensurable*). Misalnya saja

yang satu bebas nilai yang lain momot nilai.

Hegemoni terkait dengan keberterimaan secara luas keberadaan paradigma tertentu. Sampai sejauh ini dalam dunia keilmuan keberadaan paradigma positivistik masih menjadi pendekatan dominan dibanding paradigma kritis dan konstruktivis yang masih mencari pengakuan tertentu dalam komunitas ilmuwan yang ada.

Relasi dengan fondasi kebenaran dan pengetahuan berhubungan dengan basis pengetahuan sebagai sumber normatif kebenaran tertentu. Dalam paradigma positivistik, misalnya, basis kebenaran untuk menemukan kebenaran didasarkan pada kebenaran objektif (normatif). Kebenaran semacam ini adalah kebenaran yang diakui oleh banyak orang sebagai sebuah kebenaran yang diterima sebagaimana apa adanya atau kebenaran yang terberi (*given*). Sesuatu dianggap benar karena masyarakat melihatnya sebagai kebenaran. Sementara dalam paradigma kritis basis kebenaran untuk menemukan pengetahuan adalah kebenaran subyektif peneliti atau posisi peneliti dalam membela kelompok-kelompok marginal melawan kelompok elit yang menguasai alat produksi (*means of production*).

Bagaimana dengan paradigma dalam penelitian komunikasi? Baxter dan Babbie (2004: 47-67), ketika bicara mengenai dasar-dasar dalam penelitian komunikasi menyebut ada 4 (empat) macam paradigma: positivis; sistem; interpretif; dan kritis.

Penelitian dalam paradigma positivistik ditandai oleh beberapa hal: adanya keyakinan pada realitas objektif yang dapat diketahui hanya melalui observasi empirik; mengkaji variabel; mengembangkan teori yang memungkinkan prediksi, eksplanasi dan kontrol; mencari hukum-hukum umum; dan observasi dalam bentuk data kuantitatif.

Penelitian dalam paradigma sistem mempunyai karakteristik: mengasumsikan komunikasi sebagai sebuah sistem karena terdiri dari bagian-bagian yang berfungsi secara keseluruhan; adanya kesalingketergantungan antara anggota sistem; keseluruhan bukan sekedar penjumlahan bagian-bagian; keseimbangan dinamik (*dynamic equilibrium*); terbuka pengaruh luar; mempunyai beberapa kesamaan dengan paradigma positivistik dalam hal mengakui adanya realitas objektif, meneliti variabel, sering menggunakan data kuantitatif, dan bersifat nomotetik (meski ada juga yang ideografik); mempunyai

penjelasan tidak bersifat sebab-akibat, tapi penjelasan fungsional-holistik.

Penelitian dalam paradigma interpretif mempunyai beberapa ciri, antara lain: keyakinan adanya realitas subyektif sebagai bagian dari kapasitas reflektif agen manusia yang dalam tindakannya bersifat purposif; tujuan untuk pemahaman makna; metode kualitatif.

Penelitian dalam paradigma kritis mempunyai beberapa karakteristik: meyakini bahwa refleksi dan kritik metode untuk menghasilkan pengetahuan bukan melalui observasi; lebih dari sekedar data kuantitatif dan kualitatif; ideologi dan kekuasaan ada dalam pengalaman sosial; tujuan penelitian untuk perubahan sosial.

Setelah mencermati arti dan macam paradigma dalam ilmu sosial dan ilmu komunikasi tersebut di atas menarik kemudian untuk membahas objek kajian ilmu komunikasi itu sendiri. Dengan mencermati objek formal ilmu komunikasi ini bagaimana implikasi masing-masing paradigma ketika digunakan untuk menganalisis objek yang sama akan mempunyai hasil berbeda.

C. Objek Penelitian Komunikasi

Pembicaraan tentang objek penelitian komunikasi berhubungan dengan aspek ontologis penelitian komunikasi. Realita macam apa yang menjadi sumber bahasan kajian ini? Objek penelitian dalam disiplin ilmu komunikasi bisa ditelusuri dari berbagai definisi disiplin ilmu komunikasi atau komunikasi yang telah dimunculkan oleh para ilmuwan komunikasi yang ada.

Berger dan Chaffee (1987) memahami disiplin ilmu komunikasi (*communication science*) sebagai *seeks to understand the production, processing, and effects of symbol and signal systems by developing testable theories, containing lawful generalizations, that explain phenomena associated with production, processing, and effects.*

Dari pendapat itu terlihat, objek yang dikaji dalam ilmu komunikasi adalah simbol dan sistem tanda. Tujuan pengkajian ilmu komunikasi sendiri diarahkan untuk memahami dan menjelaskan gejala-gejala terkait dengan produksi, pemrosesan, dan efek dari penggunaan sistem tanda dan simbol tersebut.

Objek ilmu komunikasi terkait dengan sistem tanda dan simbol itu tampak dari beberapa pengertian yang diberikan pada istilah komunikasi oleh beberapa pakar yang lain. Misalnya Williams (1992) yang menyatakan, *human communication is (1) an exchange of meaningful symbols, (2) a process rather than a "thing", (3) a medium linking participants, (4) a potential transaction of meanings and intents, and (5) a basic means for satisfying human needs.*

Dari pendapat itu terlihat objek ilmu komunikasi tidak hanya tanda atau simbol saja, tapi juga makna yang muncul dalam proses transaksi diantara para partisipan pengguna simbol tersebut untuk memuaskan tujuan-tujuan mereka. Pendapat semacam itu diperkuat oleh Gamble dan Gamble (2005) yang menyatakan, *communication is the deliberate or accidental transfer of meaning.* Dalam pemahaman semacam ini, kegiatan berkomunikasi terkait dengan transfer interpretasi terhadap simbol yang bisa bersifat intensional ataupun unintentional.

Definisi yang lebih komprehensif diberikan oleh Ruben dan Stewart (1998) ketika menyatakan, *human communication is the process through which individuals - in relationships, groups, organizations, and societies - respond to and create message to adapt to the environment and one another.* Dalam pandangan mereka, tersirat bahwa aspek ontologis ilmu komunikasi tidak hanya simbol saja, tapi juga interaksi yang terjadi diantara para partisipan dalam berbagai konteks yang memungkinkannya, apakah itu hubungan, kelompok, organisasi, ataupun masyarakat. Tidak hanya untuk memuaskan kebutuhan saja, tapi komunikasi juga mempunyai tujuan yang lebih luas yaitu untuk menyesuaikan diri manusia dengan lingkungan melalui penciptaan dan penanggapan pesan.

Penegasan interaksi sosial sebagai aspek ontologis ilmu komunikasi diberikan oleh Littlejohn (2005) ketika menyatakan, *in the social sciences, ontology deals largely with the nature of human existence; in communication, ontology centers on the nature of human social interaction because being is intricately intertwined with issues of communication.*

Dari beberapa pandangan di atas terlihat bahwa objek kajian formal ilmu komunikasi adalah simbol yang dipergunakan dalam interaksi sosial. Tentu objek kajian semacam ini tidak bisa secara murni lepas dari pengaruh disiplin ilmu lain karena pada dasarnya ilmu

komunikasi sendiri memang bukanlah ilmu sosial murni (*pure social science*) apabila kita merujuk pada perkembangan formalnya semenjak tahun 1940-an. Pengaruh disiplin lain semacam sosiologi, antropologi, psikologi, ekonomi, atau politik sangat terlihat dalam perkembangan awalnya. Bahkan objek kajian pada simbol dalam interaksi sosial itu sendiri sangat dipengaruhi disiplin ilmu sosiologi dan linguistika. Luasnya pengaruh ini akhirnya tidak lagi memadai apabila penelitian komunikasi hanya melulu dilihat dari satu perspektif saja. Perkembangan ilmu komunikasi dewasa ini mengkonfirmasi keluasan cakupan perspektif tersebut.

D. Perspektif Teori Komunikasi

Perspektif adalah kerangka konseptual; seperangkat asumsi-asumsi; seperangkat nilai-nilai; dan seperangkat gagasan-gagasan yang mempengaruhi persepsi kita dan mempengaruhi tindakan kita dalam suatu situasi (Charon, 1979).

Dalam perkembangannya disiplin ilmu komunikasi mengenal beragam perspektif untuk menjelaskan berbagai teori yang telah dikembangkan para ilmunya. Misalnya saja Fisher (1978) menyebut ada 4 (empat) macam perspektif utama: mekanistik; psikologi; interaksional; pragmatik. Fiske (1982; 1990) menggunakan terma mahzab untuk menjelaskan berbagai teori komunikasi yaitu mahzab transmisi dan semiotika. Stacks dan kawan-kawan (1991) membagi perspektif dalam teori komunikasi sebanyak 4 (empat) macam: cetak biru; retorika; psikologi; dan sosiologis. Sementara itu Littlejohn (1996; 1999) membagi perspektif menjadi 5 (lima) macam: struktural dan fungsional; kognitif dan perilaku; interaksi; interpretif; dan kritis. Miller (2002; 2005) membagi perspektif dengan menggunakan terma paradigma: postpositivistik; interpretif; dan kritis. Sementara itu, perspektif yang sekarang ini banyak dijadikan rujukan ilmuwan komunikasi adalah perspektif tradisinya Robert T. Craig (1999) yang meliputi: retorika; semiotika; fenomenologi; sibernetika; sosio-psikologis; sosio-kultural; dan kritis (lihat Littlejohn, 2002; 2005; 2008; Griffin, 2000; 2003). Griffin sengaja menambahkan perspektif etika sebagai pelengkap tradisi Craig.

Dalam perspektif tradisi, multi dimensional disiplin ilmu

komunikasi sangat dirayakan. Dalam cara pandang tradisi ini, simbol dan interaksi sosial mempunyai beragam makna. Dalam tradisi retorika, misalnya, komunikasi dilihat sebagai seni bicara di depan umum. Sedang tradisi semiotika melihat komunikasi sebagai proses berbagi makna melalui tanda. Tradisi fenomenologi melihat komunikasi sebagai pengalaman diri dan *liyan* (orang lain) melalui dialog. Tradisi sibernetika melihat komunikasi sebagai pemrosesan informasi. Tradisi sosio-psikologi melihat komunikasi sebagai proses saling mempengaruhi secara interpersonal. Tradisi sosio-kultural melihat komunikasi sebagai penciptaan dan pembentukan realitas sosial. Sementara itu tradisi kritis melihat komunikasi sebagai tantangan reflektif pada wacana ketidakadilan.

Tentu cara pandang semacam itu tidak lepas dari pengaruh paradigma yang digunakan. Griffin telah membantu kita untuk lebih mudah memahami kaitan antara berbagai tradisi tersebut dengan implikasi berbagai teori komunikasi yang ada di dalamnya dengan metode penelitian yang digunakan. Dia mengkategorikan tradisi sosio-psikologi, misalnya, dalam ranah penelitian berorientasi objektif. Sedang tradisi fenomenologi, sosio-kultural dan kritis dikelompokkan dalam ranah penelitian yang menggunakan cara pikirinterpretif (subyektif). Tradisi sibernetika cenderung masuk dalam ranah objektif. Sedang tradisi retorika dan semiotika masuk dalam ranah interpretif.

Dengan mencermati pengelompokkan semacam itu, kita bisa membuat analog dengan berbagai paradigma yang telah dibahas di atas. Tradisi yang masuk dalam ranah penelitian objektif, misalnya, bisa diasumsikan menggunakan cara pandang paradigma positivistik atau postpositivistik. Sedang tradisi yang masuk dalam ranah subjektif dipengaruhi oleh paradigma konstruktivis atau kritis. Artinya, serentak kita setuju dengan pengelompokkan teori komunikasi berdasar tradisi Craig sebagaimana digunakan oleh Littlejohn dan Griffin maka kita bisa menentukan kemungkinan paradigma dan metode penelitian yang digunakan oleh penggagasnya. Dalam konteks semacam ini, Miller sangat besar kontribusinya untuk menunjukkan kejelasan relasi antara berbagai teori yang ada dalam disiplin ilmu komunikasi dengan paradigma yang melatarbelakanginya.

Bagaimana implikasi paradigma dan perspektif tersebut pada

metode penelitian komunikasi? Persoalan ini penting dicermati apabila kita mengacu pada Fisher (1978) yang menyatakan, "*One's perspective clearly guides & virtually dictates the observation & understanding of communicative phenomena*".

E. Metode Penelitian Komunikasi

Rubin, Rubin dan Piele (2005: 219-236) membedakan metode penelitian komunikasi berdasarkan dua pendekatan: *message-or artifact-oriented research*; dan *people-or behavior-oriented research*.

Pendekatan pertama yang berorientasi pada pesan atau artifak memberi perhatian pada pesan-pesan komunikasi dan nilai-nilai yang mendasarinya. Metode utama pendekatan ini adalah riset arsip/dokumentasi (*archival/documentary research*), dan riset teks (*textual research*).

Penelitian arsip/dokumentasi (*archival/documentary research*) mencoba untuk menemukan, mencermati dan menafsirkan pesan-pesan yang dikomunikasikan di masa lampau. Secara kualitatif, penelitian semacam ini bisa dilakukan dengan menggunakan beberapa metode: dokumentasi/kepastakaan (*library/documentary research*) (meneliti semua material publikasi yang relevan dengan topik penelitian); sejarah (*historical research*) (membuat konklusi dan menyajikan penjelasan baru tentang komunikator atau peristiwa komunikasi di masa lampau); dan kebijakan/legal (*legal/policy research*) (mencoba untuk menjelaskan dan memahami bagaimana hukum bekerja di masyarakat).

Secara kuantitatif, penelitian arsip bisa dilakukan dengan metode: analisis data sekunder (*secondary data analysis*) (menafsirkan kembali data yang sudah ada dengan perspektif berbeda); dan meta-analisis (*meta-analysis*). Meta-analisis merupakan metode riset yang dilakukan dengan cara menganalisis kembali hasil-hasil penelitian yang sudah dipublikasikan untuk mengamati trend dalam literatur ataupun trend dalam hasil-hasil penelitian. Studi Kim dan Weaver yang dipublikasikan tahun 2002 mengenai identifikasi teori, topik dan metodologi dalam penelitian tentang internet merupakan satu contoh dari penelitian dengan menggunakan meta-analisis. Dalam studi komunikasi, metode meta-analisis termasuk trend yang relatif baru.

Penelitian teks komunikasi (*textual research*) bisa dibedakan menjadi beberapa metode: *pendekatan kultural/kritis (critical/cultural approaches)* yang meneliti peristiwa, pesan dan struktur dari satu perspektif tertentu (kritik retorika, analisis tema fantasi, analisis dramatik, kritik kultural, kritik feminis, kritik Marxis); *analisis teks (textual analysis)* atau *analisis resepsi (reception analysis)* memfokuskan perhatian pada "membaca" isi media atau "teks" dan makna yang muncul darinya; *analisis percakapan/interaksi (conversation/interaction analysis)* memfokuskan perhatian pada struktur, pesan, fungsi, aturan dan isi percakapan orang-orang; *analisis isi (content analysis)* untuk mencari karakteristik pesan dengan maksud untuk belajar sesuatu mengenai isi pesan dan pihak-pihak yang memproduksi pesan tersebut.

Pendekatan kedua, penelitian berorientasi pada orang atau perilaku (*people-or behavior-oriented research*) fokus pada tindakan dan reaksi orang-orang. Metode yang biasa digunakan dalam riset semacam ini adalah: survei (*survey research*); pengamatan (*observational research*); dan percobaan (*experimental research*).

Penelitian survei (*survey research*) digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan sikap, pendapat, pikiran, dan perilaku terkini yang melingkupi suatu isu atau peristiwa tertentu dengan melibatkan sejumlah besar orang. Koleksi data bisa dilakukan dengan cara wawancara personal tatap-muka, wawancara telepon, kuesioner melalui pos dan mengisi sendiri (*self-administered*). Penelitian pengamatan (*observational research*) mencermati bagaimana orang-orang bertindak dalam situasi-situasi yang berbeda-beda. Ada lima macam penelitian pengamatan: etnografi (*ethnography*); observasi partisipatif (*participant observation*); observasi yang tidak mudah dilihat (*unobstrusive observation*); analisis jaringan (*network analysis*); dan koding verbal dan nonverbal (*verbal and nonverbal coding*).

Etnografi (ethnography) digunakan untuk membentuk deskripsi objektif tentang peristiwa dan norma sosial sebagaimana terjadi. Ketika sampai pada seting ekologi sosial dan fisik komunikasi, etnografer mencoba menjelaskan keteraturan dari perilaku orang-orang dalam situasi sosial. *Observasi partisipatif (participant observation)* digunakan untuk mengkaji organisasi dan situasi sosial dari perspektif

orang dalam. Peneliti terlibat dalam situasi yang sedang ditelitinya. *Observasi yang tidak mudah dilihat (unobstrusive observation)* dilakukan ketika peneliti mencoba untuk mengkaji komunikasi dalam seting alamiah tetapi tidak dengan cara melibatkan diri secara intensif dalam lingkungan yang sedang ditelitinya. *Analisis jaringan (network analysis)* merupakan kajian interaksi perilaku orang-orang dalam jumlah yang lebih besar. *Koding verbal dan nonverbal (verbal and nonverbal coding)* dilakukan untuk mengidentifikasi pola perilaku dalam interaksi.

Penelitian eksperimen (*experimental research*) fokus pada orang-orang dan perilakunya dalam sebuah situasi dengan mengontrol sebab-sebab perilaku. Apabila penelitian survai dilakukan dengan melakukan kontrol pada kondisi, maka penelitian eksperimen melakukan kontrol pada penyebab perilaku. Terdapat beberapa desain eksperimen: pre-eksperimen (*preexperimental design*) meliputi *one-shot case study design*, *one-group pretest-posttest design*; dan eksperimen (*experimental design*) meliputi *pretest-posttest control-group design*, *solomon four-group design*, *posttest-only control-group design*.

F. Perkembangan Penelitian Komunikasi

Penelitian berorientasi pada orang dalam kajian komunikasi massa sering dikaitkan dengan kajian efek media. Dalam tradisi penelitian efek media ini secara garis besar bisa dibagi ke dalam empat tahap: Tahap I: Efek Media Kuat (*all-powerful media*); Tahap II: Pengujian Efek Media Kuat (*theory of powerful media put to the test*); Tahap III: Penemuan Kembali Efek Media Kuat (*powerful media rediscovered*); dan Tahap IV: Negosiasi Pengaruh Media (*negotiated media influence*) (McQuail, 2005: 458-462).

Tahap pertama (*all-powerful media*) berlaku dari akhir abad 19 hingga tahun 1930-an. Pada tahap ini semua media diasumsikan mempunyai kemampuan untuk membentuk opini dan kepercayaan, mengubah kebiasaan hidup seseorang, dan membentuk perilaku lebih kurang sesuai dengan pengendalinya. Semua pandangan ini tidak didasarkan pada penelitian empiris (ilmiah) akan tetapi hanya mengandalkan pada observasi terhadap popularitas yang luar biasa dari pers dan media baru yang muncul kemudian (film dan radio) yang hadir dalam kehidupan sehari-hari. Besarnya pengaruh media itu

terlihat dari penggunaannya untuk iklan, propaganda Perang Dunia I, ataupun alat politik oleh pemimpin diktator (semacam di Rusia). Kajian propaganda secara ilmiah dengan menggunakan analisis isi dilakukan oleh Harold D. Laswell (1926) untuk mendapatkan gelar doktor politiknya dari Universitas Chicago mengenai pesan-pesan propaganda selama PD I (Rogers, 1994: 205).

Tahap kedua (*theory of powerful media put to the test*) dimulai paska 1930-an hingga 1960-an dengan berbagai penelitian secara ilmiah terhadap pengaruh media pada khalayaknya. Beberapa penelitian pada tahap ini, antara lain: (1) Pyne Fund Studies mengenai pengaruh film pada anak-anak dan generasi muda di AS (awal 1930-an); (2) survai imitasi kekerasan dari film oleh Blumer (1933); (3) kajian tentang "Invasion from Mars" oleh Paul F. Lazarsfeld, Hadley Cantril, dan Frank Stanton (1940-an); (4) pengaruh film untuk indoktrinasi tentara Amerika dalam Perang Dunia II oleh Carl Hovland dan kawan-kawan (1949); (5) kampanye dukungan publik untuk PBB oleh Hughes (1950); dan (6) efektivitas kampanye pemilu demokratis oleh Berelson dan kawan-kawan (1954) dan Lazarfeld dan kawan-kawan (1944).

Pada tahap kedua ini, variabel yang berkaitan dengan karakteristik psikologi dan sosial, personal kontak dan lingkungan sosial, serta motif bermedia mulai dimunculkan untuk membedakan pengaruh media pada khalayaknya. Bahkan di tahun 1960, melalui penelitiannya Joseph Klapper (dalam Boyd-Barrett dan Newbold, 1995) sampai pada kesimpulan bahwa komunikasi massa pada dasarnya tidaklah berfungsi sebagai penyebab yang cukup atau perlu pada efek khalayak, tetapi malah berfungsi melalui sebuah nexus pada faktor-faktor yang mengantarai. Artinya, media dilihat bekerja dalam sebuah struktur yang telah ada sebelumnya pada hubungan sosial dan sebuah konteks sosial dan kultural tertentu. Faktor-faktor ini mempunyai keunggulan dalam pembentukan pendapat, sikap dan perilaku yang sedang dikaji, dan juga membentuk pilihan media, perhatian dan tanggapan pada sebagian khalayak. Pada tahap ini, apa yang diasumsikan sebagai efek powerful dari media sebagaimana dinyakini pada tahap sebelumnya tidak terbukti. Yang ada hanyalah efek terbatas (*limited effect*) dari media massa.

Tahap ketiga (*powerful media rediscovered*) berlaku dari awal

tahun 1960-an hingga akhir 1970-an. Masa ini adalah waktu dimana penelitian tentang efek media, khususnya televisi, menempati posisi dominan dalam banyak penelitian media massa. Kajian yang dilakukan Schramm, Lyle dan Parker (1961) menyimpulkan, bahwa hubungan yang muncul antara exposure kekerasan TV dengan imitasi pada kekerasan kejahatan bukanlah bersifat kebetulan belaka.

Pembaruan kembali penelitian efek pada tahap ini ditandai oleh sebuah peralihan dari perhatian yang mengarah pada perubahan jangka panjang, kesadaran pada sikap dan pengaruh, dan mengarah pada fenomena kolektif semacam iklim pendapat, struktur kepercayaan, ideologi, pola-pola kultural dan bentuk-bentuk institusi dari kelengkapan media. Perhatian juga difokuskan pada variabel-variabel antara dari konteks, disposisi dan motivasi.

Tahap keempat (*negotiated media influence*) terjadi pada akhir tahun 1970-an dengan adanya pendekatan baru pada penelitian efek media dengan fokus perhatian pada efek konstruksi makna. Konstruksi ini seringkali ditawarkan dengan suatu cara sistematis pada khalayak, dimana mereka nantinya akan terlibat atau tidak, berdasarkan beberapa bentuk negosiasi pada struktur makna personal, yang seringkali dibentuk oleh identifikasi-identifikasi kolektif sebelumnya. Makna ini dikonstruksikan oleh khalayak media itu sendiri. Proses mediasi ini seringkali melibatkan pengaruh yang kuat dari konteks sosial yang dekat dengan penerima (khalayak). Terobosan pada pandangan "semua media powerful" ini juga ditandai dengan perubahan metodologisnya: dari kuantitatif ke kualitatif. Kekuatan media pada tahap ini kembali terasa dengan munculnya gagasan yang berkaitan dengan ideologi, kesadaran palsu, kultivasi, dan spiral keheningan.

Munculnya paradigma efek media kuat ini mempunyai dua arah: media "membentuk" formasi-formasi sosial dan bahkan sejarahnya sendiri melalui framing citra dari realita (dalam fiksi maupun berita) dengan cara-cara yang dapat diprediksi dan terpolakan; dan orang-orang dalam khalayak mengkonstruksi pandangan mengenai realita sosial mereka sendiri dan tempat mereka di dalamnya, dalam interaksi dengan konstruksi simbolik yang ditawarkan oleh media.

Perkembangan penelitian media dan komunikasi, menurut Jensen (2002: 156-170), dengan mengutip Lowery dan DeFleur, bisa

dibedakan menjadi dua tonggak sejarah penting (*milestones*): tonggak I didominasi studi kuantitatif di AS; dan tonggak II didominasi studi kualitatif di Eropa.

Tonggak pertama diawali kajian Payne Fund yang merupakan program penelitian substansial pertama di AS untuk mengkaji efek film pada anak-anak dan generasi muda melalui beragam metodologi (analisis isi, survai, eksperimen, dan lain-lain). Berikutnya studi tentang efek drama radio "War of the Worlds" pada khalayak AS dengan menggunakan kombinasi pendekatan kuantitatif dan kualitatif.

Selanjutnya, studi tentang difusi inovasi pada bermacam informasi dan inovasi dikaitkan dengan proses perubahan sosial. Kemudian kajian komunikasi dalam konteks politik (*the people's choice*) dilakukan dengan menggunakan model panel dan survai. Kajian komunikasi politik ini menegaskan, media lebih banyak memperteguh sikap calon pemilih, bukan mengubah posisi politiknya. Studi gratifikasi radio menjadi basis awal perkembangan penelitian terkait dengan penggunaan dan kepuasan yang dicari khalayak melalui konsumsi media massa.

Kajian selanjutnya terkait dengan film eksperimen untuk mengubah sikap khalayak AS terhadap keikutsertaan AS dalam Perang Dunia II. Kajian eksperimen ini menjadi basis bagi penelitian-penelitian persuasi selanjutnya. Studi pengaruh personal (*personal influence*) menjadi penanda penting akan hadirnya mediator (*opinion leaders*) dalam proses mediasi. *Project reveve* terkait dengan penggunaan leaflet yang disebar melalui udara oleh militer AS selama berlangsung Perang Dingin dan Perang Korea.

Kehadiran televisi di AS telah merangsang studi intensif akan pengaruhnya terhadap kehidupan anak-anak. Beragam studi dilakukan dengan menggunakan beragam metode penelitian. Selain studi gratifikasi, juga dilakukan studi kultivasi terkait dengan program-program kekerasan di televisi dan pengaruhnya terhadap pecandu berat siaran televisi. Dalam konteks politik, dilakukan kajian pengaruh agenda media terhadap agenda khalayaknya melalui studi agenda-setting. Tonggak pertama masih menyisakan persoalan besar terkait dengan pengaruh isi siaran televisi terhadap perilaku khalayaknya.

Tonggak kedua ditandai dengan observasi terhadap posisi

media massa dalam era urbanisasi dan modernisasi di Inggris yang menjadi basis penting bagi proses konsumsi dan resepsi media. Implikasi bentuk-bentuk kultural yang disebarakan melalui teknologi media massa menjadi perhatian peneliti Eropa berikutnya. Media telah menghilangkan “aura” sebuah karya seni dibandingkan dengan performansinya secara tradisional.

Paska perang, di Eropa mulai muncul upaya-upaya untuk mendefinisikan kebudayaan sebagai antitesis terhadap munculnya Amerikanisasi melalui serbuan budaya populer melalui media massa. Kajian tentang mitos (*Myth Today*) berada dalam konteks historis semacam itu. Berbagai kajian di Eropa ini lebih banyak menggunakan pendekatan strukturalis-humanistik yang bersifat kualitatif melalui metode semacam analisis semiotika, analisis wacana, dan penelitian lapangan (*field research*). Topik terkait gratifikasi media dan resepsi media juga lebih banyak didekati dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Tampaknya, apabila kita menggunakan pendekatan Rubin dan kawan-kawan, tonggak penelitian komunikasi di AS lebih banyak didominasi penelitian berorientasi pada orang atau perilaku (*people-or-behavior oriented research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedang penelitian di Eropa lebih banyak berorientasi pada pesan atau artifak (*message-or-artifact oriented research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Perkembangan mutakhir penelitian komunikasi bisa dilacak dari berbagai jurnal yang ada. Misalnya saja dengan mencermati abstrak jurnal *Communication Research* edisi tahun 2008 (Paul dan kawan-kawan, 2009). Tampaknya penelitian komunikasi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif masih dominan. Setidaknya, dari 43 artikel yang ada, sekitar 46.5 persen menggunakan desain survei, 23.3 persen desain eksperimen, dan 7 persen desain gabungan. Sisanya, sebanyak 23.3 persen, tidak dengan tegas mencantumkan desain yang digunakannya.

Sementara itu, Wimmer dan Dominick (2003) melaporkan, sebanyak 31 artikel dalam *Journal of Public Relations* selama tahun 1998-2000 menggunakan 41 metode penelitian empiris berbeda. Sebanyak 56 persen menggunakan pendekatan kuantitatif dan 44

persen menggunakan pendekatan kualitatif. Ada sebanyak 5 kajian menggabungkan keduanya. Desain survai paling banyak digunakan (70 persen) dengan koleksi data melalui pos. Ranking kedua diduduki desain eksperimen diikuti dengan desain analisis isi. Studi kasus dan wawancara mendalam merupakan teknik yang paling banyak dipakai dalam pendekatan kualitatif.

Bagaimana dengan perkembangan penelitian komunikasi di Indonesia? Jawaban pasti atas pertanyaan ini membutuhkan sebuah studi menyeluruh terhadap berbagai hasil penelitian (skripsi, tesis, disertasi) yang telah dihasilkan oleh para mahasiswa dan ilmuwan komunikasi dari berbagai perguruan tinggi yang menyelenggarakan pendidikan ilmu komunikasi di Indonesia dan publikasi ilmiah komunitas ilmuwan komunikasi yang telah dihasilkan apakah itu melalui jurnal, konferensi, atau seminar. Sayangnya kajian semacam ini belum pernah dilakukan sehingga pembicaraan mengenai perkembangan penelitian komunikasi di Indonesia dengan paradigma yang digunakan masih bersifat spekulatif karena semata-mata didasarkan pada pengalaman penulis selama bergaul dengan komunitas ilmuwan komunikasi di Universitas Diponegoro dan Universitas Indonesia dalam kapasitas sebagai pembimbing dan penguji skripsi, tesis dan disertasi.

Meskipun demikian pendapat Littlejohn dan Foss (2008) relevan untuk dikemukakan. Menurut mereka, perkembangan disiplin ilmu komunikasi di Amerika, Eropa, Asia dan Afrika mempunyai perbedaan dalam pendekatan penelitian. Penelitian komunikasi di Amerika sangat diwarnai pendekatan kuantitatif. Sedang di Eropa diwarnai pendekatan kualitatif melalui perspektif Marxis dengan metode kritis dan kultural. Dalam perkembangannya kemudian kedua wilayah ini saling mempengaruhi satu sama lain. Sementara itu penelitian komunikasi di wilayah Asia dan Afrika mencoba mencari alternatif di luar pendekatan Eropa sentris.

Dengan mencermati pandangan Littlejohn dan Foss tersebut apabila kita kembalikan pada kondisi penelitian komunikasi di tanah air maka dominasi pendekatan kuantitatif dalam paradigma positivistik masih banyak dijumpai dalam penelitian komunikasi di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Meskipun demikian penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma

post positivistik, konstruktivis atau kritis pun mulai banyak dilakukan untuk penelitian skripsi, tesis dan disertasi. Kebanyakan mahasiswa yang dibimbing penulis untuk mengerjakan skripsi, tesis dan disertasi menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma non positivistik.

Bagaimana dengan penelitian yang menggunakan metode campuran (*mixed methods*)? Relatif masih jarang ditemui kecuali dalam penelitian dengan menggunakan metode analisis wacana kritis yang menggabungkan antara analisis teks dengan analisis konteks (produksi, konsumsi dan sosial). Dalam analisis teks biasanya dilakukan analisis isi secara kuantitatif dan kualitatif. Sedang analisis konteks biasanya digunakan analisis dokumentasi, observasi terlibat, dan wawancara mendalam. Bagaimana prospek penelitian dengan menggunakan metode campuran ini?

G. Masa Depan Metode Campuran

Menurut Baxter dan Babbie (2004: 65), penelitian yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif disebut sebagai penelitian beragam metode (*multi-method research*). Penelitian semacam ini bisa dalam satu paradigma yang sama atau berbeda. Sementara menurut Bryman (2008: 603), penelitian yang menggabungkan kedua pendekatan tersebut disebut sebagai penelitian metode campuran (*mixed methods research*). *Research that combines research methods that cross the two research strategies*. Sebelumnya Bryman menyebut sebagai penelitian strategi campuran (*mixed strategy research*).

Penelitian model campuran semacam ini masih menyisakan perdebatan epistemologis ketika dua paradigma di belakang penelitian kuantitatif dan kualitatif digabung menjadi satu. Sangat bisa dipahami apabila menyangkut hal-hal filosofis paradigmatis di balik penelitian kuantitatif dan kualitatif tersebut memang benar-benar berbeda, misalnya secara ontologis realitas dalam pandangan paradigma positivistik bersifat naif, "nyata" dan berada di luar diri peneliti. Sementara paradigma kritis melihat realitas yang sama bersifat historis (realisme historis) yang dipengaruhi oleh kepentingan kekuasaan tertentu di belakangnya. Dalam hal-hal semacam ini memang perdebatan tersebut sulit untuk disatukan. Terlebih pengikut

aliran kritis ini selalu curiga pada realitas positivistik yang mereka anggap sebagai manifestasi dari kesadaran palsu kelompok dominan yang senantiasa dinaturalisasikan pada kelompok submisif sebagai bagian dari kesadaran mereka.

Kelompok yang menyatakan bahwa model metode campuran ini bisa dilakukan sebenarnya lebih mengandalkan pada alasan-alasan teknis terkait kekuatan masing-masing pendekatan untuk kepentingan koleksi data dan analisis data. Misalnya Hammersley yang menawarkan tiga pendekatan pada penelitian metode campuran ini: triangulasi (*triangulation*); fasilitasi (*facilitation*), dan komplementasi (*complementarity*) (Bryman, 2008: 606-607).

Triangulasi terkait penggunaan penelitian kuantitatif untuk mendukung atau menguatkan temuan-temuan penelitian kualitatif atau sebaliknya. Triangulasi ini banyak digunakan sebagai satu cara untuk meningkatkan kualitas hasil penelitian (*validitas*) melalui beragam sumber data.

Fasilitasi terkait dengan penggunaan satu strategi penelitian untuk membantu strategi penelitian yang lain. Pendekatan fasilitasi ini terlihat ketika peneliti menggunakan salah satu pendekatan sebagai sumber data sekunder.

Komplementasi berhubungan dengan dua strategi penelitian digunakan dengan cara menggabungkan hal-hal yang sesuai (*dovetail*) dari aspek-aspek berbeda dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian teks bisa digunakan analisis kuantitatif dan kualitatif bersama-sama untuk menemukan struktur permukaan (*surface structure*) dan struktur dalam (*deep structure*) teks. Contoh lain, ketika peneliti menggunakan wawancara mendalam sebagai tindak lanjut hasil wawancara terstruktur.

Apabila penelitian metode campuran ini semata-mata hanya menggabungkan penelitian kuantitatif dan kualitatif, maka perdebatan filosofis akan selesai ketika kita menggunakan paradigma postpositivistik. Hal itu disebabkan secara ontologis paradigma ini mencoba menutupi kelemahan paradigma positivistik yang mencermati realita sebagai sesuatu yang naif berada di luar diri individu manusia dan disimplifikasikan hanya bersifat numerik. Padahal manusia sebagai makhluk sosial menginternalisasikan semua bentuk simbolik

di lingkungannya untuk kemudian menjadi bagian di dalam dirinya (*stock of knowledge*). Semua simbol tersebut kemudian dijadikan basis untuk mengkonstruksi realita sebagaimana dialaminya. Dalam proses konstruksi semacam ini kesadaran subyektif manusia besar pengaruhnya. Artinya, kesimpulan numerikal yang menjadi tekanan penelitian kuantitatif akan semakin sempurna ketika dilengkapi dengan argumentasi subyektif narasumber (responden) bersangkutan. Alasan masing-masing responden setuju atau tidak setuju atas sesuatu, misalnya saja, akan makin bermakna ketika juga dibarengi dengan argumentasi masing-masing pihak. Jadi dalam keseluruhan populasi kita akan makin mendapatkan gambaran komprehensif terkait dengan pengalaman personal masing-masing individu.

Model penelitian dengan metode campuran ini banyak dijumpai dalam penelitian aplikatif untuk kepentingan evaluasi (Greene dan Caracelli, 2010; Patton, 2002). Kegiatan komunikasi strategis melalui *public relations* atau periklanan bisa menggunakan metode campuran ini untuk mendasari koleksi fakta (*fact finding*) dalam pengambilan keputusan strategis untuk merancang suatu kegiatan komunikasi tertentu. Dalam penelitian dasar (*basic research*) penggunaan metode campuran secara eksplisit diwakili metode penelitian analisis wacana kritis (*critical discourse analysis*) yang dikembangkan Norman Fairclough. Metode ini ketika melakukan analisis teks menggunakan analisis isi kuantitatif dan kualitatif. Kemudian dalam analisis praktek wacana bisa menggunakan survai dan wawancara mendalam untuk mengkaji proses konsumsi teks.

H. Penutup

Paradigma menjadi pemandu peneliti untuk menentukan perspektif teori dan metode penelitian yang akan digunakan. Paradigma yang digunakan dalam penelitian komunikasi adalah paradigma positivistik, postpositivistik, konstruktivis dan kritis. Diantara keempat paradigma ini keberadaan paradigma positivistik dirasakan masih dominan dibanding yang lain.

Metode campuran (*mixed methods*) merupakan model penelitian yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Metode ini menemukan muara justifikasinya dalam paradigma postpositivistik

ketika semua persoalan filosofis relatif tidak menghalangi penggunaan kedua pendekatan tersebut untuk digunakan bersama-sama dengan kemungkinan variasi gabungan (triangulasi, fasilitasi, komplementasi). Metode semacam ini relatif lebih banyak digunakan dalam studi aplikatif untuk kepentingan evaluasi. Meskipun demikian, kajian dasar (*basic research*) bisa juga menggunakan metode ini.

Masa depan penggunaan metode campuran ini masih terbuka lebar ketika kesadaran peneliti untuk menggunakan metode di luar arus utama (*mainstream*) semakin menggejala. Perguruan tinggi sebagai sumber pengembangan ilmu menjadi lokasi strategis untuk eksperimentasi penggunaan metode gabungan semacam ini.

Daftar Pustaka

- Baxter, Leslie & Babbie, Earl (2004). *The Basics of Communication Research*. Belmont CA, Wadsworth/Thomson Learning.
- Bryman, Alan. (2008). *Social Research Methods* (3rd ed.). Oxford, Oxford University Press
- Charon, Joel M (1979). *Symbolic Interactionism: An Introduction, An Interpretation, An Integration*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall Inc.
- Creswell, John W (1994). *Research Design: Qualitative & Quantitative Approaches*. Thousand Oaks, Sage Publications
- Fisher, Aubrey B (1978). *Perspectives on Human Communication*. New York & London, MacMillan Publishing Co. Inc. & Collier MacMillan Publishers
- Fiske, John. (1990). *Introduction to Communication Studies* (2nd ed.). London: Routledge
- Gamble, Teri Kwal and Gamble, Michael (2005). *Communication Works* (8th ed.). Boston, McGraw-Hill
- Guba, Egon G and Lincoln, Yvonna S (1994). "Competing Paradigms in Qualitative Research". Dalam Norman K. Denzin and Yvonna S. Lincoln. *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, Sage Publications: 105-117
- Greene, Jennifer C. And Caracelli J, Valerie (2010). "Memahami

- Paradigma Praktik Metode Campuran*". Dalam Abbas Tashakkori dan Charles Teddlie (editor), *Handbook of Mixed Methods In Social & Behavioral Research*. Jakarta, Pustaka Pelajar: 80-97
- Griffin, Em (2006). *A First Look At Communication Theory* (6th ed.). Boston, McGraw Hill
- Jensen, Klaus Bruhn (2002). "Media Effects: Quantitative Traditions". Klaus Bruhn Jensen (editor), *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*. London, Routledge: 138-155
- Kuhn, Thomas S (1970). *The Structure of Scientific Revolutions* (2nd ed.). Chicago, Chicago Press
- Lincoln, Yvonna S. and Egon G. Guba. (2000). "Paradigmatic Controversies, Contradictions and Emerging Confluences". Dalam Norman K. Denzin and Yvonna S. Lincoln. *Handbook of Qualitative Research* (2nd ed.). Thousand Oaks, Sage Publications: 163-188
- Littlejohn, Stephen W. (2002).(2005). *Theories of Human Communication* (7th ed.). (8th ed.). Belmont CA, Wadsworth/Thomson Learning
- Littlejohn, Stephen W. and Foss, Karen A. (2008). *Theories of Human Communication* (9th ed.). Belmont CA, Wadsworth/Thomson Learning
- McQuail, Denis (2005). *McQuail's Mass Communication Theory* (5th ed.). London, Sage Publications
- Miller, Khaterine (2005). *Communication Theories: Perspectives, Process, and Contexts* (2nd ed.). Boston, McGraw-Hill
- Neuman, W. Lawrence (1997). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (3rd ed.). Boston, Allyn and Bacon
- Rogers, Everett M. (1994). *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. New York, The Free Press.
- Ruben, Brent D. and Stewart, Lea P. (2006). *Communication and Human Behavior* (5th ed.). Boston, Pearson
- Rubin, RB, AM Rubin dan LJ Rubin. (2005). *Communication Research:*

- Strategies and Sources* (6th ed.). Belmont CA, Wadsworth
- Sarantakos, Sotirios (1993). *Social Research*. South Melbourne, MacMillan Education Australia PTY.LTD
- Stacks, Don, Mark Hickson, III and Sidney R. Hill, Jr. (1991). *Introduction to Communication Theory*. Fort Worth, Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Wimmer, Roger D dan Dominick Joseph R. (2003). *Mass Media Research* (7th ed.). Belmont CA, Wadsworth-Thomson Learning
- Paul, Bryant dan kawan-kawan. (2009). *Communication Research*. Volume 35 tahun 2008. <http://crx.sagepub.com/cgi/content/abstract/35/2/232> diunduh pada 4 Februari jam 23.00 di Semarang
- Patton, Michael Quinn. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, Sage Publications