



JURNAL

ISSN Cetak : 2087-6181

ISSN Online : 2302-4569

Semai Komunikasi

Volume II Nomor 1 - Desember 2011

Landasan Filosofis Penelitian Komunikasi

Turnomo Rahardjo

Ketika Keluarga Mengalami Disharmoni:

Dimana Posisi Perempuan? Analisis Wacana Kritis

Rubrik Oh Mama Oh Papa Majalah Kartini

Puji Riyanto

Program Promosi Universitas Dian Nuswantoro

Dalam Merekrut Mahasiswa Baru

Trubus Suryanto

Media Massa, Pemilukada dan Kepentingan Politik
di Ruang Publik

Hendra Alfani

Publik Sebagai Sentral Layanan Lembaga Penyiaran Publik

Lilie Budiastuti Wiratmo

Strategi Komunikasi “*Change Management*”

Studi Kasus : Perubahan Konsep Bisnis dari

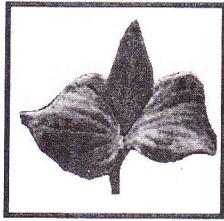
Hotel Konvensional ke Hotel Syariah)

Syailendra Reza Irwansyah Rezeki

Jurnal Semai Komunikasi	Vol. II	No. 1	Hlm. 1-84	Desember 2011	ISSN ctk: 2087-6181 on: 2302-45691
----------------------------	---------	-------	-----------	------------------	--



Sekolah Tinggi Ilmu Komunika
(STIKOM) Semarang



JURNAL

ISSN Cetak: 2087-6181
ISSN Online: 2302-4569

Semai Komunikasi

Vol. II No 1, Desember 2011

Daftar Isi

Daftar Isi	iii
Dari Redaksi	iv
Landasan Filosofis Penelitian Komunikasi	
<i>Turnomo Rahardjo</i>	1
Ketika Keluarga Mengalami Disharmoni: Dimana Posisi Perempuan? (Analisis Wacana Kritis Rubrik <i>Oh Mama Oh Papa</i> Majalah <i>Kartini</i>)	
<i>Puji Rianto</i>	12
Program Promosi Universitas Dian Nuswantoro dalam Merekrut Mahasiswa Baru	
<i>Trubus Suryanto</i>	23
Media Massa, Pemilikada dan Kepentingan Politik di Ruang Publik	
<i>Hendra Alfani</i>	38
Publik Sebagai Sentral Layanan Lembaga Penyiaran Publik	
<i>Lilieki Budiastuti Wiratmo</i>	51
Strategi Komunikasi "Change Management" (Studi Kasus: Perubahan Konsep Bisnis dari Hotel Konvensional ke Hotel Syariah)	
<i>Syailendra Reza Irwansyah Rezeki</i>	60
Tentang Penulis	82

LANDASAN FILOSOFIS PENELITIAN KOMUNIKASI

Turnomo Rahardjo
Jurusan Ilmu Komunikasi
FISIP Universitas Diponegoro
e-mail: .com

Abstract:

Communication research is a systematic attempt to produce knowledge. It related to the production and using of verbal and nonverbal symbols in social-cultural context. In practice, communication research should apply either single or multiple approach, that is quantitative approach or/and qualitative approach. The difference between the two of them are characterized by paradigm as philosophical foundation of research. Paradigm is a basic belief system that based on ontological, epistemological, axiological, and methodological assumptions. Communication research paradigm is not monolithic in nature. There are several known such as positivism, interpretive, and critical paradigm. Paradigm is human construction, ideas that represent several ways to understand reality. Researcher should determine theories and research method based on paradigm, that will have implications on the role of researcher, research design, research setting, measurement instruments, and theory building.

Keywords: paradigm, positivism, interpretive, critical, quantitative approach, qualitative approach.

PENDAHULUAN

Terdapat lebih dari satu definisi tentang penelitian (*research*). Dalam definisi yang sangat umum, penelitian dipahami sebagai usaha untuk menemukan sesuatu. Batasan lain mengatakan bahwa penelitian adalah analisis empirik secara kuantitatif maupun kualitatif yang terorganisasi, obyektif, dan terkontrol terhadap satu atau lebih variabel. (Wimmer & Dominick, 2000: 4). Sedangkan Neuman (1997: 2) memberi batasan penelitian sebagai sekumpulan metoda yang digunakan secara sistematis untuk memproduksi pengetahuan. Informasi penting dari

beberapa definisi tersebut adalah bahwa penelitian merupakan kegiatan untuk mendapatkan pemahaman yang tepat atas persoalan yang terjadi.

Dalam lingkup yang lebih spesifik, apa yang dimaksud dengan penelitian komunikasi (*communication research*)? Dalam catatan Baxter & Babbie (2004: 11), penelitian komunikasi mencakup produksi dan penggunaan lambang-lambang verbal dan non verbal dalam konteks sosial dan budaya yang memungkinkan terciptanya dinamika masyarakat. Sedangkan McQuail (2000: 12) menguraikan wujud nyata dari penelitian komunikasi dengan



merumuskan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

- o *Who communicates to whom?* Siapa berkomunikasi dengan siapa? (sumber dan penerima).
- o *Why communicate?* Mengapa berkomunikasi? (fungsi dan maksud/tujuan).
- o *How does communication take place?* Bagaimana komunikasi berlangsung? (saluran, bahasa, kode).
- o *What about?* Tentang apa? (isi, referensi, tipe informasi).
- o *What are the outcomes of communication?* Apa hasil dari komunikasi (disengaja atau tidak disengaja) terhadap informasi, pemahaman, dan tindakan?

Sedangkan McQuail (2010: 18) menguraikan pertanyaan-pertanyaan untuk teori dan penelitian tentang jejaring dan proses komunikasi sebagai berikut:

- o *Who is connected to who in a given network and for what purpose?* Siapa terhubung dengan siapa dalam suatu jejaring dan untuk maksud apa?.
- o *What is the pattern and direction of flow?* Bagaimana pola dan arus komunikasinya?.
- o *How does communication take place?* Bagaimana komunikasi berlangsung? (saluran, bahasa, kode).
- o *What types of content are observed?* Tipe-tipe isi (pesan) apa yang diobservasi?.
- o *What are the outcomes of communication?* Apa hasil dari komunikasi, disengaja atau tidak disengaja?

Dalam pelaksanaannya, peneliti (komunikasi) selain dipersyaratkan untuk memahami langkah-langkah penelitian sesuai dengan pendekatan yang digunakan, juga dituntut untuk memiliki ketekunan, interaksi dengan pihak lain,

dan keinginan yang kuat untuk melakukan penelitian dengan baik.

Penelitian komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan tunggal yang berbeda karakteristiknya, yaitu pendekatan kuantitatif (*objectivist*) dan pendekatan kualitatif (*subjectivist*). Penelitian komunikasi dengan pendekatan kuantitatif berhubungan dengan pengujian hipotesis dan data yang dikuantifikasikan melalui penggunaan teknik-teknik pengukuran yang obyektif dan analisis statistik. Sedangkan penelitian komunikasi dengan pendekatan kualitatif memiliki keterkaitan dengan analisis data visual dan data verbal yang merupakan cerminan dari pengalaman sehari-hari. Dalam praktiknya, penelitian kualitatif menggunakan metoda pengumpulan data dan metoda analisis non kuantitatif, misalnya wawancara mendalam dan observasi, karena studi yang dilakukan berusaha untuk memahami suatu fenomena sebagaimana yang dirasakan dan dialami oleh para pelaku sosial.

Dalam catatan pengalaman penulis, selama ini terkesan peneliti yang akan melakukan aktivitas studinya tidak cukup memberi perhatian kepada acuan berpikir (filosofis) yang membedakan antara penelitian komunikasi kuantitatif dengan penelitian komunikasi kualitatif. Peneliti cenderung menggunakan pendekatan (kuantitatif atau kualitatif) atas dasar "lebih suka" dengan pendekatan tertentu yang dipilih atau "keterbatasan kemampuan" (misal menghindari penelitian kuantitatif karena tidak memahami statistik dengan baik).

Secara konseptual, perbedaan antara penelitian kuantitatif dengan penelitian kualitatif ditandai oleh adanya perbedaan paradigma, yaitu sistem keyakinan dasar yang diyakini penelitiannya dalam menjalankan kegiatan penelitian. Makalah



ini lebih menitikberatkan pada diskusi tentang paradigma penelitian komunikasi sebagai landasan filosofis dan perbedaan metodologis antara penelitian kuantitatif dengan penelitian kualitatif sebagai konsekuensi dari paradigma yang dipakai peneliti sebagai acuan untuk melaksanakan penelitian.

PENGERTIAN DAN SIFAT PARADIGMA

Dalam tataran teoritik, terdapat beberapa pengertian tentang paradigma yang digunakan sebagai pijakan berpikir filosofis para peneliti sosial (komunikasi) dalam memandu langkah-langkah mereka melaksanakan penelitian, yaitu:

1. Paradigma merupakan seperangkat proposisi yang menjelaskan bagaimana "dunia" (realitas) dipahami. Paradigma berisi sebuah *worldview*, yaitu sebuah cara untuk menyederhanakan kompleksitas realitas yang nyata dan memberi pedoman kepada para peneliti sosial tentang apa yang penting, apa yang sah, dan apa yang layak (Sarantakos, 1993: 30).
2. Paradigma merupakan seperangkat keyakinan dasar (*basic belief system* atau *metaphysics*) yang berkaitan dengan prinsip-prinsip utama. Sebuah paradigma, bagi para penganutnya, akan merepresentasikan suatu *worldview* yang mendefinisikan sifat dunia (realitas), tempat atau posisi individu di dalamnya dan jarak kemungkinan hubungan antara dunia (realitas) dengan bagian-bagiannya. Secara ringkas dapat didefinisikan bahwa paradigma merupakan sistem keyakinan dasar yang bersandar pada asumsi-asumsi ontologi, epistemologi, dan metodologi (Guba & Lincoln dalam Denzin & Lincoln (pen.), 1994: 107). Asumsi ontologi mempertanyakan tentang bentuk dan sifat realitas. Asumsi epistemologi mempertanyakan sifat hubungan (*relationship*) antara peneliti (*knower*) dengan realitas yang diteliti (*known*). Asumsi metodologi mempertanyakan bagaimana peneliti berusaha menjelaskan apa yang ia yakini dapat diketahui.
3. Paradigma secara umum didefinisikan sebagai keseluruhan sistem pemikiran. Paradigma mencakup asumsi-asumsi dasar, pertanyaan-pertanyaan (penelitian) penting yang harus dijawab, teknik-teknik penelitian yang digunakan dan contoh-contoh penelitian ilmiah yang baik (Neuman, 1997: 62-63).
4. Paradigma merupakan seperangkat teori, prosedur, dan asumsi yang diterima (*accepted*) tentang bagaimana peneliti memahami dunia (realitas). Paradigma didasarkan pada aksioma-aksioma, pernyataan-pernyataan yang secara universal diterima sebagai suatu kebenaran. Paradigma memiliki kedudukan yang penting, karena berkaitan dengan pemilihan metoda-metoda penelitian tertentu (Wimmer & Dominick, 2000: 103).
5. Paradigma adalah model dasar atau skema yang mengorganisasikan pandangan kita tentang realitas (Baxter & Babbie, 2004: 66).
6. Paradigma merupakan sebuah istilah yang berasal dari sejarah ilmu, digunakan untuk menerangkan kumpulan keyakinan dan mengarahkan peneliti untuk memahami apa yang seharusnya diteliti, bagaimana penelitian seharusnya dilakukan, dan bagaimana hasil-hasil penelitian seharusnya diinterpretasikan (Bryman, 2008: 696-697).

Gagasan tentang paradigma sebagai prinsip dasar untuk membedakan



penelitian komunikasi yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan kualitatif juga dikemukakan oleh Cresswell (1994: 5). Ia menjelaskan paradigma sebagai kajian yang berkaitan dengan lima isu filosofis, yaitu ontologi yang mempertanyakan sifat realitas,

epistemologi yang mempertanyakan hubungan antara peneliti dengan realitas yang diteliti, aksiologi yang mempertanyakan tentang peran nilai, dan retorika yang membahas bahasa penelitian serta metodologi yang memberi perhatian pada proses penelitian.

TABEL 1

ASUMSI-ASUMSI PENDEKATAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF

Asumsi	Pertanyaan	Kuantitatif	Kualitatif
Ontologi	Sifat realitas	Realitas bersifat obyektif dan tunggal, terpisah dari penelitinya.	Realitas bersifat subyektif dan banyak, seperti yang dilihat oleh setiap orang dalam penelitian.
Epistemologi	Hubungan peneliti dengan realitas yang diteliti	Peneliti bersikap independen terhadap realitas yang ditelitinya.	Peneliti berinteraksi dengan realitas yang ditelitinya.
Aksiologi	Peran nilai	Bebas nilai dan tidak bias.	Sarat nilai dan bias.
Retorika	Bahasa penelitian	Formal, berdasarkan pada seperangkat definisi dan tidak personal.	Informal, menyusun keputusan-keputusan, dan personal.
Metodologi	Proses penelitian	Deduktif, sebab-akibat, disain bersifat statis (kategori-kategori dipisahkan sebelum penelitian dilakukan), bebas konteks, generalisasi mengarah pada prediksi dan eksplanasi, akurasi melalui validitas dan reliabilitas.	Induktif, simultan, disain muncul (kategori-kategori diidentifikasi selama proses penelitian), terikat konteks, teori-teori dikembangkan untuk menciptakan pemahaman.

Sumber: Cresswell. *Research Design, Qualitative & Quantitative Approaches*, 1994: 5.

Pendekatan kuantitatif dan kualitatif dalam studi komunikasi dapat ditelusuri melalui perbedaan antara pendekatan *objectivist* dengan pendekatan *subjectivist*. Pendekatan *objectivist* memahami adanya "realitas" eksternal, mencari keteraturan-keteraturan dalam perilaku, dan memahami komunikasi sebagai "ditentukan" oleh situasi dan lingkungan.

Sebaliknya, pendekatan *subjectivist* menegaskan tidak adanya "realitas" yang eksternal, mencoba untuk memahami pihak-pihak yang berkomunikasi dari perspektif individual dan memandang komunikasi sebagai sebuah fungsi dari "kehendak yang bebas" (Gudykunst, Lee, Nishida, Ogawa dalam Gudykunst (pen.), 2005: 4).



TABEL 2
ASUMSI-ASUMSI TENTANG TEORI

OBJECTIVIST (Causal Process)	SUBJECTIVIST (Human Action/Interpretive)
ONTOLOGI Realisme: Ada realitas eksternal bagi individu-individu; realitas itu ada, bahkan ketika realitas tersebut tidak dipersepsikan dan dilabelkan.	Nominalisme: Tidak ada realitas eksternal bagi individu-individu; nama, konsep, dan label bersifat artifisial dan dipakai untuk mengkonstruksikan realitas.
EPISTEMOLOGI Positivisme: Berusaha untuk menjelaskan dan memprediksi pola-pola komunikasi dengan mencari keteraturan-keteraturan dan/atau hubungan sebab-akibat.	Anti Positivisme: Komunikasi hanya dapat dipahami dari perspektif individu-individu yang berkomunikasi, tidak ada penelusuran terhadap keteraturan-keteraturan yang mendasarinya.
SIFAT MANUSIA Determinisme: Komunikasi ditentukan oleh situasi, lingkungan dimana peristiwa komunikasi berlangsung atau oleh sifat-sifat individual.	Voluntarisme: Pihak-pihak yang berkomunikasi memiliki otonomi dan kehendak yang bebas.
METODOLOGI Nomothetic: Penelitian perlu didasarkan pada langkah-langkah yang sistematis dan ilmiah.	Ideographic: Untuk memahami komunikasi, maka pengetahuan dari tangan pertama harus diperoleh melalui analisis terhadap catatan-catatan subyektif.

Sumber: Gudykunst (pen.). *Theorizing about Intercultural Communication*, 2005: 5.

Paradigma dalam penelitian komunikasi tidak bersifat monolitik. Artinya, terdapat lebih dari satu paradigma yang dapat digunakan sebagai pijakan berpikir filosofis dalam melakukan kegiatan penelitian. Dalam beberapa literatur atau pustaka metoda penelitian sosial ditemukan beragam peta tentang paradigma. Sotirios Sarantakos (*Social Research*) dan W. Lawrence Neumann (*Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches, Third Edition*) membagi paradigma ke dalam tiga jenis, yaitu positivisme, interpretif, dan kritikal. Judith N. Martin & Thomas K. Nakayama (*Intercultural Communication in Contexts*) menyebut tiga paradigma, yaitu ilmu sosial (*functionalist*), interpretif, dan kritikal. Leslie A. Baxter & Earl Babbie (*The Basics of Communication Research*) membagi

paradigma ke dalam empat jenis, yaitu positivisme, sistem, interpretif, dan kritikal. Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln (penyunting *The Sage Handbook of Qualitative Research, Third Edition*) membagi paradigma ke dalam lima jenis, yaitu *positivism, postpositivism, critical theory et al., constructivism, dan participatory*. Dalam praktik penelitian komunikasi, paradigma positivisme, interpretif, dan kritikal lebih sering digunakan sebagai rujukan peneliti dalam menjalankan kegiatan studinya.

Paradigma Positivisme:

Positivisme merupakan pemikiran yang paling tua dalam ilmu-ilmu sosial. Sebagai sebuah aliran pemikiran (*school of thought*) dan sebagai landasan penelitian, positivisme telah mendominasi tempat



dari bagian terbesar sejarah ilmu-ilmu sosial. Positivisme sebagai sebuah pemikiran filosofis tidak dapat dilepaskan dari August Comte yang menulis buku *The Course of Positive Philosophy (Course de philosophie positive)* pada tahun 1864 (Foss dkk., 1985: 222). Comte menggunakan istilah "positive" untuk merujuk pada pengetahuan faktual dan pasti sebagai kebalikan dari pengetahuan imajiner dan tidak pasti. Positivisme didasarkan pada asumsi bahwa metoda ilmiah akan memberikan pedoman bagi pengetahuan yang pasti dan bahwa sesuatu (realitas) tidak pernah nyata, kecuali bila sesuatu (realitas) tersebut diuji secara empiris.

Foss dan kawan-kawan mencatat beberapa karakteristik dari gagasan paradigma positivisme, yaitu:

- Metoda ilmiah memiliki sifat "superior" untuk melakukan penelitian, tidak hanya penelitian ilmu-ilmu alam, tetapi juga penelitian ilmu-ilmu sosial.
- Pengetahuan ilmiah harus dapat diuji (*testable*). Dengan demikian, pengetahuan ilmiah berkaitan dengan pengalaman-pengalaman yang dapat diamati dan dicatat. Pengetahuan ilmiah tidak mengakui signifikansi atau validitas dari aspek-aspek subyektif, seperti perasaan, keinginan, emosi, nilai-nilai, dan pikiran-pikiran yang tidak dapat diukur secara empirik.
- Tujuan dari penelitian positivisme adalah menemukan generalisasi sebab-akibat (*law like generalization*) yang selanjutnya dapat dipakai untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku.
- Kajian ilmiah bersifat bebas nilai (*value-free*), karena berusaha untuk mencapai obyektivitas dan netralitas.

Dalam konteks tujuan penelitian sosial (komunikasi), paradigma posi-

tivisme memahami penelitian sebagai cara yang instrumental. Artinya, penelitian merupakan alat untuk mengkaji dan mempelajari kejadian-kejadian sosial, sehingga hukum-hukum kausal dapat ditemukan, dijelaskan, dan didokumentasikan. Pengetahuan mengenai kejadian-kejadian dan hukum-hukum sosial memungkinkan masyarakat dapat mengontrol dan memprediksikan kejadian-kejadian tersebut.

Paradigma Interpretif:

Paradigma interpretif atau dikenal juga dengan *interpretive social science* dapat ditelusuri pemikiran-pemikirannya melalui karya sosiolog Max Weber (1864-1920) dan filsuf Wilhelm Dilthey (1833-1911). Dalam karya utamanya *Introduction to Human Sciences* (Neuman, 1997: 68-69), Dilthey menyebutkan adanya dua tipe ilmu yang berbeda secara mendasar, yaitu *Naturwissenschaft* dan *Geisteswissenschaft*. Tipe ilmu yang pertama didasarkan pada penjelasan abstrak atau *erklarung*. Sedangkan tipe ilmu yang kedua berakar pada pemahaman *emphatic* atau *verstehen* mengenai pengalaman hidup orang sehari-hari dalam latar sejarah yang spesifik. Weber menegaskan bahwa ilmu sosial dibutuhkan untuk mempelajari tindakan sosial yang bermakna atau tindakan sosial dengan suatu tujuan/maksud. Weber dalam pemikirannya melibatkan *verstehen* dan menegaskan bahwa peneliti harus mengkaji alasan-alasan atau motif-motif pribadi yang membentuk perasaan internal seseorang (*a person's internal feelings*) dan memberi pedoman keputusan-keputusan untuk bertindak dalam cara-cara yang khusus.

Dalam memahami tujuan penelitian sosial, paradigma interpretif tidak mempunyai nilai instrumental yang langsung. Artinya, penelitian bukan



merupakan alat untuk mengkaji kejadian-kejadian sosial seperti yang tercermin dari gagasan positivisme. Penelitian dalam paradigma interpretif dimanfaatkan untuk membantu menginterpretasikan dan memahami alasan-alasan dari para pelaku terhadap tindakan sosial yang mereka lakukan, yaitu cara-cara dari para pelaku mengkonstruksikan kehidupan mereka dan makna yang mereka berikan kepada kehidupan tersebut. Tindakan sosial tidak dapat diamati, tetapi lebih kepada pemaknaan subyektif terhadap tindakan sosial tersebut.

Paradigma Kritisal:

Gagasan dalam paradigma kritisal dibangun melalui karya Karl Marx (1818-1883) dan para teoritis kritisal serta feminis. Meskipun pemikiran kritisal sudah dikembangkan pada paruh abad ke 19, namun secara penuh baru dapat diterima dalam ilmu-ilmu sosial, khususnya sosiologi setelah Perang Dunia II.

Dalam catatan Littlejohn & Foss (2005: 47), terdapat beberapa gagasan penting dari paradigma kritisal guna memahami keberadaan ilmu-ilmu sosial, yaitu:

- Tradisi kritisal berupaya untuk memahami sistem, struktur kekuasaan, dan keyakinan atau ideologi yang mendominasi masyarakat.
- Para teoritis kritisal secara khusus tertarik pada upaya untuk membongkar kondisi sosial yang menindas dan menyusun kekuatan guna mempromosikan emansipasi.
- Ilmu sosial kritisal berusaha untuk menyatukan teori dan tindakan. Artinya, ada keterlibatan para peneliti untuk tidak hanya mengkaji realitas sosial, tetapi mereka juga harus bertindak.

Tujuan penelitian sosial menurut teoritis kritisal ditentukan oleh sifat kritis dimana suatu penelitian berorientasi. Kondisi ini memungkinkan ilmuwan sosial dapat terlibat lebih dalam untuk menegaskan relasi yang sebenarnya, mengungkapkan mitos dan ilusi, menunjukkan kepada orang bagaimana "dunia" (lingkungan) seharusnya dan bagaimana mencapai tujuan-tujuan sosial serta bagaimana merubah "dunia". Ringkasnya, tujuan penelitian sosial dalam paradigma kritisal adalah untuk menghilangkan keyakinan dan gagasan palsu tentang masyarakat dan realitas sosial, memahami manusia sebagai makhluk kreatif dan berperasaan, dan melakukan kritik terhadap sistem kekuasaan dan ketidaksamaan struktur yang mendominasi dan menindas orang.

Tabel berikut menguraikan secara ringkas perbedaan-perbedaan karakteristik dari ketiga paradigma: positivisme, interpretif, dan kritisal.



TABEL 3
PERBEDAAN PARADIGMA PENELITIAN

Kriteria	Positivisme	Interpretif	Kritikal
Alasan penelitian	Menemukan hukum alam, sehingga manusia dapat memprediksi dan mengendalikan peristiwa.	Memahami dan menjelaskan tindakan sosial yang bermakna.	Meruntuhkan mitos dan memberdayakan orang untuk merubah masyarakat secara radikal.
Realitas sosial	Membuat stabil pola-pola yang sudah ada atau tatanan yang dapat ditemukan.	Definisi yang lentur mengenai situasi yang diciptakan melalui interaksi manusia.	Konflik diciptakan dan diatur oleh struktur yang tersembunyi.
Sifat manusia	Kepentingan diri sendiri dan individu-individu yang rasional yang dibentuk oleh kekuatan-kekuatan eksternal.	Masyarakat yang menciptakan makna dan secara konstan memahami lingkungannya.	Manusia yang kreatif dan adaptif, namun dijebak oleh ilusi dan eksploitasi.
Peran nalar	Sangat menonjol dan kurang valid dibanding ilmu.	Teori-teori <i>powerful</i> sehari-hari yang digunakan oleh orang awam.	Keyakinan palsu tentang kekuatan yang tersembunyi dan kondisi-kondisi sosial yang obyektif.
Teori	Logis, sistem deduktif tentang definisi, aksioma, dan hukum-hukum yang saling berkaitan.	Deskripsi tentang bagaimana sistem makna suatu kelompok diciptakan dan dipertahankan.	Kritik yang mengungkapkan tentang kondisi-kondisi yang benar dan membantu masyarakat cara melihat dunia yang lebih baik.
Eksplanasi	Secara logis berhubungan dengan hukum-hukum dan didasarkan pada fakta-fakta.	Ada perasaan benar terhadap orang yang diteliti.	Membekali masyarakat dengan alat-alat yang dibutuhkan untuk merubah dunia.
Pembuktian	Didasarkan pada pengamatan yang tepat dan dapat diulang oleh orang lain.	Dilekatkan dalam konteks interaksi sosial yang cair.	Diinformasikan oleh sebuah teori yang berusaha membuka selubung ilusi.
Nilai	Ilmu bersifat bebas nilai, dan nilai-nilai tersebut tidak mempunyai tempat, kecuali ketika peneliti memilih sebuah topik.	Nilai-nilai adalah bagian integral dari kehidupan sosial; tidak ada nilai-nilai kelompok yang salah, hanya berbeda.	Semua ilmu harus dimulai dari posisi nilai, beberapa posisi benar dan beberapa lainnya salah.

Sumber: Neuman, *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches, Third Edition, 1997: 83.*

Paradigma merupakan konstruksi manusia (*human construction*), yaitu gagasan yang merepresentasikan beragam cara yang dilakukan peneliti untuk memahami "dunia" (realitas). Sebagai konstruksi manusia, paradigma tidak dipahami dalam lingkup benar atau salah.

Paradigma adalah "cara melihat" (*way of looking*) realitas, sehingga perlu dimengerti dalam konteks kegunaannya. Melalui paradigma, peneliti bisa menetapkan pijakan teori dan metoda penelitian yang digunakan.



Dalam lingkup pertimbangan epistemologi (pertanyaan-pertanyaan tentang penciptaan dan perkembangan pengetahuan), Miller (2005: 28-29) menjelaskan posisi antara *objectivist* (kuantitatif) dengan

subjectivist (kualitatif) yang meliputi jenis pengetahuan yang diperoleh melalui teori, komitmen metodologi dalam pencarian pengetahuan, dan tujuan pengetahuan untuk pengembangan teori.

TABEL 4
POSISI OBJECTIVIST DAN SUBJECTIVIST DALAM EPISTEMOLOGI

	Objectivist	Subjectivist
Jenis pengetahuan yang diperoleh melalui teori:	Penjelasan (<i>explanation</i>) fenomena sosial yang didasarkan pada relasi sebab-akibat.	Pemahaman (<i>understanding</i>) fenomena sosial yang didasarkan pada pengetahuan yang disituasikan.
Komitmen metodologis dalam pencarian pengetahuan:	Pemisahan antara <i>knower</i> dengan <i>known</i> melalui penggunaan metoda ilmiah.	Kajian dari "dalam" melalui etnografi dan laporan para pelaku sosial.
Tujuan pengetahuan untuk pengembangan teori:	Kumulasi pengetahuan melalui pengujian dari komunitas ilmuwan.	Pemahaman kasus-kasus lokal dari kehidupan sosial yang disituasikan.

Sumber: Miller. *Communication Theories, Perspectives, Processes, and Contexts, Secon Edition, 2005: 29.*

PERBEDAAN METODOLOGIS

Konsekuensi dari keberadaan paradigma sebagai landasan filosofis penelitian sosial (komunikasi) adalah terjadinya perbedaan-perbedaan secara metodologis antara penelitian kuantitatif dengan penelitian kualitatif. Wimmer

& Dominick (2000: 14) menguraikan perbedaan metodologis tersebut dalam lima hal, yaitu *role of researcher, design, setting, measurement instruments, dan theory building*. Uraian ringkas tentang kelima hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

TABEL 5
PERBEDAAN METODOLOGIS

	Kuantitatif	Kualitatif
Role of researcher	Berusaha mencapai obyektivitas dan terpisah dari data.	Bagian integral dari data, tanpa keterlibatan peneliti tidak akan ada data.
Design	Ditetapkan sebelum penelitian dimulai.	Disusun selama penelitian berlangsung, dapat dirubah atau disesuaikan.
Setting	Melakukan penelitian dalam latar yang terkontrol.	Melakukan studi dalam latar yang alami.
Measurement instruments	Terpisah dari penelitiannya, digunakan untuk mengumpulkan data tanpa kehadiran peneliti.	Peneliti adalah instrumen.
Theory building	Menguji, mendukung atau menolak teori.	Mengembangkan teori sebagai bagian dari proses penelitian.

Sumber: Wimmer & Dominick. *Mass Media Research An Introduction, Sixth Edition, 2000: 104.*



Sarantakos (1993: 5) juga menyampaikan gagasan mengenai perbedaan antara pendekatan kuantitatif dengan

pendekatan kualitatif dalam lingkup metodologi, seperti yang terangkum dalam tabel berikut.

TABEL 6
PERBEDAAN METODOLOGI KUANTITATIF DAN KUALITATIF

Aspek	Kuantitatif	Kualitatif
Sifat realitas	Objektif, tunggal, sederhana, terkesan nyata.	Subyektif, problematik, holistik, konstruksi sosial.
Sebab-akibat	Cara berpikir monologis, ada relasi sebab-akibat.	Tidak deterministik, tidak ada relasi sebab-akibat.
Peran nilai	Penelitian yang bebas nilai.	Normatif, terikat pada nilai.
Ilmu alam dan ilmu sosial	Deduktif, model dari ilmu alam, <i>nomothetic</i> , didasarkan pada aturan-aturan yang ketat.	Induktif, model dari ilmu sosial, <i>ideographic</i> , tidak ada aturan-aturan yang ketat, interpretasi.
Metoda	Kuantitatif, matematis, menggunakan uji statistik.	Kualitatif, analisis verbal dan kualitatif.
Peran peneliti	Pasif, ada pemisahan antara <i>knower</i> dengan <i>known</i> .	Aktif, <i>knower</i> dan <i>known</i> bersifat interaktif dan tidak dapat dipisahkan.
Generalisasi	Induktif, pertanyaan-pertanyaan <i>nomothetic</i> .	Analitis atau konseptual, terikat pada waktu dan konteks yang spesifik.

Sumber: Sotirios Sarantakos. *Social Research*, 1993: 5

PENUTUP

Memahami paradigma sebagai landasan filosofis penelitian komunikasi merupakan langkah awal yang strategis, karena melalui pemahaman tersebut akan menuntun peneliti untuk melaksanakan studinya sesuai dengan prosedur atau langkah-langkah yang konsisten dengan paradigma sebagai keyakinan

dasar yang dipegang oleh penelitiannya. Dengan demikian, penelitian sebagai sebuah aktivitas untuk menemukan atau memproduksi pengetahuan dapat dilakukan dengan baik, sehingga penelitian yang dilaksanakan dapat dipertanggungjawabkan kualitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Baxter, Leslie A. & Earl Babbie (2004). *The Basics of Communication Research*, Canada: Wadsworth, A Division of Thomson Learning, Inc.
- Bryman, Alan (2008). *Social Research Methods, Third Edition*, New York: Oxford University Press, Inc.
- Cresswell, John W. (1994). *Research Design, Qualitative & Quantitative Approaches*, California: SAGE Publications, Inc.
- Denzin, Norman K. & Yvonna S. Lincoln (1994). *Handbook of Qualitative Research*, California: SAGE Publications, Inc.
- Foss, Sonya K. & Karen A. Foss (1985). *Contemporary Perspectives on Rhetoric*, Illinois: Waveland Press, Inc.



- Gudykunst, William B., Carmen M. Lee, Tsukasa Nisidha & Naoto Ogawa (2005). *Theorizing About Intercultural Communication*, California: SAGE Publications, Inc.
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss (2005). *Theories of Human Communication, Eight Edition*, Canada: Wadsworth, a division of Thomson Learning, Inc.
- Martin, Judith N. & Thomas K. Nakayama (2004). *Intercultural Communication in Contexts*, New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- McQuail, Denis (2000). *Mass Communication Theory, Fourth Edition*, California: SAGE Publications, Inc.
- McQuail, Denis (2010). *Mass Communication Theory, Sixth Edition*, California: SAGE Publications, Inc.
- Miller, Katherine (2005). *Communication Theories, Perspectives, Processes, and Contexts, Second Edition*, New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Neuman, W. Lawrence (1997). *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches, Third Edition*, Boston: Allyn & Bacon A Viacom Company.
- Sarantakos, Sotirios (1993). *Social Research*, South Melbourne: Macmillan Education Australia.
- Wimmer, Roger D. & Joseph R. Dominick (2000). *Mass Media Research An Introduction, Sixth Edition*, California: Wadsworth Publishing Company.