

**METODE PENELITIAN APLIKATIF
TERHADAP RISET KOMUNIKASI BERBASIS INTERNET**

***APPLICATIVE RESEARCH METHODS
TOWARD COMMUNICATION RESEARCH BASED ON THE INTERNET***

Bambang Mudjiyanto

Peneliti bidang *media and network society* pada Balai Pengkajian
dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Jakarta,
Jln. Pegangsaan Timur No. 19 B Jakarta Pusat, Provinsi DKI Jakarta, Indonesia,
HP : 08129065226, bamb037@kominfo.go.id
(Naskah diterima 6 Januari 2017; Direvisi 27 Februari 2017;
disetujui terbit Mei 2017)

ABSTRACT

This paper discussion departs from the phenomenon of persistence of the indications 'kekurangpasaan' research methods of communication in Internet-based communications research, particularly with respect to sampling. The phenomenon applications that are rooted in research methods and qualitative approaches based on the interpretive paradigm, was not immune from this paper discussion. The results showed that the method applied has two approaches, namely quantitative approach and qualitative approaches. Both approaches each with different research paradigms basis. Different bases on two approaches referred to, in turn differentiates the two approaches is also in the process of acquiring data from internet sources. In the quantitative approach, the data acquisition process that originates in the previous respondent must be done through a procedural process of sampling a relatively tight in order to avoid biased data. While on a qualitative approach, the process of determining the method postscript relatively few in number, are also demanding philosophical understanding of each method are sufficient to avoid mistakes in the application of qualitative research methods based on the interpretive paradigm.

Keywords: *Research Methods; Communication research; berbasis internet*

ABSTRAK

Bahasan KTI ini berangkat dari fenomena masih adanya indikasi kekurangan penerapan metode penelitian komunikasi dalam penelitian komunikasi berbasis internet, khususnya terkait dengan sampling. Fenomena aplikasi metode penelitian yang berakar pada pendekatan kualitatif dan berbasis pada paradigma interpretif, juga tidak luput dari bahasan KTI ini. Dari hasil bahasan memperlihatkan bahwa metode penelitian aplikatif terhadap riset komunikasi berbasis internet itu memiliki dua pendekatan, yaitu dengan pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Kedua pendekatan masing-masing dengan basis paradigma penelitian yang berbeda. Basis yang berbeda pada dua pendekatan dimaksud, pada gilirannya membedakan kedua pendekatan dimaksud pula dalam proses perolehan data dari sumber internet. Pada pendekatan kuantitatif, maka proses perolehan data yang bersumber pada responden itu sebelumnya harus dilakukan melalui proses prosedural sampling yang relatif ketat guna menghindarkan bias data. Sementara pada pendekatan kualitatif, proses penentuan metode yang nota bene relatif banyak jumlahnya, juga menuntut pemahaman filosofis masing-masing metode yang memadai guna terhindar dari kesalahan penerapan metode dalam penelitian kualitatif yang berbasis pada paradigma interpretif.

Kata-kata kunci : *Metode Penelitian ; Riset komunikasi; berbasis internet*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang dan Permasalahan

Internet yang memfasilitasi banyaknya saluran komunikasi, menjadikan ilmu komunikasi memiliki banyak fenomena komunikasi untuk dijadikan obyek studi. Namun, dalam kaitan ini, terutama dalam hubungannya dengan penerapan metode penelitian aplikatif yang ideal secara ilmiah, baik melalui pendekatan kualitatif maupun melalui pendekatan kuantitatif, kiranya masih menjadi sesuatu yang harus dipikirkan dengan matang. Hal ini tentunya masih mengindikasikan bahwa penerapan metode penelitian dalam riset komunikasi berbasis internet itu, tidak seluruhnya bisa pas. Hal ini terutama saja misalnya terkait dengan penerapan penelitian kuantitatif yang berbasis pada paradigma positivistik, khususnya terutama yang berkaitan dengan sampling.

Fenomena aplikasi metode penelitian yang berakar pada pendekatan kualitatif dan berbasis pada paradigma interpretif, juga tidak luput juga dari bahasan KTI ini. Ketidakluputan tadi sendiri juga dasarnya karena masih adanya indikasi yang sama juga dalam praktik.

Terkait fenomena menyangkut perihal aplikasi sebelumnya, maka KTI ini akan mencoba membahasnya lebih jauh. Fokus pembahasannya akan dimulai dari kaitannya dengan pendekatan kuantitatif dan diakhiri dengan pendekatan kualitatif.

B. Signifikansi

Terkait fenomena menyangkut perihal aplikasi sebelumnya, maka KTI ini akan mencoba membahasnya lebih jauh. Fokus pembahasannya akan dimulai dari kaitannya dengan pendekatan kuantitatif dan diakhiri dengan pendekatan kualitatif.

Hasil telaah dalam KTI ini diharapkan dapat berkontribusi akademik yang memadai dalam dunia akademisi. Kontribusi yang demikian pada gilirannya tentu diharapkan dapat membantu perkembangan yang lebih baik bagi ilmu pengetahuan khususnya melalui pelaksanaan-pelaksanaan riset, baik melalui pendekatan kuantitatif maupun kualitatif.

II. PEMBAHASAN

1. Pendekatan Kuantitatif

Pendekatan kuantitatif yang berbasis paradigma penelitian positivistic, penelitiannya pada dasarnya adalah berorientasi pada representativeness dan dengan begitu hasilnya diorientasikan menghasilkan generalisasi. Guna mendapatkan bahasan yang rinci terkait dengan topik dimaksud, maka pada sesi ini pembahasannya akan dibagi menjadi dua sub topik. Ini terdiri dari sub topik :

a. Berbasis Populasi Web/akun

Terkait upaya peneliti untuk melakukan riset komunikasi pendekatan kuantitatif yang berbasis pada internet, maka ini terikat dengan persoalan populasi. Dengan keterikatan dimaksud, maka itu berarti peneliti harus mengetahui persis populasinya. Upaya yang demikian dilakukan karena pada dasarnya populasi di internet seperti akun-akun, dalam realitanya tidak sepenuhnya benar, akan tetapi banyak juga akun-akun itu dimiliki oleh mesin. Contoh gejala seperti ini sering kita jumpai ketika kita hendak mengakses situs tertentu misalnya, di mana kita diminta untuk memasukkan huruf-huruf dalam kotak tersedia yang tujuannya untuk memastikan kita manusia atau mesin. Jika kita bisa menuliskan huruf-huruf dalam kotak tadi, maka kita akan dinilai sebagai pemilik akun manusia, karena hanya manusia yang dapat melakukan itu. Sementara kalau huruf-huruf tadi tidak dapat dituliskan, maka pemilik akun itu sudah pasti mesin.

Dihadapi kenyataan seperti itu, maka menjadikan akun-akun sebagai populasi guna penarikan sampel penelitian komunikasi, kiranya akan menjadi sesuatu yang keliru. Keliru karena peneliti akan tertipu dalam proses samplingnya. Ini pulalah sebabnya kenapa Neuman pernah menyebutkan bahwa sampel penelitian kuantitatif yang berbasis akun-akun pada medium internet cenderung tidak akan representative. Jika demikian, maka satuan populasi apa yang kiranya bisa digunakan untuk proses sampling yang bisa menghasilkan sampel yang representativeness ?

Terkait dengan pertanyaan sebelumnya, maka peluang terjadinya atau munculnya sampel yang representative, tampaknya itu bisa dilakukan jika peneliti menggunakan alamat websites sebagai satuan populasi. Dalam kepentingan ini, maka peneliti misalnya bisa mengacu pada websites internasional yang fokus pada pengidentifikasian *traffic access websites* tertentu. Websites dimaksud yaitu Alexa.com.

Dalam hubungan Alexa.com tadi, misalnya kita mau menjadikan websites Pemerintah Daerah tertentu, atau Organisasi humas di DKI Jakarta sebagai satuan populasinya, maka langkah pertamanya adalah dengan cara membuka situs Alexa.com tadi. Setelah terbuka, peneliti tinggal meminta *traffic access rank*-nya pada Alexa, misalnya terkait Organisasi humas di DKI Jakarta. Sejalan dengan prosesnya, maka akan muncul di situ populasi Humas di DKI Jakarta beserta rankingnya. Begitu juga kalau kita ingin mengetahui populasi dengan satuan *Top Sites in Indonesia*, maka kita akan mendapatkan data populasi tentang itu (lihat, <http://www.alex.com/topsites/countries/ID>). Populasi ini

kita jadikan dasar dalam proses sampling¹ misalnya untuk kepentingan penelitian kita, kepentingan itu misalnya menyangkut bagaimana sebenarnya netizen memperlakukan situs-situs dimaksud.

Dengan contoh websites tadi sebagai satuan populasi, kiranya itu dapat membuktikan kalau websites dalam internet itu secara metodologis bisa menghasilkan sampel yang representatif. Dengan begitu ini berarti metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif melalui metode survei sifatnya aplikatif untuk diterapkan.

b. Berbasis Populasi Masyarakat

Jika sebelumnya populasi terkait internet harus selektif satuan populasinya dalam rangka menjadikannya sebagai sumber sampling agar terhindar dari bias, maka populasi yang berbasis masyarakat, ragam satuannya cenderung akan layak dijadikan sebagai populasi dalam kaitan proses sampling. Hal ini karena di sini masyarakat berfungsi sebagai khalayak pengguna internet. Jadi, di sini anggota masyarakat tidak ada hubungannya dengan eksistensi hardware dan software internet itu sendiri. Oleh karena itu, menjadikan masyarakat sebagai populasi yang dijadikan dasar dalam proses sampling dalam penelitian komunikasi kuantitatif melalui metode survey misalnya, kiranya menjadi layak. Layak karena samplingnya cenderung akan menghasilkan sampling yang representatif.

Masyarakat sebagai populasi dalam penelitian komunikasi pendekatan kuantitatif bisa memiliki banyak satuan ukuran. Satuan ukuran ini harus tegas agar ditemukannya standard, jika tidak maka unit elementer dalam populasinya akan menjadi majemuk sehingga peneliti akan jadi sulit dalam proses sampling yang nota bene akan berpengaruh terhadap hasil penelitian, misalnya jadi sulit untuk menggeneralisasi. Dalam konteks ini, maka satuan itu misalnya masyarakat dalam satuan ukur pemilih tetap, masyarakat dalam arti organisasi masyarakat tertentu (misal organisasi Humas). Baiklah, guna mendapatkan gambaran yang lebih jelas terkait masalah populasi, responden sampling, distribusi sampling beserta masalah test distribusi sampling (normalitas sebaran data) ini, maka dalam hubungan topik "Berbasis Populasi Masyarakat" tersebut pembahasan selanjutnya akan difokuskan pada persoalan-persoalan dimaksud, sbb.:

1. Type populasi

Type populasi sebenarnya mengacu pada sifat dari populasi itu. Akan tetapi pengetahuan mengenai hal ini sering kali dilupakan para peneliti, sehingga akhirnya ketika dalam proses penelitian, yaitu dalam tahap proses sampling, prosesnya menjadi keliru dan akhirnya sampling yang didapat diperoleh dengan cara yang keliru. Dengan begitu, maka pada akhirnya dalam distribusinya pada populasi - sampel tidak tersebar dengan normal. Dalam konteks ini, maka ini berakibat pada masalah penggunaan type statistik yang akan digunakan dalam menganalisis data penelitian. Tolok ukur pengaplikasian type statistik sendiri, padahal mengacu pada soal normal tidaknya sebaran data tadi. Jika dalam distribusinya bersebar secara normal, maka type statistik yang digunakan adalah inferensial dan jika tidak normal maka typenya adalah deskriptif. Type statistik inferensial, sesuai dengan namanya yang berarti *to infern*-atau memasukkan dari sampel ke populasi, maka hasil penelitiannya diorientasikan pada penghasilan suatu generalisasi. Sementara jika typenya deskriptif sehubungan sebaran datanya tidak normal dalam distribusinya pada populasi, maka hasil penelitiannya pun tidak bisa menghasilkan generalisasi, akan tetapi hanya berlaku pada sampel itu sendiri. Idealnya, para peneliti tentu tidak menginginkan terjadinya hal tersebut.

Dalam konteks upaya menghindarkan terjadinya hal itu tadi, secara metodologis kiranya ada beberapa hal paling penting yang sekiranya perlu diketahui peneliti. Hal penting dimaksud yaitu menyangkut type populasi. Pengetahuan mengenai type populasi ini dalam realita masih sering ditemukan kurang dipahami dengan benar oleh kalangan peneliti. Indikasi itu tampak dari tulisan-tulisan mereka ketika menyajikan artikel ilmiah ataupun dalam membuat laporan penelitian. Indikasinya sendiri berupa tiadanya pemilahan yang tegas antara populasi area dan populasi target

¹ Terkait *Top Sites in Indonesia* ini populasi-nya berjumlah 500, maka kita bisa menggunakan monogram Harry King sebagai acuan prosedur sampling.

(sasaran-responden). Akibat ketidaktegasan ini yaitu berupa pelencengan dalam penentuan jumlah sampel area, dan dalam praktiknya akhirnya biasanya dilakukan secara purposive. Suatu metode yang tentunya bukan menjadi tabiat dari penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang bersifat *scanning*. Metode yang demikian biasanya akrab dengan penelitian pada pendekatan kualitatif yang memang sifatnya *unscanning*. Praktik yang demikian sangat sering dijumpai dalam praktiknya, terutama dalam praktik penelitian-penelitian “plat merah”.

Populasi area sendiri dimaksudkan merujuk pada area atau lokasi penelitian. Populasi area itu sendiri bisa relatif, tergantung sifatnya yang kita maksudkan dalam penelitian yang akan kita laksanakan. Sebagai contoh, jika kita maksudkan dalam penelitian adalah organisasi humas di Jakarta, maka hal ini harus dilakukan dengan poses sampling yang berprosedur tegas agar terhindar dari bias. Jika tidak dilakukan, maka tidak mungkin penelitian humas tadi bisa dilakukan sang peneliti, itu sesuatu yang imposible dan karenanya harus ada proses sampling supaya visible.

Langkah-langkahnya adalah pertama menentukan populasi area-nya. Dalam penentuan ini maka ini tergantung pada kesiapan peneliti dalam pelaksanaan penelitiannya. Kesiapan ini biasanya berkaitan dengan biaya, waktu dan tenaga. Dalam kasus ini, kita contohkan sajalah peneliti kesiapannya misalnya biasa-biasa saja. Karena itu dalam penentuan area sampling, yang sesuai dengan kualitas kesiapannya tadi yaitu dengan menentukan salah satu wilayah pemerintahan kota Jakarta. Agar sesuai prosedural metode dalam penentuannya, maka dalam kasus ini caranya yang relatif pas adalah dengan menerapkan metode stratified simple random sampling. Dalam praktiknya, maka yang harus dilakukan peneliti pertama kali adalah menginventarisir wilayah pemerintahan yang ada di DKI Jakarta. Setelah itu menentukan salah satu wilayah pemerintahan kota di DKI pada layer 1 dengan cara mengundinya secara simple random samling. Hasil pengundiannya, hasilnya misalnya yang ke luar adalah wilayah pemerintahan kota Jakarta Pusat. Dengan demikian dalam penelitian ini sampel area dari populasi areanya adalah wilayah pemerintahan kota Jakarta Pusat.

Selanjutnya adalah proses sampling area pada tahap dua (layer 2), yaitu pada level pemerintahan kecamatan di bahwa Pemkot Jakarta Pusat tadi. Dengan cara yang relatif sama, maka ditentukan sejumlah kecamatan yang ada di wilayah kota Jakarta Pusat. Lalu tentukan jumlah kecamatan sampel yang akan ditetapkan sebagai sampel area. Katakanlah misalnya dua kecamatan. Dengan cara teknik simple random sampling, misalnya yang ke luar adalah Kecamatan Pegangsaan dan Kecamatan Kemayoran. Dengan begitu, maka pada layer dua ini sampel areanya adalah Kecamatan Pegangsaan dan Kecamatan Kemayoran. Selanjutnya adalah menentukan batas area sampel dalam penelitian. Apakah batasnya hanya sebatas tingkat kecamatan atau lebih diturunkan lagi ke tingkat kelurahan hingga RW.

Yang penting dalam proses ini adalah ketegasan dalam kaitan tujuan penelitian. Tujuan penelitian ini misalnya dalam kaitannya dengan obyek penelitian kita, yaitu organisasi Humas. Jika berdasarkan hasil pertimbangan strategik kita efektif hanya sampai tingkat kecamatan, maka proses penentuan sampel area berhenti sampai pada layer 2, tingkat kecamatan. Pertimbangan strategik dimaksud misalnya berdasarkan pertimbangan bahwa organisasi humas eksistensinya berpeluang besar ada pada level kecamatan dan pada level kelurahan peluang eksistensinya relatif kecil, sehingga untuk kepentingan data nantinya bisa menyulitkan proses penelitian. Baiklah, untuk kepentingan pembahasan lebih lanjut, kita misalkan saja bahwa proses sampling area tadi hanya sampai pada tahap/layer 2 saja. Jadi untuk kasus ini, sesuai prosedur sampling, maka sampel areanya adalah Kecamatan Pegangsaan dan Kecamatan Kemayoran.

Setelah mendapatkan sampel area, selanjutnya adalah menemukan jumlah populasi organisasi humas (target 1) dan personil humas (target 2) di area sampel, yaitu di Kecamatan Pegangsaan dan Kecamatan Kemayoran. Pada tahap ini peneliti pun harus sadar akan eksistensi pelaksanaan penelitiannya. Dalam kaitan ini maksudnya peneliti harus sadar betul sebenarnya mau meneliti apa dia dengan persoalan kehumasan.

Apakah ingin mempelajari kualifikasi organisasi Humas di DKI atau mau mempelajari SDM Humas dalam kaitannya dengan kualitas personil humas dalam hubungannya dengan pemanfaatan media konvergensi pada pelaksanaan tugas pokok dan fungsi kehumasan. Hal ini harus jelas agar tidak terjadi kerancuan prosedural. Baiklah, untuk kasus ini, maka dalam kaitan kepentingan pembahasan makalah ini, maka kita tetapkan bahwa keperluannya pada target 2.

Sehubungan keperluan penelitian tadi hingga pada target 2, itu berarti peneliti di samping harus menemukan ukuran populasi organisasi humas di masing-masing kecamatan area sampel, maka peneliti juga harus menemukan ukuran populasi personil humas di dua kecamatan tadi. Pendalaman mengenai hal ini akan dilakukan pada sub bab berikut ini.

2. Ukuran Populasi dan Sampling Size

Topik ukuran populasi dengan sampling size dapat dikatakan menjadi dual hal yang kait mengkait. Keterkaitan itu yaitu berupa bahwa ukuran populasi menentukan sampling size dan begitu sebaliknya bahwa sampling size kuantitasnya ditentukan oleh ukuran populasi. Itulah sebabnya, faktor ini sangat signifikan kedudukannya dalam prosedur sampling. Akan tetapi dalam realitanya, masalah ini kerap terabaikan oleh kalangan peneliti. Akibatnya sang peneliti jadi terjebak dalam “rimba metode” yang pada gilirannya membawa sang peneliti sendiri pada situasi sulit dan rumit. Kesulitan dan kerumitan itu misalnya melalui penggunaan rumus-rumus sampling yang rumit yang padahal semestinya tidak perlu dilakukan peneliti.

Jadi agar peneliti bisa terhindar dari fase yang demikian itu, sebenarnya gampang. Peneliti hanya harus sadar saja tentang bagaimana populasi dalam kaitan kepentingan penelitiannya. Dengan kesadaran ini maka dia akan dengan mudah menemukan dan menentukan teknik sampling yang pas dalam penelitiannya. Dalam kaitan ini, maka dalam hubungannya dengan contoh sebagaimana telah dibahas dalam topik Type populasi sebelumnya, maka pada tahap ini peneliti tinggal mengkaitkan temuannya tentang populasi dengan metode sampling yang ada dan relevan.

Ukuran relevan itu adalah terkait dengan asumsi-asumsi yang ada pada suatu metode. Dengan kata lain peneliti berdasarkan pengetahuannya mengenai teknik sampling, dia harus bisa mengambil sikap yang benar bahwa jika begini maka harus begini; jika begitu maka harus begini dan seterusnya dan peneliti tidak boleh hanya *manut* saja dengan teknik sampling ada, akan tetapi dia harus bisa menyesuaikan.

Tapi dalam kenyataan banyak dijumpai peneliti yang hanya *manut* saja sehingga dia terjebak dalam kesulitan. Sang peneliti menerapkan rumus sampling hantu padahal ukuran populasinya sangat jelas. Sang peneliti menerapkan rumus tertentu seperti Taro Yamane atau Slovin, padahal seharusnya tidak perlu. Hal-hal yang demikian ini seharusnya mesti dihindarkan agar tidak “fatigue”.

Demi penghindaran tadi, maka dalam kaitan contoh kasus sebelumnya, maka langkah yang harus dilakukan sang peneliti adalah melanjutkan temuannya menyangkut ukuran populasi dan menghubungkannya dengan metode sampling yang pas. Misalnya saja temuannya terkait dengan populasi tadi (target 1) yaitu sebanyak 700 organisasi humas (data fiktif) dan populasi target 2 tidak diketahui karena sulit mendapatkan datanya. Pada tahap ini agar efektif sang peneliti harus melakukan proses sampling area pada tahap dua. Kalau pada **tahap I** sebelumnya area samplingnya berupa wilayah pemerintahan kota, yaitu Pemkot Kecamatan Kemayoran dan Pemkot Kecamatan Pegangsaan, maka pada **tahap kedua** ini area samplingnya adalah berupa organisasi humas yang ada di dua kecamatan.

Untuk melakukan hal itu maka yang harus dilakukan peneliti adalah Mencari dan menemukan metode sampling yang pas terkait dengan temuan populasi menyangkut jumlah organisasi humas tadi. Mengacu pada terminologi metodologi, maka diketahui bahwa secara teoritis ada teknik sampling yang sederhana dan mudah dalam menemukan ukuran sampel. Dengan ukuran populasi sebanyak 700 organisasi humas tadi maka itu relevan dengan menggunakan teknik monogram Harry King.

Teknik ini berasumsi bahwa sejauh ukuran populasi maksimal sebatas 2000, maka dengan tingkat kepercayaan 0,05, bisa diaplikasikan untuk menemukan sampling size.

Mengacu pada monogram Harry King (lihat lampiran Monogram) maka terkait kasus ini dalam hubungannya dengan proses sampling area pada tahap dua, out putnya tinggal menerapkan grafik monogram Harry King saja. Caranya mudah, yaitu dengan menarik garis dari garis ukuran populasi pada sebelah kanan (sesuaikan dengan temuan = 700). Lalu arahkan garis ke salah satu titik digaris kedua dari kanan (tingkat kesalahan yang diinginkan = untuk kasus ini misalnya 0,05 %) dan teruskan pada garis ketiga (paling kiri), yaitu garis prosentase populasi yang diambil sebagai sampel. Jika diamati maka hasilnya adalah bahwa garis berujung pada titik 29. Itu artinya bahwa sampel area kita sebesar 29 % dari populasi. Artinya bahwa dari populasi organisasi humas yang ada di dua kecamatan tadi, kita hanya utuh 29 % saja untuk keperluan penelitian. Atau hanya sebanyak $29/100 \times 700 = 203$.

Langkah selanjutnya dalam melaksanakan langkah-langkah prosedural adalah bahwa sang peneliti harus mengetahui struktur organisasi humas tadi dalam sampel area-nya. Ini berarti kita harus mengetahui komposisi jumlah organisasi humas di Kecamatan Kemayoran dan di Kecamatan Pegangsaan. Secara fiktif katakanlah jumlah itu masing-masing terdiri dari :

- Kecamatan Kemayoran = 270 organisasi Humas
- Kecamatan Pegangsaan = $\frac{430}{700}$ organisasi Humas

3. Distribusi Sampel

Persoalan distribusi sampel juga menjadi bagian sangat penting dalam proses sampling. Hal ini karena terkait dengan prinsip sampel itu sendiri. Prinsip sampel yang harus disadari adalah bahwa sampel itu harus mengikuti bentuk populasinya. Jika bentuk populasi berupa lingkaran, maka sampel yang harus diambil itu harus berupa lingkaran juga. Jadi dapat dianalogikan dengan gedung juga. Kita tentu sering melihat planning suatu gedung yang disertai sebuah maket. Itu artinya bahwa maket dengan skala tertentu menjadi miniatur dari sebuah gedung yang akan jadi nantinya. Jadi intinya bahwa sampel itu harus mencerminkan bentuk populasinya. Kalau bentuk populasi kubus maka sampel yang diambil harus menghasilkan bentuk kubus juga, jika tidak demikian maka itu berarti terjadi kekeliruan dalam prosedur proses sampling.

Selanjutnya, maka dalam kaitan kasus sampling sebelumnya, terkait dengan masalah distribusi sampling, maka ini akan berkaitan dengan masalah stratum dalam populasi. Dalam kaitan ini, maka terkait dengan komposisi di atas tadi, maka dengan sendirinya kini kita telah menemukan stratum organisasi humas pada area sampel kita. Dengan begitu pula maka kita kini tinggal hanya mendistribusikan jumlah sampel area ini pada populasi dan sejalan dengan itu maka hasilnya sesuai ukuran sampel yang sebesar 29 % = 203 dan diperoleh menurut ukuran monogram Harry King sebelumnya, maka distribusinya dengan menggunakan rumus $n/N \times z$, di mana n = stratum ; N = populasi dan z = ukuran sampel, maka hasilnya menjadi sbb.:

- Kecamatan Kemayoran = $270/700 \times 203 = 78,3 = 78$
- Kecamatan Pegangsaan = $\frac{430/700 \times 203 = 124,7}{700 \text{ organisasi Humas}} = \frac{125}{700} = 203$

Seterusnya setelah mengetahui ukuran sampel area dimaksud, maka langkah berikutnya adalah melakukan proses sampling area. Caranya adalah dengan mendata semua organisasi humas yang ada di dua area sampel. Hasilnya kemudian dijadikan sebagai unit-unit elementer dalam sampling frame. Setelah tersedia datanya, maka berikutnya adalah melakukan proses sampling. Caranya bisa dengan cara simple random sampling. Melalui cara ini maka yang dilakukan adalah dengan cara mengundi organisasi-organisasi humas yang telah dinomor-nomori dalam sampling frame. Untuk kasus ini, maka pada sampel area Kecamatan Kemayoran nomor-nomor itu terdiri dari nomor urut 1 sampai dengan nomor urut 270 dan pada sampel area Kecamatan

Pengasaan maka nomor urutnya dari nomor 1 sampai dengan nomor urut 430. Selanjutnya dalam sampling frame, disediakan juga sel tabel untuk nomor urut sampel yang terambil dan termasuk pula sel tabel yang disiapkan untuk organisasi humas beserta karakteristiknya. Secara lengkap rincian tabel sampling frame itu adalah seperti sebagaimana dicontohkan berikut ini:

Tabel 1 Sampling Frame A

Area Sampel	No Urut Humas	No Urut Sampel	Karakteristik Organisasi Humas
1) Kecamatan Kemayoran	1	75	Humas PT Angsana , Jl. Bungur Raya
	2	78	Humas PT Loham Antar Nusa , Jl. Angkasa Kemayoran
	3	50	Dan seterusnya
	4	25	
	270	1	Humas PT Logam Nusa , Jl Industri , Kemayoran
2) Kecamatan Pegangsaan	1	30	Humas PT Meicy, Jl. Pegangsaan Timur , Pegangsaan
	2	50	Humas ESDM, Jl. Pegangsaan Timur, Pegangsaan
	3	27	Humas PT Mega Erlra Jl Menteng Raya
	4	5	Humas Hotel Mercure, Jl Cikini Raya
	430	125	Dan seterusnya
Jumlah sampel		203	

Selanjutnya setelah mengetahui ukuran sampel area pada tahap kedua tadi, maka tindakan berikutnya adalah upaya mengetahui ukuran sampel target atau responden, di mana respondennya adalah personil humas, yaitu para personil organisasi Humas yang terpilih sebagai area sampel, di mana jumlah total sebanyak 203, dengan rincian 78 di Kecamatan Kemayoran dan 125 di Kecamatan Pegangsaan.

Kemudian, langkah kerja berikut yang harus dilakukan adalah mencari dan menemukan jumlah personil humas disampel area terpilih tadi. Gunanya adalah untuk mengetahui ukuran populasi personil humas di area sampling. Misalnya akhirnya diketahui besaran jumlah personil humas tadi itu, adalah sebanyak 900 personil, rinciannya disajikan dalam tabel sbb. :

Tabel 2 Sampling Frame B

Area Sampel	No Urut Humas	No Urut Sampel	Karakteristik Orgaisasi Humas	Jml Personil Humas	No Urut Personil Humas	Nu. Urut sampel Personil Humas
1) Kecamatan Kemayoran	1	75	Humas PT Angsana , Jl. Bungur Raya	35	1. Ahmad 2. Budi 3. 4. 35. Naryo	1 = 35 2 = 20
	2	78	Humas PT Loham Antar Nusa , Jl. Angkasa Kemayoran	40	1. Rakhmat 2. Nayala 3. Kalamanda . . 40. Idris	

	3	50	Humas PT Logam Nusa , Jl Industri , Kemayoran	24	1. Karina 2. Budyatna 3. Rafi . . 24. Viviyanti	
	4	25	Humas PT Sea Fresh , Jl Gunung Sahari Kemayoran	50	1. Rudi . . 50. Kifli	
	270	1	Humas PT Mediasi Jl Bungur Kemayoran	15	1. Diah 2. 3. . . 15. Samsir	
			Dan seterusnya Humas lain	211	1. Yanti 2. 3. 211. Yulianti	
Jumlah (n)				375		
Jumlah sampel :				98		
2) Kecamatan Pegangsaan	1	30	Humas PT Meicy, Jl. Pegangsaan Timur , Pegangsaan	20	1. Khafi . . 20. Rayhan	
	2	50	Humas ESDM, Jl. Pegangsaan Timur, Pegangsaan	30	1. Rohman 2. . . 30. Yulia	
	3	27	Humas PT Mega Erlra Jl Menteng Raya	45	1. Anggita 2. Bathoro . . 45. Anggoro	
	4	5	Humas Hotel Mercure, Jl Cikini Raya	27	1. Chritoforus 2. Bambang . 27. Ayu Hunaini	
	430	125	Humas PT Rayon Aman Gunung Sahari Kemayoran	30	1. Risma . . 30. Sulaiman	
			Dan seterusnya Humas lain	373	1. Anggito . . 373. Hesti	1 = 373
	Jumlah (n)				525	
Jumlah sampel :				136		
Jumlah total (Populasi Personil Humas = N)				900		

dengan cara pengundian itu dilakukan sebanyak proporsi sampel yang telah diketahui. Untuk Kecamatan Kemayoran, maka pengundian Personil Humas dilakukan sebanyak 98 kali dan Kecamatan Pegangsaan dilakukan sebanyak 136 kali. Totalnya menjadi 234 kali pengundian. Dengan pelaksanaan undian dimaksud, maka hasil pengundian pertama pada Kecamatan Kemayoran, misalnya hasilnya adalah no urut personil humas 35 "Naryo". Hasilnya ini kemudian menjadi no urut sampel 1 dalam sampling frame. Kemudian pengundian nomor urut berikutnya menghasilkan nomor urut personil humas 20 "Rayhan". Ini menjadi nomor urut sampel ke 2 dalam sampling frame, demikian seterusnya hingga mencapai 98 kali pengundian guna menemukan sampel responden ke-98 dalam urutan sampel responden.

Cara yang sama dan sebangun dalam pelaksanaan pengundian sampel di atas, juga diterapkan pada proses sampling di Kecamatan Pegangsaan. Pengundiannya yaitu sebanyak 136 kali. Hasil pengundian yang memunculkan nomor urut personil humas menjadi nomor urut sampel dengan sendirinya dalam sampling frame, yaitu Tabel 2 Sampling Frame B.

4. Sebaran Data

Sebagaimana telah disinggung-singgung sebelumnya pada bagian awal paper ini, bahwa sebaran data itu kondisinya perlu diketahui dalam proses penelitian, pada hakekatnya adalah bertujuan, pertama untuk menetapkan jenis statistik yang akan diterapkan dalam proses pengolahan dan interpretasi data penelitian dan kedua untuk mencapai kualitas hasil penelitian yang maksimal, yaitu mencapai kesimpulan yang hasilnya generalitatif.

Guna mencapai tujuan sebagaimana dimaksud sebelumnya maka ada beberapa langkah yang harus ditempuh peneliti. Pertama yaitu melakukan proses sampling yang benar dan dalam kasus pembahasan dalam makalah ini, hal itu sudah dilakukan oleh peneliti. Kedua yaitu harus melakukan test distribusi data guna mengetahui normal tidaknya sebaran data dalam populasi. Pelaksanaan ini hanya bisa dilakukan setelah selesainya proses pengumpulan data lapangan.

Dalam proses dimaksud tadi, maka hal-hal yang perlu diperhatikan adalah prinsip-prinsip test distribusi. Salah satu prinsip yang sangat utama dalam melaksanakan test distribusi data adalah mengenai sifat data. Terkait dengan ini maka sifat data itu harus berasal dari data variabel yang sifatnya multi dimensional dan tidak bisa dari data variabel yang sifatnya dikotomistis misalnya. Yang bersifat dikotomistis itu misalnya status perkawinan; status pekerjaan; dan lain sejenisnya. Sementara yang sifatnya multi dimensional yaitu data dari variabel yang sifatnya mencerminkan varian yang sebanyak-banyaknya. Hal ini misalnya terkait dengan variabel jenis pekerjaan; ragam aplikasi internet yang pernah digunakan dan lain sejenisnya. Jadi, jenis-jenis data yang demikianlah yang layak untuk dimasukkan ke dalam program dalam rangka test distribusi data tadi.

Ada beberapa standard yang bisa dirujuk dalam upaya mengetahui normal tidaknya data kita dalam distribusinya pada populasi tadi. Sejumlah standard dimaksud yaitu seperti : 1. Rasio Skewness dan Rasio Kurtosis; 2. Uji kolmogrov-simironov dan Uji Shapiro-Wilk dan 3. Menggunakan plots. Untuk kepentingan bahasan dalam makalah ini, kita tentukan menurut satu standard saja dulu, yaitu standard Rasio Skewness dan Rasio Kurtosis.

Test distribusi ini bisa dilakukan dengan test melalui aplikasi program SPSS dan bisa juga dengan cara manual. Untuk cara mudahnya kita lebih baik menggunakan aplikasi program SPSS saja dulu. Untuk menerapkan aplikasi ini, maka langkahnya adalah dengan cara masuk ke menu analyze lebih dulu, lalu Deskriptive Statistics dan masuk ke pilihan frekuensi. Lebih rinci disajikan dalam bagian berikut ini, :

Langkah-langkah : _Menu Analiza => Deskriptive Statistics => Frequencies

Pengisian:

- o Variable(s) masukkan variabel
- o Klik Statistics

- Distribution (Bentuk distribusi data: Skweness dan Kurtosis)
- _ Continue
- _ Klik Chart: Pilih Histogram => With normal curveb => continue
- _ Ok

Dengan proses yang demikian maka sehubungan dengan belum adanya data penelitian terkait dengan contoh penelitian sebagaimana dimaksudkan dalam makalah ini, yaitu tentang masalah personil humas, maka untuk kepentingan penjelasan penggunaan SPSS sebelumnya, di sini akan dicontohkan dari out put SPSS terkait test distribusi data dari satu penelitian lain yang sudah dilaksanakan.

Dari contoh dimaksud tadi, maka setelah melalui proses sebelumnya maka out put SPSS terkait test distribusi menurut standard Rasio Skewness dan Rasio Kurtosis itu, wujudnya menjadi seperti sebagaimana disajikan berikut ini,:

Statistics

		Pekerjaan	Pengeluaran responden rata-rata per bulan
N	Valid	260	260
	Missing	0	0
Skewness		-.441	1.449
Std. Error of Skewness		.151	.151
Kurtosis		-1.054	1.078
Std. Error of Kurtosis		.301	.301

Nilai kurtosis berbasis variabel minor “pekerjaan” dan “Pengeluaran responden rata-rata per bulan” sebagai bagian dari variabel mayor karakteristik yang sebesar -1.054 dan 1.078 itu, kiranya berposisi di antara interval -2 ----- +2. Begitu pula nilai kurva Skewness dari variabel minor “Pengeluaran responden rata-rata per bulan” yang sebesar 1.449, juga termasuk berada dalam interval -2 ----- +2. Dengan nilai-nilai yang berada dalam interval -2 ----- +2 tersebut, maka secara statistik ini bermakna bahwa data penelitian ini memiliki sebaran yang normal. Pada gilirannya, statistik yang diaplikasikan dalam penelitian ini adalah typologi statistik inferensial yang bertendensi akan menggeneralisasikan hasilnya terhadap populasi.

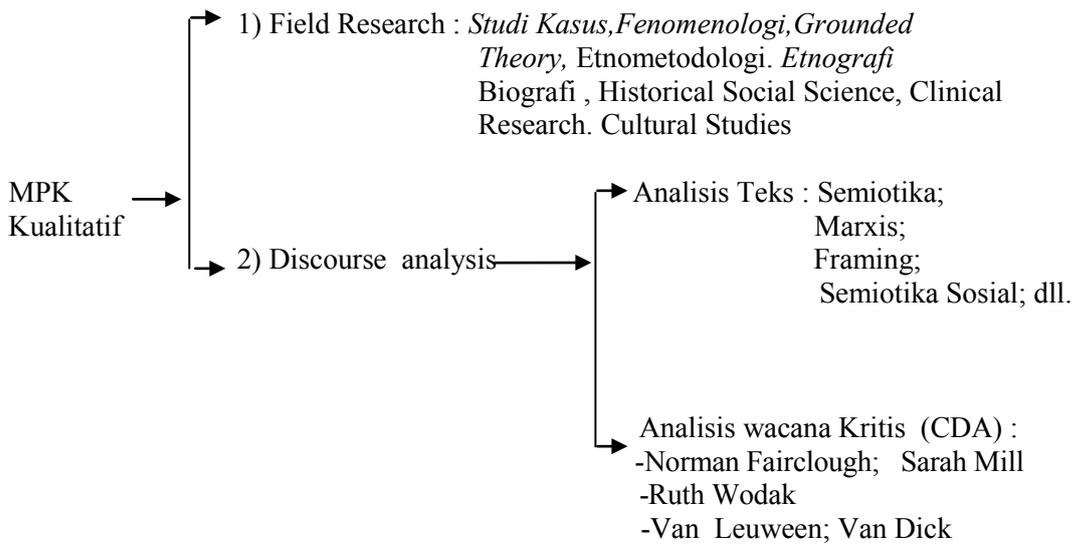
2. Pendekatan Kualitatif

Sebagai salah satu dari dua pendekatan yang ada dalam tradisi riset ilmiah, maka pendekatan kualitatif dikenal sebagai pendekatan penelitian yang berbasis pada paradigma penelitian interpretif. Sebagai pendekatan penelitian yang berparadigma interpretif, maka sebenarnya penelitian yang dilakukan dengan berbasis pada pendekatan dimaksud memiliki banyak metode. Akan tetapi dalam kesan umum, seolah-olah metode yang pas untuk melakukan penelitian dalam konteks pendekatan dimaksud, yaitu hanya metode studi kasus. Pada hal tidaklah demikian halnya. Banyak sebenarnya metode-metode penelitian lain yang relatif pas juga untuk diterapkan dalam penelitian pendekatan kualitatif. Kriteria pas tidaknya suatu metode penelitian itu sendiri dalam proses penelitian, secara teoritis itu bergantung pada kriteria sumber data.

Menurut kriteria sumber data, maka penelitian dengan pendekatan kualitatif itu dapat dibagi dua, yaitu sumber data yang :

- a. Berbasis “Field”
- b. Berbasis “Teks”

Secara skematis pembagian itu bisa dilihat melalui paparan dalam berikut ini :



Dengan paparan padabagan di atas, kiranya jelas bahwa ternyata metode studi kasus itu hanyalah merupakan satu saja di antara banyak metode penelitian yang bisa pas diterapkan dalam penelitian komunikasi dengan pendekatan kualitatif.

Terkait dengan pelaksanaan penelitian komunikasi dengan pendekatan kualitatif yang berbasis internet, maka kita pun harus memilah-milahnya lagi, mana yang pas diterapkan dengan penelitian kita sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam kaitan ini maka pilahan pertama kita tentu harus mengacu pada kriteria sumber data tadi. Terkait dengan ini maka sehubungan internet itu berhubungan dengan teks, sumber data teks yang tersedia di berbagai saluran komunikasi yang ada dalam internet (lihat tabel 1 Bab 1 “*Channel Komunikasi dalam Internet*”) sebelumnya, maka ini berarti kita harus fokus pada pendekatan kualitatif yang sumbernya berbasis pada discourse analysis.

Pada kriteria itupun kita juga harus sesuaikan dengan penelitian dan tujuan penelitian kita sendiri. Jika tidak maka nantinya bisa terjadi kekeliruan sebab masing-masing metode itu memiliki asumsi-asumsinya sendiri. Misalnya saja, kita melalui analisis teks namun hendak meningkatkannya pada level dua dan tiga, atau suatu penelitian yang lazim juga dikenal dengan studi analisis wacana kritis (AWK), maka kita harus menyesuikannya dengan metode AWK yang pas.

Pas tidaknya suatu metode tentu itu tergantung pada subyek penelitian yang kita pilih dalam kaitan tujuan penelitian kita sendiri. Katakanlah, misalnya kita hendak meneliti secara AWK tentang pembicaraan-pembicaraan kaum perempuan dalam situs media sosial (FB, Twitter). Terkait dengan ini maka itu berarti studi kita fokus menyangkut kaum perempuan. Karena itu, sejalan dengan metode AWK yang ada maka tercatat bahwa metode AWK yang pas itu adalah metode AWK-nya Sarah Mills. Sarah Mills dalam studi AWK-nya berasumsi tentang persoalan feminisme.

Begitu pula kalau studi kita fokus pada masalah etnis, sociocultural, tatabahasa, dominasi pemilik modal terhadap buruh, maka ini pun harus disesuaikan dengan metode AWK yang pas. Jika studi kita fokus pada persoalan etnis, maka metode yang pas yaitu metode AWK-nya Teun Van Dick. Jika fokus pada persoalan perubahan sociocultural, maka gunakanlah metodenya Fairclough. Kemudian jika kita fokus pada persoalan grammar atau tata bahasa, maka yang pas dipakai adalah metode AWK nya Van Leuwin.

Demikianlah seterusnya, penerapan suatu metode penelitian selalu harus mengacu pada relevansi dengan penelitian kita dan jika tidak maka hasil penelitian jadi kurang bagus, ya, tidak bagus karena tidak sesuai dengan tuntunan metode yang sesuai dengan asumsi yang melahirkannya. Prinsip yang demikian juga sama modusnya tatkala kita hendak melakukan studi teks berbasis internet. Varian metodenya antara lain seperti yang tampak dalam bagan

sebelumnya. Metode dimaksud diantaranya yaitu : Analisis Teks : Semiotika; Marxis; Framing; dan Semiotika Sosial.

Analisis Teks semiotika, ada yang dalam versi Saussure, Pierce dan Bartes. Analisis Teks Marxis, yaitu dengan model analisis teks Marxis sendiri (lihat , Gunawan dan Imran. 2016: 57-64). Analisis teks Framing, maka ada yang berbasis model Pan Kosichy, model Gamson, dll. Sementara model analisis teks semiotika sosial yang bisa juga digunakan untuk analisis wacana dalam konteks d kecil dan D besar, ada yang berbasiskan model Van Leuween dan ada yang berbasiskan model MAK Halliday.

Kembali pada pemisalan kita sebelumnya bahwa kita hendak meneliti secara AWK tentang pembicaraan-pembicaraan kaum perempuan dalam situs media sosial (FB, Twitter), maka dengan pemisalan ini kita sekarang dapat menentukan subyek penelitian yang hendak kita garap. Yang kita garap itu misalnya isi konten dalam wall-wall/status kaum perempuan yang memiliki akun di FB. Dengan demikian yang menjadi sumber data dalam konteks internet di sini adalah teks—teks yang ada dalam wall-wall/status kaum perempuan tadi. Selanjutnya berdasarkan teks dimaksud, kita tinggal melihat fenomenanya, kemudian sejalan dengan fenomenanya kita berusaha mengkonseptualisasinya menuju pembuatan rumusan masalah penelitian komunikasi pendekatan kualitatif².

Dari proses itu misalnya kita merumuskan masalahnya menjadi , : Apakah ideologi pemilik akun FB di balik pewartannya tentang A Hok sebagai Cagub DKI dalam Pilgub 2017 ? Alternatifnya bisa menjadi seperti berikut ini, : Ideologi apakah yang berada di balik pewartan pemilik akun FB wanita tentang A Hok sebagai Cagub DKI dalam Pilgub 2017 ?

Dengan judul dimaksud tadi, maka judul penelitian ini bisa menjadi sbb.:
IDEOLOGI DAN MEDIA SOSIAL, (Analisis Wacana Kritis versi Sarah Mill terhadap Konten A Hok sebagai Cagub dalam Wall FB akun Perempuan edisi 25-28 September 2016).

Mengacu pada judul penelitian sebelumnya, maka kita sudah bisa melihat dengan jelas unsur-unsur “tepok tigo” yang terkandung di dalamnya. Ketiganya adalah ; **Paradigma** : Kritis; **Metode** : AWK Sarah Mill; **Subyek Penelitian (lokus)** : Wall FB akun Perempuan edisi 25-28 September 2016. Sejalan dengan ini, maka langkah berikutnya adalah melakukan analisis teks terhadap teks-teks tadi. Analisis teks dilakukan berbasis pada model Sarah Mill. Jumlah teks yang dianalisis juga dilakukan seperlunya, tidak harus semua karena penelitian pendekatan kualitatif dalam proses pengumpulan datanya berbasis pada prinsip unscanning yang berorientasi pada keberhasilan dalam pereduksian data.

Demikianlah seterusnya dan ini tampaknya cenderung bisa dilakukan terhadap teks-teks lain dalam internet sesuai dengan tujuan penelitian kita dan inipun harus disesuaikan pula dengan metode penelitian komunikasi yang tergabung pada pendekatan kualitatif yang ada dan nota bene nya berparadigma interpretif. Dengan demikian, berdasarkan hasil telaahan sebelumnya internet sebagai basis bagi pelaksanaan penelitian tampaknya lebih bebas dan luas pelaksanaannya bagi penelitian komunikasi dengan pendekatan kualitatif ketimbang penelitian komunikasi dengan pendekatan kuantitatif.

III. PENUTUP

Kesimpulan dan Saran

Bahasan KTI ini berangkat dari fenomena masih adanya indikasi kekurangan penerapan metode penelitian komunikasi dalam penelitian komunikasi berbasis internet, khususnya terkait dengan sampling. Fenomena aplikasi metode penelitian yang berakar pada pendekatan kualitatif dan berbasis pada paradigma interpretif, juga tidak luput dari bahasan KTI ini.

Dari hasil bahasan memperlihatkan bahwa metode penelitian aplikatif terhadap riset komunikasi berbasis internet itu memiliki dua pendekatan, yaitu dengan pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Kedua pendekatan masing-masing dengan basis paradigma penelitian yang

² Terkait hubungan konsep teoritik dalam kaitan upaya perumusan masalah ini, lebih jauh bisa dilihat pada “Praktik Penggunaan Konsep Teoritik dalam Perumusan Masalah Penelitian Komunikasi”, Hasyim Ali Imran, 2016, dalam Jurnal Studi Komunikasi dan Media. Jakarta. BPPKI Jakarta Kemkominfo.

berbeda. Basis yang berbeda pada dua pendekatan dimaksud, pada gilirannya membedakan kedua pendekatan dimaksud pula dalam proses perolehan data dari sumber internet. Pada pendekatan kuantitatif, maka proses perolehan data yang bersumber pada responden itu sebelumnya harus dilakukan melalui proses prosedural sampling yang relatif ketat guna menghindarkan bias data. Sementara pada pendekatan kualitatif, proses penentuan metode yang nota bene relatif banyak jumlahnya, juga menuntut pemahaman filosofis masing-masing metode yang memadai guna terhindar dari kesalahan penerapan metode dalam penelitian kualitatif yang berbasis pada paradigma interpretif.

Ucapan terimakasih :

Terimakasih kepada pimpinan redaksi jurnal JSKM dan pimpinan BPPKI Jakarta yang telah memberikan kesempatan untuk penulis bagi pemuatan naskah KTI ini dalam JSKM edisi 21 (1) 2017.

Daftar Pustaka

- Singarimbun, Masri, dan Sofyan Effendy (Ed.). 1985. Metode Penelitian Survey. Jakarta: LP3ES
- Sugiyono, Statistik Untuk Penelitian. 2005. Bandung, Affabeta, CV. ,
- Dajan , Anto. 1986. Pengantar Metode Statistik-Jilid I. Cetakan ke-11. Jakarta.LP3ES.
- Neuman, W. Lawrence. 2004. Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches. Fourth Edition. USA.
- Testing for Normality using SPSS Statistics. dalam <https://statistics.laerd.com/spss-tutorials/testing-for-normality-using-spss-statistics.php>, diakses, 2 Agustus 2016.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1991. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Remadja Karya.