

**REALITAS PENELITIAN KOMUNIKASI BERBASIS INTERNET
(Sebuah Tinjauan)**

***REALITY OF INTERNET BASED COMMUNICATIONS RESEARCH
(An Overview)***

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 13 Oktober 2017; direvisi 16 Oktober 2017;
disetujui terbit 15 November 2017)

ABSTRACT

KTI examines the problem of communication research implementation of quantitative and qualitative approach which is based on the internet. From the discussion shows that the internet is a very rich source of data for the purposes of conducting research with quantitative approach and qualitative approach. Making internet as a source of research data, awareness of the various channels of communication that exist in the medium of the Internet becomes very necessary.

Keywords: Reality; Communication Research; Internet.

ABSTRAK

KTI ini menelaah persoalan pelaksanaan penelitian komunikasi pendekatan kuantitatif dan kualitatif yang lokusnya berbasis internet. Dari hasil bahasan memperlihatkan bahwa internet merupakan sumber data yang sangat kaya bagi keperluan pelaksanaan penelitian dengan pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Menjadikan internet sebagai sumber data penelitian maka kesadaran akan berbagai saluran komunikasi yang ada pada medium internet menjadi sangat diperlukan.

Kata-kata kunci :Realitas; Penelitian Komunikasi; Internet.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang dan Permasalahan

Diskusi tentang realitas penelitian komunikasi terkait medium internet, secara praktis dalam konteks filosofis ilmu ini berarti menjadi sebuah upaya untuk menelaah persoalan dimaksud tadi secara ontologi dan epistemologi. Secara ontologi telaahnya berkaitan dengan internet sebagai obyek kajian dan secara epistemologi berkaitan dengan upaya-upaya atau cara-cara ilmiah dalam mempelajari obyek kajian tadi.

Karya Tulis Ilmiah (KTI) ini sendiri akan berupaya menyajikan kedua topik sebagaimana dimaksud sebelumnya. Bahasan terhadap dua topik dimaksud difokuskan pada persoalan pelaksanaan penelitian komunikasi pendekatan kuantitatif dan kualitatif yang lokusnya berbasis internet. Pelaksanaan mana, tentu akan dilihat dari yang dilakukan oleh para akademisi, baik dengan latar belakang peneliti maupun akademis, Bahasannya sendiri akan dimulai dari :
A. penelitian komunikasi dengan pendekatan kuantitatif, lalu diakhiri dengan pembahasan tentang B. penelitian komunikasi dengan pendekatan kualitatif.; C. Realitas Penelitian Komunikasi Berbasis Internet, Cuplikan Sejumlah Contoh.

B. Signifikansi

Secara praktis KTI ini diharapkan dapat berfungsi menjadi pelen gkap at5au mungkin menjadi pembuka bagi wacana tentang penelitian Komunikasi berbasis internet. Secara akademis tentu diharapkan dapat menjadi pelengkap informasi ilmiah yang telah ada sebelumnya terkait dengan topik KTI ini. Dalam kaitan itu tentu KTI dimaksud secara maksimal diharapkan dapat membantu para akademisi.

II. PEMBAHASAN

A. Pendekatan Kuantitatif

Sebelum lebih jauh membahas tentang realita pelaksanaan riset komunikasi berbasis internet, maka guna me-refresh pengetahuan kita ada baiknya kita terlebih dahulu melihat peluang pelaksanaan penelitian komunikasi dengan pendekatan kuantitatif pada medium internet. Ini bertujuan agar pengetahuan kita tentang hal dimaksud yang bersifat akumulatif itu, bisa tetap terjaga relevansi. Dengan demikian diharapkan kita memperoleh pemahaman yang utuh terkait topik dimaksud.

Guna maksud tersebut, maka salah satu acuan yang tepat untuk kita gunakan yaitu terkait fenomena komunikasi pada medium internet yang dilihat dari berbagai konteks komunikasi yang terjadi sesuai ragam saluran komunikasi yang dikandungnya.

Terkait dengan argumentasi terakhir, maka dalam konteks bahasan ini, kita akan coba sajikan kembali hasil pemetaan contoh fenomenanya sebagaimana sudah dipaparkan sebelumnya pada Bab I. Hasil pemetaan contoh fenomena dimaksud, yaitu yang berkaitan dengan contoh *channel* komunikasi dalam medium internet, disajikan dalam tabel.1 berikut:

Tabel 1
Contoh Channel Komunikasi dalam Internet

Setting Komunikasi	Nama Ragam Jenis Channel	Contoh Channel	Partisipan Komunikasi	Sifat Komunikasi
Interpersonal	<i>Chatt Rooms</i>	Yahoo Messenger; Gtalk; Gadget : Path; BBM; Line; WA; Wechat; Messenger.	Individu <-> Individu	Komunikasi Langsung Bermedia
Groups	<i>Groups Discussion dalam Internet</i>	<i>Groups Discussion dalam Fb-Twitter; Groups Discussion dalam Gadget (Misal WA: Path; BBM; Line; WA; Wechat)</i>	Anggota Kelompok <-> Anggota Kelompok	Komunikasi Langsung Bermedia
Public	<i>Social Network Sites,Blog, Website</i>	Face Book; <i>Twitter; Youtube; Instagram</i> (Khusus Visual)	-Individu Tertentu (Misal Tokoh Politik) →Banyak Orang-Konstituen (Public) -Individu Biasa <->Publik	Komunikasi Public Tokoh Tertentu – Cenderung Searah -Cenderung Interaktif
Organizational	<i>1) Groups Discussion dalam Internet</i>	<i>1)Groups Discussion dalam Fb-Twitter; Groups Discussion dalam Gadget (Misal WA)</i>	1) Individu Anggota Organisasi <-> IndividuAnggota Organisasi	Komunikasi Langsung Bermedia
	<i>2) Website;</i>	2)Websites Organisasi	2) Organisasi <->Anggota Masyarakat Nasabah-Stakeholder Organisasi	
	<i>3) Blog</i>	3) Blog Organisasi	3) Organisasi <->Anggota Masyarakat Nasabah-Stakeholder Organisasi	

Massa	1) Surat kabar Online;	1) Kompas Cyber Media, Republika Online, Tribun.Timur com, dls.	Organisasi Media → Khalayak Massa	Cenderung Searah
	2) TVOnline;	2) RCTI, SCTV, Indosiar, Trans TV, ANTEVE Online	Organisasi Media → Khalayak Massa	
	3)TVStreaming	3) RCTI, SCTV, Indosiar, Trans TV, ANTEVE Online Streaming	Organisasi Media → Khalayak Massa	

Dari paparan data pada tabel 1 sebelumnya, itu mengindikasikan bahwa semua fenomena komunikasi (*human communication*) yang terjadi pada semua saluran komunikasi yang dikandung oleh medium internet itu dapat diteliti melalui penelitian komunikasi dengan pendekatan kuantitatif. Namun yang membedakannya adalah pada type penelitiannya, yaitu antara type penelitian korelatif dan penelitian type deskriptif. Karena apa, ya, ini karena berkaitan sifat samplingnya. Sifat sampling penelitian komunikasi yang berbasis internet cenderung memiliki dua kemungkinan, yaitu antara sampel yang bersifat representatif dan sampel yang sifatnya tidak representatif. Mengenai hal ini sebenarnya sudah dibahas dalam Bab II sebelumnya. Jadi tentunya tidak akan dibahas lagi disini.

Selanjutnya, terkait dengan dua kemungkinansifat sampel sebelumnya, maka ini berkonsekuensi pada aplikasi statistik dalam penelitian komunikasi pendekatan kuantitatif. Sifat sampel yang tidak representatif tentu sebaran datanya pasti tidak normal dan dengan demikian statistik yang digunakan dalam pengolahan dan analisis datanyapun harus menggunakan statistik deskriptif dan karena itu pula hasil penelitiannya hanya berlaku pada sampel itu sendiri. Sementara pada sampel yang representatif, pasti mengindikasikan distribusi yang normal sebarannya pada populasi dan dengan begitu maka data penelitiannya dapat dilakukan dengan cara mengaplikasikan statistik inferensial (*to infer*=memasukkan) dalam proses mengolah dan penganalisisannya. Dengan pengaplikasian statistik dimaksud, maka hasilnya bisa diberlakukan, atau bisa dimasukkan keberlakuannya pada populasi sebagai sumber sampel.

Masih terkait dengan sifat sampel tadi, maka sehubungan hasil penelitian fenomena komunikasi interpersonal pada medium internet seperti yang berlangsung melalui berbagai saluran seperti Yahoo Messenger; Gtalk; Gadget (Path; BBM; Line; WA; Wechat; Messenger) masih sulit dijumpai, maka secara fiktif akan coba disajikan disini tentang bagaimana kira-kira bentuk penelitian komunikasi pendekatan interpersonal sebagaimana dimaksud tadi. Dalam hubungan ini, maka kita misalnya melihat beragam cara orang dalam berkomunikasi melalui internet. Ada yang melalui Yahoo Messenger; Gtalk; dan Gadget. Melalui gadget juga, kita melihat beragam cara orang dalam berkomunikasi, ada yang melaui Line, ada yang melalui WA dan ada juga yang melalui BBM atau Path.

Secara teoritis pola komunikasi yang berkaitan dengan fenomenapenggunaan media sendiri jauh-jauh sebelumnya sebenarnya sudah dipelajari dan dikonseptualisir dengan konsep penggunaan media oleh Elihu dan Kazt. Konsep ini sendiri mereka jadikan sebagai salah satu konsep dari dua konsep yang ada dalam model teori mereka yaitu *Uses and Gratification Theory*.

Jadi dengan mengacu pada konsep teoritik *Uses* pada *Uses and Gratification Theory* dalam mengkonseptualisasi fenomena penggunaan saluran komunikasi pada medium internet di kalangan anggota masyarakat tadi, maka kini kita dapat merumuskan permasalahan komunikasi. Dengan latar belakang tadi maka rumusannya menjadi, : Bagaimana Pola Penggunaan Masyarakat terhadap Saluran Komunikasi yang Ada dalam Internet ? Faktor Apa yang Mempengaruhi Pola Penggunaan Masyarakat terhadap Saluran Komunikasi yang Ada dalam Internet ? Seberapa Besarkah Signifikansi Korelasi Faktor-Faktor tersebut dengan Pola Penggunaan Masyarakat terhadap Saluran Komunikasi yang Ada dalam Internet ?

Dengan rumusan masalah tersebut, maka format penelitian bisa dijabarkan menjadi dalam tabel 1.asbb.:

Tabel 1.a
Contoh Penelitian Pendekatan Kuantitatif
Setting Komunikasi Interpersonal dalam Internet

Judul Penelitian	Paradigma Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Populasi
MASYARAKAT DAN INTERNET (Survei Pola Penggunaan Saluran Komunikasi Interpersonal dalam Internet pada Masyarakat Perkotaan)	Positivistik	(1) Bagaimana Pola Penggunaan Masyarakat terhadap Saluran Komunikasi yang Ada dalam Internet ?(2) Faktor Apa yang Mempengaruhi Pola Penggunaan Masyarakat terhadap Saluran Komunikasi yang Ada dalam Internet ? (3) Seberapa Besarlah Signifikansi Korelasi Faktor-Faktor tersebut dengan Pola Penggunaan Masyarakat terhadap Saluran Komunikasi yang Ada dalam Internet ?	Survey	Anggota Masyarakat Pemilih Dalam DPT KPU di Wilayah Perkotaan yang Jadi Sampel

Itu contoh fiktif penelitian pada konteks interpersonal dalam internet melalui berbagai saluran komunikasi yang ada. Sekarang kita lanjutkan pada penelitian real yang telah pernah dilaksanakan beberapa tahun lalu. Penelitian ini terkait penelitian yang sudah penulis lakukan sendiri, yakni fenomena dalam konteks massa. Judulnya sendiri, STUDI AGENDA PADA MEDIA *ONLINE* (Studi Kasus Pada www.jambiexpres.co.id; www.bangkapos.com; dan www.bengkuluexpress.com).

Dalam penelitiannya, peneliti ini mempertanyakan tiga pertanyaan penelitian; 1) Seperti Apakah Agenda Media yang Ada pada Media Online (www.jambiexpres.co.id; www.bangkapos.com; dan www.bengkuluexpress.com) ?; 2) Bagaimanakah Proses Pembentukan Agenda Media tersebut?; dan 3) Mengapa Agenda Media tersebut Terbentuk ? . Dengan tiga pertanyaan dimaksud, penelitian bertujuan : 1) Ingin Mengetahui Gambaran Pengagendaan dalam www.jambiexpres.co.id; www.bangkapos.com; dan www.bengkuluexpress.com ; 2) Ingin Mengetahui www.jambiexpres.co.id; www.bangkapos.com; dan www.bengkuluexpress.com dalam Proses (Cara) Pembentukan Agenda Media; 3) Ingin Mengetahui Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Media Online dalam Proses (Cara) Pembentukan Agenda Media.

Fenomena empirikal menyangkut pengagendaan media dalam riset ini akan diteliti berdasarkan konsep-konsep yang terdapat dalam *Agenda Setting Theory* yang digagas McCombs & Shaw pada tahun 1972. Agenda Setting adalah suatu jenis penelitian yang difokuskan pada pendapat umum, bukan pada persuasi dan perubahan sikap, tetapi pada bagaimana frekuensi isu (*saliency issue*) atau relevansi isu dengan khalayak (*prominence issue*) atas sesuatu isu yang diagendakan media. Termasuk pula menyangkut bagaimana cara suatu isu disajikan media (*valence*), misalnya apakah suatu isu disajikan dengan cara menarik atau tidak. Dalam tradisi studi agenda setting, upaya memahami fenomena ketiga konsep tadi dikenal dengan studi *agenda media*.¹

Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui studi *content analysis* dalam tradisi studi agenda media guna menemukan jawaban atas permasalahan pertama penelitian. Sedang untuk menjawab permasalahan kedua dan ketiga, yakni guna menemukan jawaban *how and why*, riset ini akan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode *case study*.

¹ Griffin, EM, 2003, *A First Look At Communication Theory*, Fifth edition, New York, Mc Graw Hill, chapter 28, p. 392.

B. Pendekatan Kualitatif

Data untuk permasalahan pertama akan dikumpulkan melalui penganalisisan isi media online terpilih dengan menggunakan alat ukur yang reliabel dalam takaran Holsti². Sementara untuk permasalahan kedua dikumpulkan melalui, diantaranya *depth interview* terhadap awak media yang relevan dengan permasalahan penelitian dan melakukan observasi di ruang redaksi media online.

Sumber data untuk permasalahan pertama yaitu :www.jambiexpres.co.id; www.bangkaexpres.com; dan www.bengkuluexpress.com, yang dipilih secara acak sederhana. *Recording unit*nya adalah berita-berita utama pada ketiga media online tersebut pada terbitan bulan Maret 2010 yang ditentukan dengan teknik sampling kalender³. Proses sampling ini menghasilkan sampel edisi terbit media online sebagaimana terlampir. Selanjutnya, dari masing-masing sampel edisi tersebut diambil lima (5) berita sampel (ditentukan secara acak sederhana) untuk dijadikan *recording unit*. Pengolahan data kuantitatif menyangkut permasalahan pertama ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer melalui aplikasi program SPSS.

Selanjutnya, menyangkut pendekatan kualitatif⁴ dengan metode *case study*⁵ untuk menjawab permasalahan penelitian kedua dan ketiga. Desain studi kasus dalam penelitian ini sendiri merupakan studi kasus tunggal terpancang (multi unit analisis). Menurut Yin jenis desain ini merupakan desain di mana untuk mengungkapkan suatu kasus dari suatu konsep tertentu menggunakan unit analisis yang berbeda (Yin, 1997 :51). Unit analisis ini berbeda baik dari segi kelompok maupun tingkatan. Sehingga data yang dihasilkan lebih kaya dan hasilnya bukan hanya gambaran umum namun juga bentuk-bentuk kekhususan data tersendiri.

1) Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam studi kasus yang dilakukan akan diterapkan beberapa cara pengumpulan data seperti ditunjukkan dalam tabel 2.a sbb :

Tabel 2.a
Teknik Pengumpulan Data Studi Kasus

No.	Teknik Pengumpulan Data	Unit Analisa	Output
1	Analisis Data (<i>Content Analysis</i>)	Content Berita dalam Website yang Terpilih sebagai Sampel.	Data Kuantitatif mengenai Kecendrungan Pemberitaan sebagai Bahan Membuat Kategori.
2	Indepth Interview	Pimpinan Redaksi dan Wartawan serta Staff usaha	Verbatim/ Transkrip Wawancara
3	Observasi	Rapat Redaksi; Proses Produksi; Proses <i>Uploading</i>	Verbatim Hasil Observasi
4	Studi Dokumen	Press Release; Surat Tugas dan Dokumen Perintah Peliputan	Hasil Studi Dokumen dan Foto-Foto

² Uji keandalan koding dalam kajian ini dilaksanakan dengan menggunakan rumus Holsti :

$$R = \frac{2 \times M}{N1 + N2}$$

. Nilai reliability terendah dalam studi ini ditetapkan sebesar 0,80.

³ Sampling edisi terbit dilaksanakan dengan teknik *Rotated sampling* atau dikenal juga dengan sistem kalender, yakni sampling yang berusaha mendapatkan representasi nama-nama hari terbit dalam minggu pada setiap bulan. Prosesnya, yakni dengan cara mengundi tanggalan pada masing-masing bulan edisi terbit untuk menentukan sampel pertama edisi (nama hari terbit surat kabar online). Sampling berikutnya dilakukan dengan cara mengikuti urutan hari setelah sampel pertama. (Lihat, Stempel III, Guido H., *Analisis Isi*, diterjemahkan oleh Drs. Jalaluddin Rakhmat Msc dan Drs. Arko Kasta S, Penerbit Arai Komunikasi, Bandung, 1983).

⁴ Peneliti yang menggunakan penelitian dengan pendekatan kualitatif pada dasarnya menurut Lindlof dan Taylor dalam buku *Qualitative Communication Research Methods* (2002), berusaha mencari untuk mengabadikan dan menganalisa bentuk-bentuk yang tersituasi, isi dan pengalaman dari tindakan sosial ketimbang menjadikannya subjek yang matematis ... (Lindlof dan Taylor 2000;18).

⁵ Seperti dikutip Nishbet dan Watt dari Adelman mendefinisikan studi kasus sebagai serangkaian metode penelitian yang memumpunkan pada penelaahan seputar suatu kejadian (Nishbet dan Watt : 1994: 4). Robert K Yin mengatakan studi kasus sebagai sebuah riset lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bila mana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer di dalam konteks kehidupan nyata (Yin 1997, : 1).

5	Catatan Harian	Bagaimana Pandangan Peneliti dalam Keseharian Masa Kerja Pengumpulan Data di Lapangan	Transkrip Catatan Harian
---	----------------	---	--------------------------

2) Unit Analisa

Dalam penelitian ini yang dijadikan objek penelitian adalah tiga website media lokal dikawasan Provinsi Jambi, Bengkulu dan Kep. Bangka Belitung, yakni www.jambiexpres.co.id; www.bangkapos.com; dan [www. Bengkulu ekspres. com](http://www.Bengkulu.ekspres.com). Dari ketiga website atau institusi penyedia layanan berita website ini akan dilihat secara fokus pada beberapa unit analisa sesuai kebutuhan data. Unit analisa yang akan dianalisis adalah terlihat dalam tabel 2.b sebagai berikut :

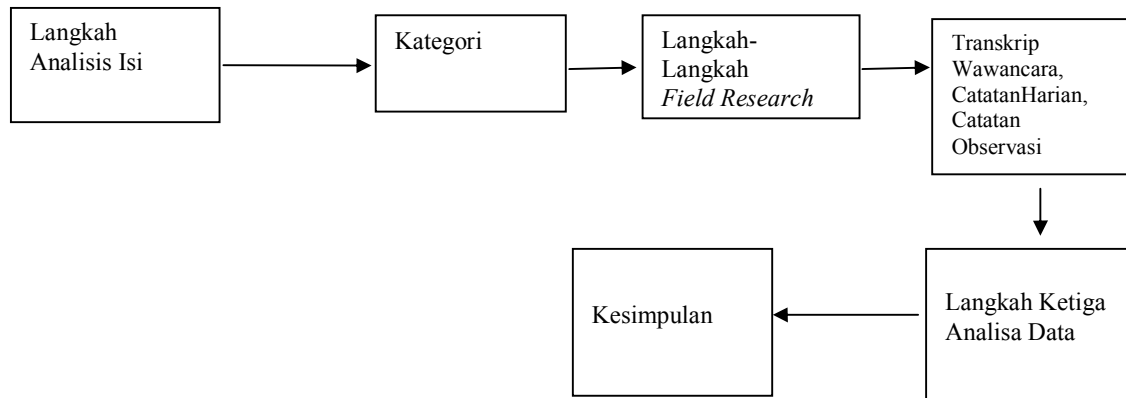
Tabel 2.b
Unit Analisis www.jambiexpres.co.id;
www.bangkapos.com; dan www.bengkuluexpress.com

No	Unit Analisa	Keterangan
1	Isi Media	Kliping Isi Media dari Website Jumlahnya Sesuai Sistem Sampling yang Dilakukan Yaitu Menggunakan Sampling Sistem Kalender (<i>Rotated Sampling</i>) dan Simple Random Sampling.
2	Pimpinan Redaksi	Kepala Redaksi; Redaksi Pelaksana, Redaktur
3	Staff Redaksi	Wartawan; Sekretaris Redaksi
4	Bagian Usaha	Bagian Iklan
5	Dokumen	-Press Release -Laporan Keuangan -Surat -Surat Undangan Peliputan -Surat Somasi dan Legal Menyangkut Pemberitaan (Non Usaha atau Jual Beli) -Laporan Pendapatan Iklan -Surat Aduan Masyarakat (Semua Berupa Copy)

3) Analisa Data dan Urutan Langkah Pekerjaan

- Dalam penelitian ini model analisa yang dipakai adalah model perbandingan tetap seperti yang dikonsepsikan oleh Glaser & Strauss. Metode perbandingan tetap ini menganalisis data dengan cara membandingkan suatu data dengan data yang lain dan membandingkan kategori dengan kategori yang lain (Maleong 2004 : 288).
- Langkah penelitian dijelaskan dalam bagan gambar `1 di bawah ini :

Gambar 1
Urutan Langkah Pekerjaan Analisis Data



- Langkah pertama, melakukan analisis isi, ini akan menghasilkan suatu rekomendasi atas kecenderungan tertentu untuk merumuskan kategori. Langkah kedua, berupa *field research* dimana pengumpulan data dilakukan di lapangan. Ini terdiri dari aktivitas observasi, wawancara mendalam, studi dokumen dan pembuatan catatan harian. Kemudian data-data hasil penelitian lapangan diubah kedalam data-data yang siap dianalisa seperti dalam bentuk *verbatim* atau transkrip dan dokumen dijadikan klasifikasi, serta catatan harian dikodifikasi. Langkah ketiga, semua data yang sudah dikategorikan dianalisa dan kemudian menghasilkan kesimpulan.
- Berikut ini akan disajikan cuplikan penyajian dan analisis data penelitian dimaksud.

C. Realitas Penelitian Komunikasi Berbasis Internet, Cuplikan Sejumlah Contoh.

1. Contoh : Cuplikan Hasil Penelitian STUDI AGENDA PADA MEDIA *ONLINE* (Studi Kasus pada www.jambiexpress.co.id; www.bangkapos.com; dan www.bengkuluexpress.com).

Deskripsi Pengagendaan Media pada www.jambiexpress.co.id; www.bangkapos.com; dan www.bengkuluexpress.com.

1) Kemenonjolan Berita/Prominent/Visibility

Mengacu pada data (tabel 3.6), terlihat bahwa selama periode Bulan Maret 2010, terdapat perbedaan dalam total penyajian berita pada ketigamedia online, yakni Jambi Ekspres Online, Bangka Pos Online, dan Bengkulu Ekspres Online. Berdasarkan urutan terbanyaknya, Bangka Pos Online menyajikan 35 berita, Bengkulu Ekspres Online 30 berita, dan Jambi Ekspres Online menyajikan 25 berita. Dengan demikian Bangka Pos Online lebih banyak menyajikan berita dibandingkan dengan Bengkulu Ekspres Online dan Jambi Ekspres Online.

2) *Salience*

Terkait dengan pihak yang kebutuhannya relevan dengan isu yang dibahas dalam media online yang ditampilkan dalam (tabel 3.29), pihak Pemerintah merupakan pihak dengan jumlah terbanyak yang kebutuhannya relevan dengan isu yang dibahas oleh media www.jambiexpress.co.id (48%). Sedangkan pada media www.bangkapos.com masyarakat merupakan pihak yang paling besar jumlahnya yang kebutuhannya relevan dengan isu yang dibahas sebanyak (37,1%). Di www.bengkuluexpress.com masyarakat juga menjadi pihak yang paling relevan kebutuhannya dengan isu yang dibahas sebanyak (50%). Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat merupakan pihak yang kebutuhannya relevan dengan isu yang dibahas pada media www.bangkapos.com dan www.bengkuluexpress.com, sedangkan media www.jambiexpress.co.id pihak Pemerintah yang kebutuhannya paling relevan dengan isu yang dibahas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketiga media online cenderung berbeda dalam hal pengutamakan pihak-pihak yang kebutuhannya berelevansi dengan isu yang dibahas dalam berita. Pada media www.bangkapos.com dan www.bengkuluexpress.com, relevansi

kebutuhan masyarakat cenderung lebih menjadi utama, sementara www.jambiexpress.co.id kebutuhan pihak Pemerintah, relevansinya tampak menjadi lebih utama.

2. Contoh Penelitian Pendekatan Kualitatif: Cuplikan Hasil Penelitian GAYA BICARA, GENDER MEDIA SOSIAL (Konten Analisis terhadap Aplikasi Status dalam Akun FB)

Dengan judul ini penelitiannya mempermasalahkan 1) Bagaimanakah Gaya Berbicara Pemilik Akun FB dari Segi Gender ? ; 2) Apakah Perbedaan Gender Pemilik Akun FB Membedakan Mereka dalam Gaya Berbicara ?. Secara akademik hasil penelitian diharapkan signifikan dalam membangun “*Genderlect Style*” theory dan secara aplikatif diharapkan dapat membantu para pihak sebagai acuan baru untuk berkomunikasi berdasarkan gender.

Cuplikan hasil penelitiannya disajikan berikut ini :

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat belakangan ini, telah berdampak terhadap proses keberlangsungan komunikasi antarmanusia. Dari sebelumnya hanya terbatas pada lima konteks (*setting*) secara konvensional, kini keberlangsungannya itu menjadi berubah pada lima konteks dalam tataran digital.

Salah satu bentuk media komunikasi digital yang memungkinkan terjadinya proses komunikasi sebagai mana dimaksud tadi, yaitu apa yang lazim dikenal orang dengan media sosial (*social networking sites*)

Berdasarkan fenomena berkomunikasi melalui media sosial (khususnya melalui *Facebook =FB*) sebelumnya, peneliti ini secara khusus akan lebih jauh menelaah fenomena pengekspresian diri melalui komunikasi verbal sebagaimana tampak melalui fitur “Status”. Sekaitan dengan itu, maka permasalahan ini dirumuskan menjadi sebagai berikut : 1) Bagaimanakah Gaya Berbicara Pemilik Akun FB dari Segi Gender ? ; 2) Apakah Perbedaan Gender Pemilik Akun FB Membedakan Mereka dalam Gaya Berbicara ?

2. Pembahasan: Konsep Teoritik (*Genderlect Style Theory*)

Deborah Tannen mencoba melihat perbedaan dialek antara laki-laki dan perempuan saat berkomunikasi itu berdasarkan lima konsep yang menjelaskan gambaran situasi proses komunikasi, terdiri dari :1) Percakapan Publik Versus Percakapan Pribadi; 2) Menyampaikan Cerita; 3) Mendengarkan ;4) Mengajukan Pertanyaan dan 5) Konflik.

Bagi pria hidup adalah ibarat sebuah kontes dan karenanya pria merasa lebih nyaman dengan konflik. Sebaliknya dengan wanita, kaum wanita ini cenderung menghindari konflik.

3. Temuan dan Analisis Data

A. Gaya Berbicara Pemilik Akun FB dari Segi Gender

Untuk melihat lebih jauh tentang fenomena gaya berbicara dimaksud, makalah ini mencoba memaparkan hasil observasi dari sejumlah pesan dalam status akun facebook yang link (terkoneksi) dengan penulis. Namun demikian secara terbatas observasi dimaksud hanya dilakukan terhadap dua konsep saja, yaitu fenomena konsep percakapan publik versus percakapan pribadi dan fenomena percakapan yang mengandung konflik. Hasilnya disajikan dalam (tabel 3.85) berikut:

Tabel 3.85
Gaya Berbicara Pemilik Akun FB Menurut Gender

Gender	Gaya Berbicara				Temuan
	Publik	Pri--badi	Konflik		
			Ya	Tidak	
Pria	V	-	-	V	1) Jika kamu merasa mengalami kesulitan tidur di malam hari, penting bagi kamu untuk mengetahui penyebabnya secara pasti.(Akun Rustam Masse-Status FB diakses pk 07 20012015)
	V	-	-	V	2) Sembilan manfaat mengejutkan yang dimiliki oleh pohon kersen - yang ditemukan pada buah, batang, daun, dan akarnya. Semoga bermanfaat bagi kesehatan dari pohon kersen, SELAMAT MENCoba..... (Akun Rustam Masse-Status FB diakses pk 07 20012015)
	V	-	V	-	3)Berdasarkan buku Jelajah Kabupaten Sidrap, sejarah penamaan desa Lise berdasarkan cerita tutur kata Tau Mallise yang dalam bahasa Bugis Sidenreng Rappang berarti Manusia Berisi (manusia yang memiliki kelebihan karena pengetahuan yang tinggi). (Akun Rustam Masse-Status FB diakses pk 07 20012015)
	V	-	-	V	4) Jakarta, tepatnya di Sarinah, hari ini mendapat teror bom dan baku tembak. Syukur, teror tersebut dalam hitungan jam dapat diatasi Polri dan TNI. Warga Jakarta juga tampak tegar menghadapi teror tersebut. Ini tentu jadi modal bagus untuk melawan aneka teror, sekaligus pesan bagi peneror bahwa warga Jakarta tak mudah untuk di takut-takuti.(Akun Jamluddin Ritonga, diakses pk 07 20012015).
	V	-	V	-	5) Setuju banget dengan pendapat Yusril. Aneh memang, negara memungut uang dari rakyatnya. Mungkin ada yang tahu apa ada negara lain yang memungut uang dari rakyatnya ? (Akun Jamluddin Ritonga, diakses pk 07 20012015).
	V	-	V	-	6) Hari ini umat Islam memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW. Semoga kita tidak memperingatinya sekedar seremonial, tapi sungguh-sungguh mencontoh dan mengamalkan sikap dan perilaku Nabi Muhammad. .(Akun Jamluddin Ritonga, diakses pk 07 20012015).
	V	-	V	-	7) <u>Hasyim Ali Imran</u> melihat fenomena politik belakangan ini sepertinya diperlukan re-revolusi mental sebelum konsep revolusi mental itu sendiri semakin kabur... He he he(Akun, <u>Hasyim Ali Imran</u> diakses pk 07 20012015).
	V	-	V	-	8) Setelah mendengar pengakuan secara de facto dari politisi yang juga anggota DPR RI inisial DWP, tertangkap basah dalam OTT yang dilakukan oleh KPK beberapa waktu lalu. Beliau mengatakan Gaji saya minus.....dan seterusnya. Persoalannya adalah indikasi atau penyebab melakukan tindakan korupsi ?. Menurut persepsi saya sebagai pengamat komunikasi politik adalah: 1. Tidak benar KPK selalu tebang pilih dalam menentukan sasaran OTT nya. 2. Apakah Parpol juga punya and... .(Akun, <u>Ramon Kabandi</u> diakses pk 07 20012015).
	V	-	V	-	9) 'Blast in Sarinah', kesempatan bagi Kapolri untuk membuka rahasia bahwa ada 9 gerakan radikal yg membahayakan.....(TVone.Kabar Pagi, 20.01.16) <u>Rusdi Muchtar</u> , diakses pk 07 20012015).

	V	-	V	-	10) Sosialisasi....kata yg sangat sering saya dengar dari mulut pejabat pemerintah dan biar kedengaran keren....dan dalam bahasa Indonesianya adl 'memasyarakatkan'.....!! Maksudnya telah menjelaskan suatu program atau kebijakan kepada masyarakat luas..... Tapi benar ngga masyarakat luas itu sudah tahu/mengerti..... Ternyata kegiatan 'sosialisasi' itu hanya sekedar saja (untuk menghabiskan dana??)...pada kenyataanya sebagian besar warga masyarakat belum/tidak tahu....!! Mungkin... See More Rusdi Muchtar, Yesterday at 7:33am ; diakses pk 07 20012015).
Jumlah	10	0	7	3	
Wanita	V	-	-	V	1) Aw! Arigato, jeng meeett... sukaaakk!!! Alhamdl, akhirnya meja saya berkalender juga..maap, thn ini kita gak kiriiiiimm, huhuhuhu.. (akun FB Erika Arumdati, diakses pk 07. 20012015)
	-	V	-	V	2) Love this! Teruntuk semua yg udh jd mommy and enjoying every moment of it! @ (akun FB Erika Arumdati, diakses pk 07. 20012015)
	-	V	-	V	3) Sedih (BANGET) itu kalo miss sekolah br blg, acara perform anak2 ternyata brg sama jadwal busstrip [?] pdhl si baby girl jd narator cerita, yg buka dan tutup acara play nya.. [?] Di rumah udh bulak balik bantuin ngapalin, masa giliran performnya, gak nonton??? [?] Pagi2 udah sedih gak keruan niy.. (akun FB Erika Arumdati, diakses pk 07. 20012015)
	V	-	V	-	4) Ujian macam apa ini??? [?] Akibat tmpt duduk yg udh ditek didudukin si mas-mas, biarpun kepental jauh di dpn, msh bs 'nyontek' berkat kecanggihan gadget.[?](akun FB Erika Arumdati, diakses pk 07. 20012015)
	-	V	-	V	5) <i>pengen dong kaya orang2 , ada cowonya yang menyayangi sepenuh hat</i> (akun fb Mila Sartika, acceseed pk 07. 20012015)
	V	-	-	V	6) [BACA PELAN-PELAN DENGAN SEKSAMA] □□Jangan baring ketika adzan, nanti jenazah kita berat." Rasulullah S.A.W bersabda "Sebarkan Walaupun.. (akun fb Dwiyati Martosenjoyo , acceseed pk 07. 20012015)
	V	-	V	-	7) Pemerintah Dinilai Tak Kompak soal Keberadaan ISIS di Indonesia(akun fb Dwiyati Martosenjoyo , acceseed pk 07. 20012015)
	V	-	V	-	8) Polisi Pastikan Ada Sianida Dalam Kopi Mirna(akun fb Dwiyati Martosenjoyo , acceseed pk 07. 20012015)
	V	-	V	-	9) 22 Tahun Jadi Pendeta, Petrus Masuk Islam, Gerejaanya Di Sulawesi akan Dijadikan Masjid(akun fb Dwiyati Martosenjoyo , acceseed pk 07. 20012015)
	V	-	-	V	10) <i>Ibu Hebat Bekerja Jadi Buruh Cuci, Kuliahkan Anak Sampai S3 ke Jepang</i> (akun fb Femy Febi Umboh https://www.facebook.com/dwiyati.martosenjoyo?fref=nf , acceseed pk 07. 20012015)
Jumlah	7	3	4	6	-

- a) Percakapan Publik versus Percakapan Pribadi
 b) Pembicaraan Konflik

B. Diskusi

Temuan data di atas kiranya menyangkut sajian data tentang gaya bicara pemilik akun fb menyangkut fenomena konsep pembicaraan publik vs pribadi dan pembicaraan konflik. Dari hasil analisis temuan data sebelumnya mengindikasikan bahwa menyangkut fenomena : a) Percakapan Publik Versus Percakapan Pribadi , maka dapat disimpulkan bahwa pemilik akun fb pria umumnya berkandungan pesan bersifat pembicaraan publik. Demikian juga pemilik akun fb wanita, juga cenderung mengandung pesan yang bersifat pembicaraan publik. Sementara terkait dengan pesan yang mengandung b) Pembicaraan Konflik, disimpulkan bahwa pemilik akun fb pria cenderung pesannya bersifat konflik dan sementara kalangan pemilik akun wanita pesannya cenderung bersifat non konflik meski cukup banyak juga diantaranya yang bersifat konflik.

. Kesimpulan dan Saran

Pemilik akun fb pria umumnya berkandungan pesan bersifat pembicaraan publik. Demikian juga pemilik akun fb wanita, juga cenderung mengandung pesan yang bersifat pembicaraan publik. Sementara terkait dengan pesan yang mengandung “Pembicaraan Konflik”, pemilik akun fb pria cenderung pesannya bersifat konflik dan pemilik akun wanita pesannya cenderung bersifat non konflik meski cukup banyak juga diantaranya yang bersifat konflik. Sementara terkait dengan kesimpulan menyangkut fenomena “Pembicaraan Konflik”, di mana pemilik akun fb pria cenderung pesannya bersifat konflik dan pemilik akun wanita cenderung bersifat non konflik meski cukup banyak diantaranya yang bersifat konflik, maka ini masih relatif sesuai dengan apa yang diasumsikan oleh Deborah Tannen, terutama terkait dengan pemilik akun fb pria, di mana mereka itu cenderung lebih suka “berkonflik” dalam berbicara. Sementara pada pemilik akun wanita, tampaknya ada kecenderungan ketidaksesuaian dengan asumsi Deborah Tannen sehubungan adanya temuan yang relatif signifikan bahwa kalangan wanita itu juga ternyata banyak yang “menyenangi” konflik. Ada sejumlah kemungkinan mengapa fenomena tadi muncul saat ini. Pertama terkait dengan era komunikasi dan kedua faktor budaya komunikasi.

Secara prospektif terkait dengan teori taxonominya Tannen, maka kiranya perlu dilakukan studi yang menyeluruh menyangkut konsep-konsep yang ada dalam teori tadi. Melalui studi relatif terbatas seperti yang dilakukan dalam buku ini, setidaknya memberikan indikasi bahwa teori *Genderlect Style* terutama menyangkut konsep “Percakapan Publik versus Percakapan Pribadi” dan “Pembicaraan Konflik”, secara empiris sudah tidak/kurang mendukung asumsi-asumsi yang dikemukakan Tannen. Terkait dengan ini, bagi para peneliti yang tertarik dengan penelitian sejenis, maka kedepan dalam penelitiannya hendaknya melakukan studi *Content Analysis* yang lebih komprehensif terhadap media sosial seperti fb guna menemukan kebenaran yang lebih akurat terkait pengujian teori *Genderlect*.

III. PENUTUP

Kesimpulan dan Saran

Demikianlah dua contoh real mengenai hasil pelaksanaan penelitian kuantitatif dan kualitatif yang berbasiskan internet baru saja disajikan. Dalam hal ini fenomena komunikasi dalam setting massa yang keterjadiannya melalui medium internet. Dengan contoh ini, tentu menjadi bukti empirikal bahwa studi komunikasi kuantitatif berbasis internet itu bukanlah sesuatu yang asing sebenarnya, akan tetapi sesuatu yang real dan visible untuk dilakukan dan mungkin lebih mudah dalam menemukan datanya. Dengan contoh ini pula, seyogya hendaknya dapat menjadi contoh bagi para akademisi lainnya ke depan dalam melakukan riset-riset komunikasi pendekatan kuantitatif. Masih tersedia lahan yang begitu banyak bagi kajian-kajian studi komunikasi yang belum digarap oleh akademisi komunikasi bagi pengembangan ilmu komunikasi ke depannya. Tidak berbeda halnya dengan penelitian komunikasi dengan pendekatan kualitatif, maka pada penelitian komunikasi dengan pendekatan kualitatif juga begitu, di mana internet sebagai basis bagi pelaksanaan penelitian, juga menjadi relatif mudah untuk dilaksanakan. Relatif mudah dimaksud sehubungan data penelitian komunikasi dari sumber internet itu, sejalan dengan sifat penelitian pendekatan kualitatif, sifatnya unscanning yang yang tidak memerlukan representativnes. Karena itu, sumber datanya berserak di berbagai saluran komunikasi yang ada dalam internet.

Ucapan Terimakasih : Penulis mengucapkan terimakasih kepada Tim Redaksi JSKM yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk turut berpartisipasi dalam mengisi konten JSKM edisi 21 (2) Desember 2017 ini.

Daftar Pustaka

- Aisy, Abu dan Abu Haizum. 2014. *Adab-adab Seseorang dalam Menggunakan Sosial Media*. Jakarta : Syariah Publishing.
- Briggs, Asa. 2010. *Sejarah Sosial Mediadari Gutenberg sampai Internet*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Media Sosial*. Yogyakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Christakis, Nicholas A. dan James H. Flower. 2013. *Dahsyatnya Kekuatan Jejaring Sosial Mengubah Hidup Mereka*. Jakarta : Graha Media.
- Fahmi, Abu Bakar. 2011. *Mencerna Situs Jejaring Sosial*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Imran, Hasyim Ali. *Pola Aktifitas Komunikasi Pengguna Internet melalui Situs Jejaring Sosial*. Jurnal Studi Komunuikasi dan Media, Vol. 14 (2) 2010. Jakarta: BPPKI Jakarta, Kemkominfo.
- Imran, Hasyim Ali. *Genderlect Styles dan Fenomena Komunikasi*. INSANI, ISSN : 02160552No.15/2/Desember/2013 pada situs http://stisipwiduri.ac.id/File/N/Full/2534-INSANI%20STISIP%20Widuri%20Desember%202013_Hasyim%20Ali%20Imran.pdf diakses pada tanggal 06 Desember 2015 pukul 13.00 WITA
- Maryani, Eni. 2014. *Media dan Perubahan Sosial*. Jakarta : ROSDA.
- Nasrullah, Rulli. 2011. *Teori Media Sosial Perspektif Komunikasi, Kultur, dan Sosio Teknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Tannen, Deborah. In Chapter 33, p. 463-473. 2003. *A First Look at Communication Theory, Fifth Edition*. EM Griffin, New York : McGraw Hill.
- Kramarae, C. 1981. *Women and men speaking*. Rowley, MA: Newbury House.
- Tannen, D. 1990. *You just don't understand*. New York: Ballantine. Pada situs <http://www.alex.com/topsites/countries/ID> diakses pada tanggal 5 Januari 2016.