



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Baillie dan Miller (2003) *paradigm* berasal dari bahasa Yunani “paradigma [*paradeigma*]” yang berarti pola. Menurut Kuhn, paradigma memiliki arti yaitu sebuah *theoretical structure* atau suatu kerangka pikir yang berguna sebagai contoh atau model yang dapat diikuti (dalam Salam, 2011, p.75). Creswell (1998) menjelaskan bahwa istilah paradigma yang secara umum digunakan yaitu seperangkat perspektif teoritis atau sistem kepercayaan (*beliefs*) yang mengarahkan suatu kegiatan (dalam Salam, 2011, p.76). Sedangkan Patton (1993) menjelaskan, “paradigma adalah seperangkat proposisi yang menjelaskan bagaimana dunia (atau realitas sosial) dipandang. Paradigma mengandung seperangkat *worldview*, yaitu reduksionisme dan kompleksitas dari dunia nyata. Paradigma memberi tahu peneliti dan ilmuan sosial pada umumnya *what is important, what is legitimate, dan what is reasonable*” (Salam, 2011, p.76). Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat diketahui bahwa paradigma secara sederhana berguna sebagai pemandu (kompas) bagi seorang peneliti dalam melakukan eksplorasi ilmu dan penelitian (Salam, 2011, p.76).

Guba dan Lincoln (1994) menyebutkan ada empat jenis paradigma dalam penelitian, yaitu positivisme (*positivism*), post-positivisme (*post-positivism*), teori kritis (*critical theory*), dan konstruktivisme (*constructivism*)

(Sulistyaningtyas, Susanto, & Munaf, 2016, p.13). Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme mempercayai bahwa suatu pengetahuan merupakan hal yang dikonstruksi (dibangun), bukan sesuatu yang ditemukan. Semua hal yang kita pahami di dunia ini merupakan hasil konstruksi dari manusia. Pemahaman terhadap suatu hal terkonstruksi melalui pengalaman yang kita terima selama hidup (Stake, 1995, p.99-100).

Paradigma ini tepat digunakan untuk penelitian ini, mengingat bahwa penelitian ini berpegang pada teori *social construction of scientific knowledge* yang menganggap bahwa sebuah ilmu pengetahuan merupakan sebuah produk yang dibangun berdasarkan sejarah, periode suatu budaya, dan akan terus berubah seiring berjalannya waktu (Marcum, 2008, p.187). Secara singkat, sebuah pengetahuan dianggap ada karena merupakan hasil konstruksi dari masyarakat sebagai makhluk sosial. Dalam penelitian ini, pemikiran *hot and cool media* bersifat sebagai objek konstruktivis yang kemudian dibangun oleh para akademisi ilmu komunikasi.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Jenis penelitian kualitatif merupakan penelitian yang datanya bersumber dari kata-kata atau gambar, bukan angka. Dalam penelitian kualitatif, data yang disajikan dapat berupa transkrip wawancara, catatan lapangan, foto, video, data pribadi, memo, dan lainnya. Penelitian jenis kualitatif ini digunakan untuk memberikan gambaran suatu peristiwa secara mendalam (Wahyuni, 2012, p.12). Sedangkan sifat dari

penelitian ini adalah deskriptif. Studi deskriptif merupakan studi yang berusaha untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan suatu keadaan secara apa adanya tentang subjek yang menjadi fokus penelitian (Kimbal, 2015, p.64).

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat diketahui bahwa ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana para akademisi Ilmu Komunikasi mengelompokkan media-media di era digital ke dalam pengelompokan *hot&cool media* milik Marshall McLuhan. Selain melakukan pengelompokkan, para akademisi juga memberikan alasan serta mengutarakan pemahaman mereka terkait konsep dan teori ini. Sehingga diharapkan hasil dari penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman terbaru mengenai Ekologi Media, khususnya *hot&cool media*.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus atau *case study*. Studi kasus merupakan metode penelitian yang paling umum digunakan dalam sebuah penelitian ilmu sosial. Studi kasus memiliki fokus pada suatu unit kelompok tertentu, yang dapat berupa individu, kelompok, organisasi, masyarakat (Prihatsanti, Suryanto, & Hendriani, 2018, p.127).

Studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus milik Robert E. Stake. Dalam bukunya "*The Art of Case Study Research*", Stake (1995) mengungkapkan bahwa "*case study is the study of the particularity and*

complexity of a single case, coming to understand its activity within important circumstances.” Tujuan utama dilakukannya sebuah penelitian studi kasus adalah untuk memberikan pemahaman terkait suatu isu yang dianggap kompleks (p.xi). Untuk definisi dari kasus itu sendiri, Stake (1995) setuju dengan ungkapan dari Louis Smith, bahwa “*researchers should view case as ‘bounded system’ and inquire into it ‘as an object rather than a process’*” (p.2). Stake (1995) mengungkapkan dalam bukunya bahwa metode studi kasus yang ia gambarkan akan lebih mudah bagi mereka yang ingin meneliti tentang suatu program atau individu (Yazan, 2015, p.139). Stake juga mengungkapkan bahwa tujuan dari penelitian yang menggunakan studi kasus adalah untuk mendapatkan penjelasan, deskripsi, serta interpretasi dari yang bersangkutan (Stake, 1995, p.64).

Stake menyebutkan bahwa terdapat empat karakteristik dari studi kualitatif, yaitu *holistic*, *empirical*, *interpretive*, dan *emphatic*. *Holistic* artinya bahwa peneliti harus mempertimbangkan hubungan antara fenomena dengan situasi yang ada. *Empirical* artinya penelitian yang dilakukan didasari oleh observasi di lapangan. *Interpretative* artinya peneliti mempercayai kemampuannya dalam memahami sesuatu dan melihat penelitian sebagai interaksi antara peneliti dengan subjek. Serta *Empathic* artinya bahwa peneliti dapat mewakili pengalaman dari para subjek dan merepresentasikannya secara secara emic (memandang suatu fenomena berdasarkan persepsi subjek itu sendiri) (Yazan, 2015, p.139). Studi kasus yang dikemukakan oleh Stake memiliki desain yang fleksibel sehingga mengizinkan peneliti untuk

melakukan perubahan besar bahkan saat sedang melaksanakan penelitian. Namun, peneliti setidaknya membutuhkan dua sampai tiga pertanyaan penelitian yang dapat menjadi dasar dari observasi, interview, dan *document review* (Stake, 1995, p.20).

Sebagai bentuk penerapan dari metode penelitian yang dipilih, penulis wajib menentukan informan yang akan diwawancarai nantinya. Hal ini berguna agar penulis dapat menjawab pertanyaan penelitian yaitu mengetahui bagaimana pengelompokan media-media di era digital berdasarkan ‘temperatur’-nya berdasarkan para akademisi Ilmu Komunikasi. Informan yang merupakan akademisi Ilmu Komunikasi ini nantinya akan diminta untuk membuat pengelompokan *hot&cool media* berdasarkan pemahaman serta pengalaman mereka, serta memberikan penjelasan dan alasan atas pengelompokan tersebut. Selain itu juga, penulis akan mencoba untuk menyimpulkan berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan, apakah mereka masih setuju dengan pengelompokan *hot&cool media* yang dilakukan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1964.

3.4 Informan

Seorang informan merupakan ia yang dapat peneliti manfaatkan untuk mendapatkan sebuah informasi terkait situasi dan kondisi latar penelitian. Seorang informan harus memiliki banyak pengalaman yang berhubungan dengan latar penelitian (Meleong, 2006, p.132). Dalam penelitian ini, informan disebut sebagai narasumber. Narasumber dalam penelitian ini merupakan subjek yang paling penting, karena kekayaan dan kedalaman hasil yang akan

penulis terima sangat dipengaruhi oleh kualitas dari sumber informasi. Peneliti harus memilih secara teliti ruang lingkup yang akan diteliti, juga orang yang akan diwawancarai atau observasi. Maka dari itu, sample yang akan digunakan tidak bisa dipilih secara *random* atau acak (Wahyuni, 2012, p.32).

Untuk menentukan narasumber, penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam *purposive sampling*, kriteria dari partisipan telah ditentukan oleh peneliti agar relevan dengan topik dari penelitian (Wahyuni, 2012, p.33). Alasan penulis memilih teknik ini tak lain karena penulis telah memiliki kriteria khusus bagi partisipan sehingga penulis bisa mendapatkan informasi dan data yang dapat dimanfaatkan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana pengelompokan *hot & cool media* terhadap media-media di era digital, maka penulis membutuhkan informan yang dianggap memahami tentang Teori Ekologi Media, khususnya tentang hot & cool media. Maka dari itu, penulis memilih narasumber yang merupakan seorang akademisi bidang Ilmu Komunikasi. Kriteria yang telah ditentukan oleh penulis yaitu, narasumber merupakan seorang akademisi yang setidaknya telah menempuh pendidikan S2 dalam bidang Ilmu Komunikasi.

Dalam penelitian kualitatif, jumlah narasumber tidak ditentukan minimalnya. Peneliti akan berhenti ketika data yang diterima dianggap jenuh (Given, 2008, p.2). Sehingga untuk penelitian ini, penulis menggunakan 4 narasumber yang akan diwawancarai sebagai sumber untuk data-data dalam penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Stake mengungkapkan bahwa dalam studi kasus kualitatif terdapat tiga teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumen (Yazan, 2015, p.149). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Interview*. Estenberg (2002) mendefinisikan *interview* sebagai berikut (dalam Sugiyono, 2013, p.384):

“a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic.”

Menurut Stake (1995) setiap individu memiliki cara pandang yang berbeda terhadap suatu realitas. Wawancara menjadi jalan utama untuk mengakses realitas yang beragam tersebut. karena dalam suatu penelitian kualitatif, peneliti memiliki tugas untuk menemukan serta menggambarkan realitas-realitas tersebut (p.64). Wawancara merupakan sebuah bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan salah seorang yang memiliki keinginan untuk memperoleh informasi dari lawan komunikasinya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dengan tujuan tertentu. Secara garis besar, wawancara terbagi menjadi dua, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur (Mulyana, 2010, p.180).

1. Wawancara terstruktur

Sering juga disebut sebagai wawancara baku (*standardized interview*). Dalam jenis wawancara ini, peneliti telah menetapkan susunan pertanyaan dengan pilihan-pilihan jawaban yang sudah disediakan sebelum turun ke lapangan. Karena pertanyaannya terstruktur, wawancara jenis ini

biasanya bertujuan untuk sekedar memastikan sebuah fakta atau kepercayaan yang telah ada.

2. Wawancara tidak terstruktur

Jenis wawancara ini disebut juga sebagai wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif, wawancara etnografis, dan wawancara terbuka (*open-ended interview*). Pelaksanaannya mirip seperti percakapan informal. wawancara tidak terstruktur dapat membantu peneliti dalam menemukan informasi di bawah permukaan dan mengetahui pikiran dan perasaan seseorang tentang suatu fenomena. Wawancara ini bersifat luwes, susunan pertanyaan dan kata-kata dalam pertanyaan dapat berubah selama proses wawancara berlangsung, menyesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan pada saat itu.

Pada penelitian ini, penulis memilih wawancara tidak terstruktur sebagai jenis wawancara yang digunakan. Dalam wawancara tidak terstruktur, bentuk pengetahuan yang akan diperoleh dan validitas analisisnya didasarkan pada pemahaman yang dalam. Denzin (dalam Mulyana, 2010, p.181) menyebutkan beberapa alasan mengapa interaksionis lebih menyukai wawancara tidak terstruktur:

- a. Memungkinkan responden untuk bebas mengungkapkan pendapat dan cara pandangnya terhadap suatu fenomena dengan caranya sendiri.
- b. Mengasumsikan tidak ada urutan tetap pertanyaan yang sesuai untuk semua responden.

- c. Memungkinkan responden untuk membicarakan isu-isu penting yang tidak terjadwal.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat diketahui bahwa alasan mengapa penulis memilih wawancara tidak terstruktur (atau wawancara terbuka) tak lain karena wawancara terbuka memungkinkan penulis untuk mendapatkan pengetahuan lebih mendalam tentang *hot&cool media* di era digital serta bagaimana pengelompokkan terbaru terhadap media-media di era digital ke dalam *hot&cool media*.

Susan Stainback (1988) mengungkapkan bahwa melalui wawancara, peneliti dapat mendapatkan informasi-informasi mengenai suatu fenomena secara lebih mendalam, ketimbang dengan melakukan observasi (dalam Sugiyono, 2013, p.386). Dengan menggunakan wawancara juga, partisipan akan diminta untuk turut memberikan pendapat serta ide-idenya mengenai suatu fenomena (Sugiyono, 2013, p.387).

Dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara ini, penulis berharap agar dapat mengetahui bagaimana para akademisi Ilmu Komunikasi membuat pengelompokkan *hot&cool media* terhadap media-media di era digital kini, serta meminta penjelasannya terhadap pengelompokkan tersebut. selain itu juga, bila terdapat ketidak keselarasan dengan pengelompokkan milik McLuhan dan West & Turner, penulis dapat mengetahui bagaimana argumen mereka. Dengan demikian, penulis dapat memberikan gambaran serta pendeskripsian secara jelas tentang bagaimana para akademisi komunikasi mengelompokkan media-media di era digital ke dalam *hot&cool media*.

3.6 Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data, penulis menggunakan proses triangulasi untuk memastikan validitas dan kredibilitas sebuah data. Susan Stainback menjelaskan bahwa “*the aim is not to determinate the truth about same social phenomenon, rather than the purpose of triangulation is to increase one’s understanding of what ever is being investigated.*” Singkat kata, triangulasi dilakukan bukan untuk mencari kebenaran, melainkan untuk meningkatkan pemahaman peneliti atas data dan informasi yang ia miliki (dalam Bachri, 2010, p.55). Dalam pengujian kredibilitas, triangulasi diartikan sebagai proses pengecekan data dengan berbagai cara dan berbagai sumber (Bachri, 2010, p.56). Denzin (dalam Stake, 1995, p.114-115) serta para peneliti kualitatif lainnya mengungkapkan bahwa triangulasi berguna tidak sekedar untuk mencari sebuah makna, tetapi juga agar peneliti dapat menemukan interpretasi tambahan dari suatu kasus.

Dalam usaha untuk menemukan ketepatan serta penjelasan alternatif, peneliti membutuhkan sebuah aturan dan protokol. Dalam penelitian kualitatif protokol itu disebut sebagai ‘triangulasi’ (Stake, 1995, 107). Stake menyediakan empat strategi untuk peneliti melakukan validasi data, yaitu triangulasi sumber data, triangulasi penyelidik/peneliti, triangulasi teori, dan triangulasi metode (Yazan, 2015, p.146). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi metode. Triangulasi metode artinya peneliti melakukan proses pemeriksaan terhadap validitas data dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data studi kasus (wawancara, observasi, dan

studi dokumen) (Stake, 1995, p.114). Penulis menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Penulis mewawancarai para akademisi Ilmu Komunikasi mengenai *hot&cool media*, pengelompokannya di era digital, serta bagaimana argumen mereka terhadap pengelompokan yang dibuatnya.

Selain itu, penulis juga menggunakan triangulasi sumber. Artinya, penulis mendapatkan data dari sumber yang berbeda dengan teknik yang sama (Sugiyono, 2013, p.397). Triangulasi ini dilakukan dengan menguji data satu dengan lainnya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa partisipan untuk diwawancarai. Sehingga data yang akan penulis peroleh juga akan bervariasi. Terdapat kemungkinan bahwa para pakar atau ahli komunikasi memiliki pandangan yang berbeda mengenai pengelompokan *hot&cool media* di era digital.

3.7 Teknik Analisis Data

Mengenai definisinya, Bodgan menjelaskan bahwa analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan hal-hal lain secara sistematis. Sehingga hasil yang diterima dapat dipahami dan hasil temuan dapat menjadi informasi bermanfaat. Dalam proses analisis data, peneliti akan mengorganisasikan data, menjabarkannya kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih apa yang penting dan akan dipelajari, yang kemudian menghasilkan sebuah kesimpulan yang dapat dijelaskan kepada orang lain (Sugiyono, 2013, p.401).

Stake menyebutkan dua cara untuk peneliti menggapai makna suatu kasus, yaitu: *categorical aggregation* (agregasi kategori) dan *direct interpretation* (interpretasi langsung) (Yazan, 2015, p.145). “*The qualitative researcher concentrates on the instace, trying to pull it apart and put it back together again and more meaningfully-analysis and synthesis in direct interpretation*” (Stake, 1995, p.75).

Pencarian makna dilakukan dengan cara peneliti mencari pola serta konsistensi pada kondisi tertentu. “*We can look for patterns immediately while we are reviewing documents, observing, or interviewing- or we can code the records, aggregate frequencies, and find the patterns that way. Or both*” (Stake, 1995, p.78). Stake mengungkapkan bahwa peneliti dapat menggunakan bentuk analisis tersebut sesuai dengan kebutuhan (1995, p.77).

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan kedua bentuk analisis Stake tersebut. Kategorisasi dilakukan dengan teknik *coding*. Teknik pengkodean atau *coding* dianggap dapat membantu seorang peneliti dalam melakukan proses analisis data. Menurut Strauss dan Corbin (dalam Willcocks, Sauer, & Lacity, 2016, p.162-164), ada tiga proses analisis yang dapat diterapkan melalui *coding*, yaitu pengkodean terbuka (*open coding*), pengkodean berporos (*axial coding*), dan pengkodean selektif (*selective coding*).

1. Pengkodean terbuka (*open coding*), data yang diperoleh dipisahkan berdasarkan kategori kemudian diberikan kode atau pelabelan pada beberapa potongan data.

2. Pengkodean berporos (*axial coding*), proses pengelompokkan serta mengidentifikasi data yang telah dilabeli pada pengkodean terbuka. Tujuannya untuk menemukan hubungan antara kategori dengan label.
3. Pengkodean selektif (*selective coding*), proses menyaring dan menggabungkan data dengan kategori sehingga data dapat diuraikan ke dalam bentuk naratif.

Penulis menggunakan ketiga teknik pengodean di atas. Mulai dari memberikan kode pada hasil transkrip wawancara, kemudian membuat pengelompokkan sesuai dengan kategori-kategori yang dibutuhkan penulis, hingga akhirnya penulis dapat menarasikan hasil temuan penulis terkait kesepahaman para akademisi Ilmu Komunikasi dalam mengelompokkan media-media di era digital ke dalam *hot & cool media*.

Hasil *coding* kemudian akan digunakan oleh penulis agar dapat mempermudah dalam memaknai, menginterpretasikan, serta menarasikan hasil temuan lapangan agar penulis dapat mengetahui apakah terdapat kesepahaman antara akademisi ilmu komunikasi dalam pemetaan *hot and cool media* terhadap media-media di era digital berdasarkan indikator-indikator yang diberikan oleh McLuhan.