RESUME
ETNOGRAFI KUALITATIF

Disusun

Oleh :

KAMALIA/SYA.155017

MURNIATI/SYA.155023

Jurusan Ekonomi Syariah

Semester VIII (DELAPAN)

SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)

SORONG

TAHUN AKADEMIK 2018/2019

PEMBAHASAN

A. ETNOGRAFI DALAM INTERAKSI SOSIAL DAN KOMUNIKASI

Pengertian dari Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia. Interaksi juga terdapat simbol dimana simbol diartikan sebagai sesuatu yang nilai atau maknanya diberikan kepadanya oleh mereka yang menggunakannya. Proses interaksi sosial menurut Herbert Blumer adalah pada saat manusia bertindak terhadap sesuatu atas dasar makna yang dimiliki sesuatu tersebut bagi manusia, kemudian makna yang dimiliki sesuatu itu berasal dari interaksi antara seseorang dengan sesamanya dan terakhir adalah makna tidak bersifat tetap namun dapat dirubah serta perubahan terhadap makna dapat terjadi melalui proses penafsiran yang dilakukan orang ketika menjumpai sesuatu. Hal tersebut disebut juga dengan Interpretif Proses. Pada Interaksi sosial, hal ini dapat terjadi bila antara dua individu atau kelompok terdapat kontak sosial dan komunikasi. Pengertian kontak sosial merupakan tahap pertama dari terjadinya hubungan sosial dan komunikasi. Pengertian komunikasi yaitu penyampaian suatu informasi dan pemberian tafsiran dan reaksi terhadap informasi yang disampaikan. Menurut Karp dan Yoels, komunikasi menunjukkan beberapa hal yang dapat menjadi sumber informasi bagi dimulainya komunikasi atau interaksi sosial. Misalnya di Indonesia sendiri membahas mengenai interaksi-interaksi sosial yang berlangsung berbagai suku bangsa, golongan agama dan ras. Untuk mengetahui dan memahami perihal tersebut dapat menimbulkan atau mempengaruhi bentuk-bentuk interaksi sosial tersebut.

Interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat yaitu: komunikasi dan kontak sosial. Asal kata dari Kontak sosial yaitu dari bahasa latin *con* atau *cum* yang berarti bersama-sama dan *tango* yang berarti menyentuh sehingga secara harfiah kontak adalah bersama-sama menyentuh dan

secara fisik, kontak baru terjadi apabila terjadi hubungan antara dua individu atau lebih. Gejala sosial itu tidak perlu berarti suatu hubungan antara dua individu atau lebih karena orang dapat mengadakan hubungan tanpa harus menyentuhnya seperti misalnya dengan cara berbicara dengan orang yang bersangkutan melalui telepon, telegraf, radio, dan yang lainnya yang tidak perlu memerlukan sentuhan. Etnografi berarti tulisan atau laporan hasil penelitian lapangan (field work) seorang antropolog tentang suatu suku bangsa selama sekian bulan atau sekian tahun. Spradly menganggap bahwa etnografi merupakan suatu jenis metode penelitian yang khas. Etnografi baik sebagai laporan penelitian maupun metode penelitian, dapat dianggap sebagai dasar dan asal-usul ilmu antropologi. Dalam etnografi terdapat beberapa aliran, diantaranya etnografi modern dan etnografi baru. Etnografi modern diperkenalkan oleh ahli antropologi sosial, A.R. Radcliffe-Brown dan B. Malinowski pada pertengahan 1919-1925 di Inggris.

Etnografi adalah menangkap sudut pandang native tersebut, hubungannya dengan kehidupan, serta menyadari visi dan dunianya. Juga, menurut Radcliffe-Brown, tujuan utama penelitian etnografi adalah untuk membangun struktur sosial, yaitu istilah yang menunjuk pada jaringan hubungan yang sedang terjadi itu. Tujuan penelitian etnografi adalah untuk mendeskripsikan dan membangun struktur sosial dan budaya suatu masyarakat, yaitu cara hidup (way of life) masyarakat. Untuk mencapai tujuan itu, penelitian harus melakukan interview dengan beberapa informan dan melakukan observasi sambil berpartisipasi dalam kehidupan masyarakat tersebut.

Etnografi baru adalah suatu aliran etnografi yang mulai berkembang sejak tahun 1960-an dan mempunyai nama lain cognitive anthropology atau ethnoscience. Aliran ini memusatkan usahanya untuk menemukan bagaimana berbagai masyarakat mengorganisasikan budaya mereka dalam pikiran mereka dan kemudian menerapkannya dalam kehidupan

Etnografi secara harfiah berarti tulisan atau laporan tentang suku-bangsa, yang ditulis antropolog atas hasil penelitian selama sekian bulan atau sekian tahun.

Etnografi merupakan pekerjaan mendeskripsikan suatu kebudayaan dengan tujuan untuk memahami suatu pandangan hidup dari sudut pandang penduduk asli. Etnografi adalah pendekatan empiris dan teoritis yang bertujuan mendapatkan deskripsi dan analisis mendalam tentang kebudayaan berdasarkan penelitian lapangan (fieldwork) yang insentif.

Penelitian etnografi adalah kegiatan pengumpulan bahan keterangan atau data yang dilakukan secara sistematis mengenai cara hidup serta berbagai aktifitas sosial dan berbagai beda kebudayaan dari suatu masyarakat, berbagai peristiwa dan kejadian unit dari komunitas budaya akan menarik perhatian peneliti etnografi peneliti justru lebih banyak belajar dari pemilik kebudayaan, dan sangat respek pada cara mereka belajar tentang budaya, itulah sebabnya pengamatan terlipat menjadi penting. Etnografi merupakan ragam pemaparan penelitian budaya untuk memahami cara orang berinteraksi dan bekerja sama melalui fenomena termati dalam kehidupan sehari-hari.

Kajian budaya etnografi memusatkan diri pada penjelajahan kualitatif tentang nilai dan makna dalam konteks keseluruhan cara hidup', yaitu dengan persoalan kebudayaan, dunia kehidupan dalam kurung (life-words) dan identitas dalam kajian budaya yang berorientasi media, etnografi menjadi kata yang mewakili beberapa metode kualitatif, termasuk pengamatan partisipatif, wawancara mendalam dan kelompok diskusi terarah.

Etnografi bertujuan untuk memberikan argumentasi bahwa etnografi dapat memberikan keuntungan dan dukungan interpretasi prasejarah dengan lingkup dan batasan yang memungkinkan ekstrapolasi tertentu. Bagaimana sejarah kehidupan manusia, khususnya dalam mencari sumber pemenuh energi dalam usaha untuk bertahan hidup. Penulis juga menawarkan penggunaan sebuah model untuk menggambarkan bahwa interpretasi arkeologi dapat dicari dari model antropologi budaya. Model etnografi dapat memberi nuansa yang lebih luas dalam membicarakan manusia. Dengan demikian, kita dapat membuka kotak-kotakan disiplin ilmu dan dapat melihat objek penelitian dari sudut pandang yang

menyeluruh . interpretasi arkeologi dari model atau analogi etnografi dibutuhkan untuk menguji berulang ulang terhadap penemuan penemuan yang berpevariasi . sebuah model atau analogi etnografi dalam penelitian prasejarah, khususnya paleonutrisi , hanya mungkin untuk menjangkau mesolitikum atau sesuai priode itu, Neolitikum sampan sekarang. Dimasa yang akan datang, arkeologi perlu mempertimbangkan catatan etnografi yang ditulis oleh antropolog, sebagai bahan bacaan atau di pakai sebagai referensi penelitian.

B. Komunikasi

Etnografi komunikasi (*ethnography of communication*) juga bisa dikatakan salah satu cabang dari Antropologi, lebih khusus lagi adalah turunan dari Etnografi Berbahasa (*ethnography of speaking*). Dalam artikel pertamanya, Hymes (1962) memperkenalkan *ethnography of speaking* ini sebagai pendekatan baru yang memfokuskan dirinya pada pola perilaku komunikasi sebagai salah satu komponen penting dalam system kebudayaan dan pola ini berfungsi di antara konteks kebudayaan yang holistic dan berhubungan dengan pola komponen system yang lain(Muriel, 1986). Dalam perkembangannya, rupanya Hymes lebih condong pada istilah etnografi komunikasi karenanya menurutnya, yang jadi kerangka acuan dan ‘ditempati’ bahasa dalam suatu kebudayaan adalah pada ‘komunikasi’nya dan bukan pada ‘bahasanya’. Bahasa hidup dalam komunikasi, bahasa tidak akan mempunyai makna jika tidak dikomunikasikan.

Menurut sejarah lahirnya, maka etnografi komunikasi tentu saja tidak bisa berdiri sendiri. Ia membutuhkan dukungan ilmu-ilmu lain di antaranya adalah sosiologi karena nantinya akan berkenaan dengan analisis interaksional dan persoalan identitas peran; ia juga memerlukan kehadiran antropologi karena dalam tataran tertentu bersentuhan dengan kebiasaan masyarakat dalam menggunakan bahasa dan filosofi yang melatarbelakanginya; dan tentu saja tidak bisa melupakan disiplin sosiolinguistik karena melalui ilmu ini kita bisa mengetahui bagaimana penggunaan bahasa dalam interaksi sosial. Kini etnografi komunikasi telah menjelma menjadi

disiplin ilmu baru yang mencoba untuk merestrukturisasi perilaku komunikasi dan kaidah-kaidah di dalamnya, dalam kehidupan sosial yang sebenarnya.

Ruang lingkup kajian etnografi komunikasi

Menurut Hymes (Syukur dalam Kuswarno,2008:14), ada enam lingkup kajian etnografi komunikasi yaitu :

1. Pola dan fungsi komunikasi (*patterns and functions of communication*)
2. Hakikat dan definisi masyarakat tutur (*nature and definition of speech community*).
3. Cara-cara berkomunikasi (*means of communicating*).
4. Komponen-komponen kompetensi komunikasi (*component of communicative competence*)
5. Hubungan bahasa dengan pandangan dunia dan organisasi sosial (*relationship of language to world view and sosial organization*)
6. Semesta dan ketidaksamaan linguistic dan sosial (*linguistic and sosial universals and inequalities*)

Etnografi komunikasi juga memiliki dua tujuan yang berbeda arah secara sekaligus. Etnografi komunikasi bisa bersifat spesifik karena mencoba menjelaskan dan memahami perilaku komunikasi dalam kebudayaan tertentu sehingga sifat penjelasannya terbatas pada suatu konteks tempat dan waktu tertentu; etnografi komunikasi juga bisa bersifat global karena mencoba memformulasikan konsep-konsep dan teori untuk kebutuhan pengembangan metateori global komunikasi antarmanusia.

Obyek penelitian etnografi komunikasi

Ada beberapa istilah-istilah yang akan menjadi kekhasan dalam penelitian etnografi komunikasi, dan istilah ini nantinya akan menjadi ‘obyek penelitian ‘ etnografi komunikasi:

Masyarakat tutur (*speech community*).

Apa itu masyarakat tutur ? Hymes memberi batasan mengenai masyarakat tutur adalah suatu kategori masyarakat di mana anggota-anggotanya tidak saja sama-sama memiliki kaidah untuk berbicara, tetapi juga satu variasi linguistik tertentu. Sementara menurut Seville –Troike, yang dimaksud masyarakat tutur tidak harus memiliki satu bahasa, tetapi memiliki kaidah yang sama dalam berbicara (Syukur, dalam Kuswarno, 2008:39,40). Jadi batasan utama yang membedakan masyarakat tutur satu dengan yang lain adalah kaidah-kaidah untuk berbicara. Sehingga suatu suku bangsa atau kebudayaan bisa saja memiliki dua atau lebih masyarakat tutur.

Aktivitas komunikasi.

Setelah menemukan atau mengidentifikasi masyarakat tutur, maka tahap selanjutnya bagi etnografer adalah menemukan aktivitas komunikasi-nya. Atau mengidentifikasi peristiwa komunikasi atau proses komunikasi. Menurut Hymes, tindak tutur atau tindak komunikasi mendapatkan statusnya dari konteks sosial, bentuk gramatika dan intonasinya. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis aktivitas komunikasi dalam etnografi komunikasi, maka kita memerlukan pemahaman mengenai unit-unit diskrit aktivitas komunikasi. Hymes mengemukakan unit diskrit komunikasi itu adalah (Syukur dalam Kuswarno, 2008:41):

1. Situasi komunikatif dan konteks terjadinya komunikasi
2. Peristiwa komunikatif atau keseluruhan perangkat komponen yang utuh yang meliputi tujuan umum komunikasi, topic umum yang sama, partisipan yang secara umum menggunakan varietas bahasa yang sama, dengan kaidah-kaidah yang sama dalam berinteraksi dan dalam setting yang sama.
3. Tindak komunikatif, yaitu fungsi interaksi tunggal seperti pernyataan, permohonan, perintah ataupun perilaku non verbal.

Pendeknya, yang dimaksud aktivitas komunikasi dalam etnografi komunikasi tidak lagi bergantung / bertumpu pada pesan, komunikator, komunikan, media, dan efeknya melainkan *aktivitas khas yang kompleks di mana di dalamnya terdapat peristiwa-peristiwa khas komunikasi yang melibatkan tindak-tindak komunikasi khusus dan berulang.*

Komponen Komunikasi.

Komponen komunikasi merupakan bagian yang paling penting dalam kajian etnografi komunikasi. Yang dimaksud komponen komunikasi dalam etnografi komunikasi adalah

1. Genre atau tipe peristiwa komunikasi (misal lelucon, salam, pengenalan, dongen, gossip dll)
2. Topik peristiwa komunikasi.
3. Tujuan dan fungsi peristiwa secara umum dan juga fungsi dan tujuan partisipansecara individual.
4. *Setting* termasuk lokasi, waktu, musim dan aspek fisik situasi yang lain
5. Partisipan, termasuk usianya, jenis kelamin, etnik, status sosial, atau kategori lain yang relevam dan hubungannya satu sama lain.
6. Bentuk pesan, termasuk saluran verbal, non verbal dan hakikat kode yang digunakan, misalnya bahasa mana dan varietas mana.
7. Isi pesan, mencakup apa yang dikomunikasikan termasuk level konotatif dan referensi denotative.
8. Urutan tindakan, atau urutan tindak komunikatif atau tindak tutur termasuk alih giliran atau fenomena percakapan.
9. Kaidah interaksi.
10. Norma-norma interpretasi, termasuk pengetahuan umum, kebiasaan, kebudayaan, nilai dan norma yang dianut, tabu-tabu yang harus dihindari, dan sebagainya.

Kompetensi Komunikasi.

Tindak komunikasi individu sebagai bagian dari suatu masyarakat tutur dalam perspektif etnografi komunikasi lahir dari integrasi tiga ketrampilan yaitu ketrampilan linguistik, ketrampilan interaksi dan ketrampilan kebudayaan. Kompetensi inilah yang akan sangat memengaruhi penutur ketika mereka menggunakan atau menginterpretasikan bentuk-bentuk linguistik. Kompetensi komunikasi ini meliputi :

1. Pengetahuan dan harapan tentang siapa yang bisa atau tidak bisa berbicara dalam setting tertentu?
2. Kapan mengatakannya?
3. Bilamana harus diam?
4. Siapa yang bisa diajak bicara?
5. Bagaimana berbicara kepada orang-orang tertentu yang peran dan status sosialnya berbeda?
6. Apa perilaku non verbal yang pantas?
7. Rutin yang bagaimana yang terjadi dalam alih giliran percakapan?
8. Bagaimana menawarkan bantuan?
9. Bagaimana cara meminta informasi dan sebagainya?

Varietas Bahasa.

Pemolaan komunikasi (*communication patterning*) akan lebih jelas bila diuraikan dalam konteks varietas bahasa. Hymes menjelaskan bahwa dalam setiap masyarakat terdapat varietas kode bahasa (*language code*) dan cara-cara berbicara yang bisa dipakai oleh anggota masyarakat atau sebagai repertoire komunikatif masyarakat tutur. Variasi ini akan mencakup semua varietas dialek atau tipe yang digunakan dalam populasi sosial tertentu, dan factor-faktor sosiokultural yang mengarahkan pada seleksi dari salah satu variasi bahasa yang ada. Sehingga pilihan varietas yang dipakai akan menggambarkan hubungan yang dinamis antara komponen-komponen komunikatif dari suatu masyarakat tutur, atau yang dikenal sebagai pemolaan komunikasi (*communication patterning*). *Bagaimana memulai penelitian*

etnografi komunikasi? Sebagaimana dikemukakan di depan, etnografi komunikasi adalah salah satu kajian komunikasi yang memfokuskan pada ***pola komunikasi*** yang digunakan oleh manusia dalam suatu ***masyarakat tutur***. Sehingga ‘tugas’ pertama seorang etnografer (komunikasi) adalah mengidentifikasi apakah fokus kajiannya itu memang bisa sebagai sebuah masyarakat tutur, atau sebagai sub masyarakat tutur tertentu dst. misalnya peneliti memilih masyarakat Jawa –Solo sebagai konteks masyarakat tutur yang hendak diteliti.

Kemudian, setelah memilih masyarakat Jawa- Solo sebagai fokus kajiannya, maka tugas menemukan ‘aktivitas komunikasi’ apa yang akan diteliti. Bagi yang sedikit banyak mengenal segala seluk beluk mengenai kultur Jawa lebih-lebih Jawa yang berpusat di seantero Keraton Solo dan mungkin juga Keraton Jawa – Jogja tidak akan kesulitan memilih satu dari sekian puluh bahkan ratus aktivitas komunikasi yang berlangsung di masyarakat tersebut. Mulai dari pernak-pernik adat ritual yang melingkupi kehidupan wong Jowo dari lahir sampai mati, atau pun segala lika -liku tata cara berbahasa dalam konteks pertemuan(event) tertentu. Sebut saja misalnya ritual prosesi lamaran, ritual prosesi menjelang dan selama berlangsungnya upacara pengantin adat, dst. Sampai bentuk –bentuk ritual tertentu yang dilakukan dalam siklus selama ibu mengandung calon jabang bayi misal, *ngupati* dan *mitoni* dsb. Bahkan ada juga aktivitas atau situasi komunikasi khas Jawa yang menarik dalam konteks lelucon atau *guyon* atau kemudian dikenal dengan humor khas Jawa. Misalnya, dulu tahun 80-an sampai ada genre *guyonan* gaya Mataraman dsb.

Mengapa menurut saya hal yang demikian ini menarik ? Karena di dalam situasi atau peristiwa komunikasi (dalam contoh ini yang berlangsung dalam masyarakat tutur Jawa) berlangsung peristiwa yang terjadi secara berulang (*recurrent events*). Dalam peristiwa komunikasi itu juga akan ditemui komponen-komponen yang membangun komunikasi yang berulang tersebut. Dan ini tugas ketiga peneliti yakni menemukan komponen-komponen komunikasinya. Dan tahap selanjutnya adalah menemukan

hubungan antara komponen komunikasi yang membangun peristiwa komunikasi, yang akan dikenal kemudian sebagai pemolaan komunikasi (*communication patterning*). *Bagaimana merumuskan penelitian komunikasi dengan pendekatan etnografi komunikasi?*

Kekhasan penelitian dengan pendekatan etnografi komunikasi sudah akan tampak pada pilihan tema atau topik. Pada tahap ini biasanya calon peneliti etnografi komunikasi (biasanya terjadi pada para mahasiswa S1) sudah cukup pintar mengidentifikasikannya. Yang kurang tepat justru bagaimana mengemas fokus kajiannya itu sehingga menjadi sebuah penelitian yang bercirikan etnografi komunikasi. Dalam hal ini maka kata kunci yang sudah harus muncul dalam fokus masalah adalah : “Bagaimana ***pola komunikasi*** Dst.” Dengan perumusan yang demikian tadi maka masih perlu dirinci lagi atau diidentifikasi masalahnya dengan berpatokan pada obyek-obyek penelitian etnografi komunikasi seperti yang sudah dipaparkan di depan. Misalnya: Pertama, mengidentifikasi apa saja peristiwa komunikasi yang terjadi secara berulang (*recurrence events*) padadst. ; Kedua, apa saja komponen komunikasi yang membentuk peristiwa komunikasi tersebut?; Ketiga, bagaimana hubungan antarkomponen komunikasi yang ada dalam suatu peristiwa komunikasi ?

Identifikasi masalah di atas nantinya bisa dijabarkan lagi dalam uraian metodologinya dengan menguraikannya lagi dengan lebih detil di bawah sub judul ‘Obyek Penelitian’. Bagaimana kita merencanakan penelitian etnografi komunikasi dan prosedur pelaksanaannya akan kita bahas lain kesempatan (Bersambung)

Adalah bahwa seseorang yang memberi tafsiran kepada orang lain (yang berwujud pembicaraan, gerak-gerak badaniah atau sikap), perasaan-perasaan apa yang ingin disampaikan oleh orang tersebut kepada orang sekitar. Untuk orang yang bersangkutan kemudian memberi reaksi terhadap perasaan yang ingin disampaikan kepada orang lain. Dan dengan adanya komunikasi sikap

dan perasaan kelompok dapat diketahui oleh orang lain atau kelompok manapun kemudian bahan untuk menentukan reaksi apa yang akan dilakukannya, maka melalui komunikasi dengan orang lainlah kita dapat memenuhi kebutuhan emosional dan intelektual kita dengan memupuk hubungan yang hangat dengan orang-orang sekitar. Dan tanpa pengasuhan serta pendidikan yang wajar, maka manusia akan mengalami kemerosotan emosional dan intelektual tersebut. Pada kebutuhan emosional dan intelektual itu kita peroleh pertama-tama dari keluarga kita, kemudian dari orang dekat seperti kerabat dan kawan-kawan sebaya dan barulah dari masyarakat. Komunikasi terdapat empat unsur, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Sender* (Pengirim) atau yang biasa disebut *Communicator* adalah pihak yang menyampaikan pesan kepada seseorang.
- 2) *Receiver* (Penerima) yang biasa disebut *Communicant* adalah pihak yang menerima pesan.
- 3) *Message* (Pesan) merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator kepada yang ditunjukkan.
- 4) Dari Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan di komunikator kepada publik. Dalam Media digolongkan menjadi empat, yaitu: media antar pribadi, media kelompok, media massa dan media publik.
- 5) *Feed Back* (Umpan Balik) adalah reaksi dari penerima atas pesan yang diterima pada tempat tujuan.

1. Ciri-Ciri Interaksi Sosial

- A. Pelaku berjumlah lebih dari satu orang, yang artinya dalam sebuah interaksi sosial setidaknya ada dua orang yang sedang bertemu.
- B. Komunikasi antar pelaku dengan menggunakan simbol-simbol, yang artinya dalam sebuah interaksi sosial didalamnya terdapat proses tukar-menukar informasi atau biasa disebut dengan proses komunikasi dengan menggunakan isyarat atau tanda yang dimaknai dengan simbol-simbol yang akan diungkapkan dalam komunikasi tersebut.

- C. Dimensi waktu (masa lalu, masa kini, dan masa mendatang) menentukan sifat aksi yang sedang berlangsung, yang artinya dalam proses interaksi dibatasi oleh dimensi waktu sehingga dapat menentukan sifat aksi yang sedang dilakukan oleh orang-orang yang terlibat dalam interaksi tersebut.
- D. Tujuan-tujuan tertentu, yang artinya dalam sebuah interaksi sosial itu orang-orang yang terlibat didalamnya memiliki tujuan yang diinginkan oleh pihak tersebut.

2. Bentuk-Bentuk Interaksi Sosial

A. *Processes of Association* (Proses Asosiatif)

Adalah sebuah proses yang terjadi saling pengertian dan kerja sama antara orang per orang atau kelompok satu dengan lainnya.

a) *Cooperation* (Kerja Sama)

Adalah suatu bentuk proses sosial, dimana di dalamnya terdapat aktivitas tertentu yang ditujukan untuk mencapai tujuan bersama dengan saling membantu.

B. *Accommodation* (Akomodasi)

Adalah proses sosial yang menunjukkan pada suatu keadaan yang seimbang dalam interaksi sosial antara individu dan antar kelompok di dalam masyarakat, terutama yang ada hubungannya dengan norma-norma dan nilai-nilai-nilai sosial yang berlaku dalam masyarakat. Faktor-faktor yang mendorong manusia untuk hidup bersama dengan orang lain adalah sebagai berikut :

- a) Untuk memenuhi kebutuhan hidup.
- b) Untuk mempertahankan dirinya.
- c) Untuk meneruskan generasi atau aturan apapun itu.
- d) Untuk hidup bersama yang di wujudkan dalam bentuk hasrat untuk menjadi satu dengan manusia sekelilingnya dan hasrat untuk menjadi satu dengan suasana alam sekitar.

Pola interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari, yaitu dalam wujud sebagai berikut:

a) Antar Individu

Jika dua individu bertemu, proses interaksi pun dimulai pada saat mereka saling menegur, berjabat tangan. Sekalipun dua individu yang bertatap muka itu tidak saling mengadakan aktivitas, sebenarnya interaksi telah terjadi ketika masing-masing pihak sadar akan adanya pihak lain yang menyebabkan perubahan perasaan dan syaraf orang-orang yang bersangkutan dalam interaksi tersebut.

b) Antar Individu dan Kelompok

Contoh seorang guru yang sedang mengadakan kegiatan belajar mengajar di kelas, Pada tahap awal, Seorang guru mencoba menguasai kelasnya sehingga proses interaksi sosial akan berlangsung dan berjalan seimbang antara guru dan kelompok-kelompok siswa di kelas.

Pada sikap diarahkan kepada benda-benda, peristiwa, pandangan, lembaga, norma, dan sebagainya. Sikap adalah keadaan diri dalam manusia yang menggerakkan untuk bertindak atau berbuat dalam kegiatan sosial dengan perasaan tertentu di dalam menanggapi suatu obyek situasi atau kondisi di lingkungan sekitar. Sikap juga memberikan kesiapan untuk merespon yang sifatnya positif atau negatif terhadap situasi atau objek. Terbentuknya interaksi sosial adalah dari proses belajar. Pada interaksi sosial, masing-masing individu membentuk pola sikap tertentu terhadap berbagai obyek psikologis yang dihadapi. Sekurang-kurangnya ada dua syarat bagi terjadinya suatu interaksi sosial yaitu terjadinya komunikasi dan kontak sosial. Pola yang melandasi interaksi sosial adalah tujuan yang jelas serta bermanfaat dan adanya kesesuaian dan berhasil guna adanya kesesuaian dengan kaidah sosial yang berlaku dan dapat disimpulkan bahwa interaksinya sosial itu memiliki karakteristik sebagai berikut:

a) Pelaku dengan jumlah lebih dari 1.

b) Pada Interaksi sosial selalu menyangkut komunikasi diantara dua pihak yaitu penerima dan pengirim.

- c) Pada Interaksi sosial yaitu suatu usaha untuk menciptakan pengertian diantara penerima dan pengirim.
- d) Interaksi sosial dari tujuan tertentu terlepas atas sama atau tidaknya tujuan itu.

3. Pengertian Etnografi Komunikasi

Adalah pengkajian peranan bahasa dalam perilaku komunitatif suatu masyarakat yaitu cara-cara bahasa dipergunakan dalam masyarakat yang berbeda kebudayaan. Dalam etnografi komunikasi, Komponennya sebagai berikut:

- A. Untuk Pengetahuan Linguistik yaitu berupa elemen-elemen yang bersifat verbal, unsur-unsur yang bersifat nonverbal, pola elemen-elemen dalam peristiwa tutur tertentu.
- B. Untuk Keahlian Interaksi yaitu persepsi sebagai karakter yang penting dalam situasi komunikasi, proses seleksi dan interpretasi pola yang tepat untuk mendefinisikan situasi, peran dan hubungan tertentu, norma-norma interaksi dan interpretasi, serta strategi untuk mencapai tujuan tertentu.
- C. Untuk Pengetahuan Kultural yaitu berisi tentang pengetahuan struktur sosial, nilai dan sikap, peta atau skema kognitif dan proses inkulturasi berupa transmisi pengetahuan dan keterampilan tertentu.

Pada konteks peristiwa komunitatif, diam merupakan tindakan komunitatif konvensional yang biasa untuk mengatakan penolakan, penerimaan, dan perintah, peringatan, dan penghinaan dan sebagainya. Hal ini merupakan unit analisis tindak tutur dalam teori linguistic yang memungkinkan unsur-unsur bahasa dipandang sebagai unit fungsional dasar oleh setiap partisipan komunitatif. Pada inti etnografi adalah upaya untuk memperlihatkan makna-makna tindakan dari kejadian yang menimpa orang yang paham. Berbagai makna tersebut terekspresikan secara langsung dalam bahasa dan diantara makna yang diterima, banyak yang disampaikan secara tidak langsung melalui kata-kata dan perbuatan tersebut. Demikian, masyarakat tetap menggunakan sistem makna yang kompleks ini untuk mengatur tingkah laku mereka untuk memahami diri mereka sendiri dan orang lain serta untuk memahami dunia

tempat mereka tinggal. Makna ini merupakan kebudayaan mereka, dan etnografi selalu mengimplikasikan teori kebudayaan tersebut.

Pada akhirnya, perilaku komunikasi manusia dipengaruhi oleh kebudayaan tempat manusia tinggal dan bahasa serta komunikasi merupakan produksi dari sesuatu kelompok masyarakat sehingga setiap kelompok memiliki pola komunikasi yang berbeda dari kelompok yang lain. Menurut Ahli Linguistic Safir dan Whorf dalam Teori Relativitas Linguistic mengatakan bahwa “Struktur bahasa suatu budaya menentukan perilaku budaya”. Pada Teori Etnografi dengan jelas memprioritaskan kondisi budaya dan kecenderungan individu tersebut. Dalam tradisi ini, alat komunikasi bukanlah alat sederhana untuk menyebarkan informasi dan berpengaruh dari satu orang kepada yang lainnya, namun cara budaya itu diproduksi dan direproduksi seperti halnya sebuah tradisi itu. Seluruh teori ini memusatkan pola budaya yang menunjukkan bagaimana budaya memengaruhi dan dipengaruhi oleh pola komunikasi antar individu tersebut. Hubungan sosial dengan orang lain, individu atau kelompok perlu dilakukan untuk menjaga silaturahmi dalam suatu lingkungan masyarakat manapun. Menurut Ahli Pip Jones berpendapat bahwa kadang-kadang proses *Labeling* itu berlebihan karena sang korban salah interpretasi tidak dapat melawan dampaknya terhadap diri mereka karena berhadapan dengan label yang diterapkan dengan kuat sebab citra kepada orang yang dilabel itu dapat runtuh secara perlahan. Pada pengaruh *Labeling* sebelumnya, kebenaran suatu label tidak berarti apa-apa dibandingkan dengan kekuasaan dari dampaknya salah atau benar dalam faktanya, penerapan dan reaksi-reaksi orang lain terhadap eksistensinya menjadikan label itu benar adanya, karena pada hal tersebut membuat label menjadi realitas baik bagi orang-orang yang melakukan maupun bagi orang luar yang menerapkan label.

4. Ciri-ciri penelitian Etnografi adalah analisis data yang dilakukan secara holistic antara lain:

- a. Sumber data bersifat alamiah, artinya peneliti harus memahami gejala secara empiric dalam kehidupan sehari-hari

- b. Peneliti sendiri merupakan instrument paling penting dalam pengumpulan data
- c. Bersikap deskripsi, artinya mencatat secara teliti fenomena budaya yang dilihat, dibaca lewat apapun termasuk dokumen resmi kemudian dikombinasikan dan ditarik kesimpulan
- d. Digunakan untuk memahami studi kasus
- e. Analisis bersifat induktif, artinya hasil berdasarkan pada data yang ada di lapangan.
- f. Lapangan peneliti harus berprilaku masyarakat yang ditelitinya
- g. Data dan informasi harus berasal dari tangan pertama
- h. Kebenaran data harus dicek dengan data lain (data lisan dicek dengan data tulis)
- i. Orang yang dijadikan sebagai subjek penelitian disebut partisipan, konsultan, serta teman sejawat
- j. Titik berat perhatian harus pada pandangan emik, artinya peneliti harus menaruh perhatian pada masalah penting yang diteliti dari orang yang diteliti (pemilik budaya)
- k. Data yang digunakan sebagai dasar menggunakan data kualitatif.

Dari ciri-ciri tersebut dapat dipahami bahwa etnografi merupakan modal penelitian budaya yang khas. Etnografi memandang budaya bukan semata-mata produk melainkan proses.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam menetapkan setting modal etnografi meliputi:

- Setting tidak terlalu luas dan sempit, yang penting mampu mewakili fenomena
- Upayakan tempat yang asing dari penelitian
- Penelitian bersifat fleksibel, artinya tidak terlalu kaku pada rencana penelitian, rencana bisa berubah setelah di lapangan. Pikirkan sejumlah topik yang sulit dijangkau

5Langkah-langkah Etnografi

- 1) Menetapkan informan. Syarat-syarat penentuan informan, yaitu: (a) enkulturasi penuh, (b) keterlibatan langsung, (c) suasana budaya yang tidak dikenal, biasanya akan semakin menerima tindak budaya sebagai mana adanya, (d) memiliki waktu yang cukup (e) non-analitis (informan mendeskripsikan berbagai kejadian dan tindakan tanpa analisis mengenai arti atau signifikansi dari kejadian dan tindakan itu).
- 2) Melakukan wawancara kepada informan. Pada saat melakukan wawancara sebaiknya dilakukan wawancara dengan penuh persahabatan.
- 3) Membuat catatan etnografi. Catatan dapat berupa laporan ringkas, laporan yang diperluas, jurnal lapangan, dan perlu diberikan analisis atau interpretasi.
- 4) Mengajukan pertanyaan deskriptif
- 5) Melakukan analisis wawancara etnografi. Analisis dikaitkan dengan symbol dan makna yang disampaikan oleh informan.
- 6) Membuat analisis domain. Peneliti membuat istilah pencakup dari apa yang telah dinyatakan informan.
- 7) Mengajukan pertanyaan structural. Yakni, pertanyaan untuk melengkapi pertanyaan deskriptif. Misalkan, orang tuli menggunakan beberapa cara berkomunikasi, apa saja itu.
- 8) Membuat analisis taksonomi. Taksonomi adalah upaya pemfokusan pertanyaan yang telah diajukan. Ada lima langkah penting membuat taksonom, yaitu : (a) pilih sebuah domain analisis taksonomi, misal jenis penguin penjara (tukang peluru,tuakang sapu, pemabuk, dan lain-lain), (b) indentifikasi kerangka substitusi yang tepat untuk analisis, (c) car substitusi diantara beberapa istilah terangkum, misalkan kepala tukang kunci: tukang kunci,(d) cari domain yang lebih besar, buatlah taksonomi sementara.
- 9) Mengajukan pertanyaan kontras. Pertanyaan kontras diajukan untuk mencari makna yang berbeda, seperti wanita, gadis, perempuan, orang dewasa, simpanan dan sebagainya.

- 10) Membuat analisis komponen. Analisis komponen sebaiknya dilakukan ketika dan setelah dilapangan, hal ini untuk menghindari manakala ada hal-hal yang masih perlu ditambah, segera dilakukan wawancara ulang kepada informan.
- 11) Menemukan tema-tema berbudaya, budaya ini boleh dikatakan meripkan puncak analisis etnografi.
- 12) Menulis etnografi. Sebaiknya dilakukan secara deskriptif, dengan bahasa yang lancer.

penelitian lapangannya di pulau Trobian, selanjutnya penelitian lapangan yang bersifat kualitatif menjadi semakin penting dalam pengembangan ilmu sosial dan humaniora. Menurut Denzin & Linco seorang peneliti sebagai *bricoleur* selalu siap mengkaji berbagai kondisi realitas empiris. Mereka selalu berfikir secara reflektif, historis, dan biografis. Selanjutnya struktur realitas tersebut akan mengejawantah dalam suatu sikap paradigmatic tertentu dan menuntut peneliti untuk menentukan pilihan pendekatan penelitian yang cocok digunakan seperti etnografi, fenomenologi, studi kasus, *grounded theory*, ataupun analisis wacana.

Istilah etnografi dewasa ini menjadi istilah yang tidak asing lagi bagi peneliti sosial. Sejatinya etnografi merupakan salah satu pendekatan dalam metode penelitian kualitatif yang berusaha mengeksplor suatu budaya masyarakat. Etnografi bukanlah satu satunya pendekatan di dalam penelitian kualitatif. Beragam pendekatan seperti fenomenologi, etnometodologi, grounded research, studi kasus, analisis wacana juga merupakan bagian dari metodologi kualitatif. Di sini, tugas penelitalah yang harus cermat memilih pendekatan yang relevan dengan setiing penelitiannya. Etnografi memiliki karakteristik yang khas seperti keterlibatan penuh peneliti, mengeksplor budaya masyarakat, dan membutuhkan kedalaman pemaparan data.

Penelitian etnografi terus berkembang sampai pada apa yang disebut dengan Etnografi baru (1960-an). Penelitian ini dikembangkan oleh Spradley (1984) di mana penelitian ini menekankan kepada usaha untuk menemukan bagaimana berbagai masyarakat mengorganisasikan budaya mereka dalam pikiran mereka dan

kemudian menggunakan budaya tersebut dalam kehidupan. Jadi bentuk sosial dan budaya disini menurut aliran baru adalah susunan yang ada dalam fikiran (mind) anggota masyarakat tersebut) dan tugas peneliti mengoreknya keluar dari fikiran mereka. Budaya suatu masyarakat terdiri atas segala sesuatu yang ahrus diketahui dan dipercayai seseorang agar dia dapat berperilaku sesuai dengan cara yang diterima masyarakat. Budaya bukanlah hanya suatu fenomena material seperti benda-benda, manusia, perilaku, atau emosi. Tugas etnografi adalah menemukan dan menggambarkan organisasi fikiran tersebut. Jalan yang paling utama dalam memahami suatu budaya dengan mempeajari bahasa suatu budaya tersebut.

Etnografi adalah kajian tentang kehidupan dan kebudayaan suatu masyarakat atau etnik, misalnya tentang adat-istiadat, kebiasaan, hukum, seni, religi, bahasa. Bidang kajian yang sangat berdekatan dengan etnografi adalah etnografi, yaitu kajian perbandingan tentang kebudayaan dari berbagai masyarakat atau kelompok. penelitian ini bersandar pada sosiokultural yang berangkat dari kajian antropologi, yaitu ilmu yang mempelajari tentang ilmu manusia. Tradisi sosiokultural berfokus pada interaksi antarmanusia daripada karakteristik individu atau model mental. Sosiokultural menekankan pada identitas diri sebagai anggota sebuah kelompok atau komunitas berikut peran dan hubungan dengan anggota yang lain. Tradisi ini menunjukkan suatu bentuk interaksi dalam komunikasi terhadap makna, norma, peran dan peraturan yang dijalankan.

Penelitian ini menggunakan etnografi. Etnografi komunikasi adalah penelitian yang menyeluruh atau holistik, karena apa yang diteliti di dalamnya mencakup semua aspek. Riset etnografi di dunia komunikasi pemasaran dinilai memiliki peran yang besar dalam mengevaluasi bagaimana konsumen menerima pesan, menanggapi/mengevaluasi produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap praktik akuntabilitas spiritual dari nilai budaya local melalui pendekatan interpretasi dan metode etnografi pada sebuah komunitas organisasi. Etnografi dapat dikelompokkan kedalam beberapa varian (a) berdasarkan cakupan realitas yang diresit. Pertama, etnografi makro, yakni riset etnografi yang mengkaji dan mendeskripsikan budaya keseluruhan dari suatu komunitas atau masyarakat budaya. Misalnya, riset tentang kebiasaan ritual

keagamaan dan kemasyarakatan disuku dayak. Kedua, etnografi makro, yang lebih cenderung mengkaji dan mendestripsikan unit analisis yang lebih kecil, seperti subkelompok, organisasi, perusahaan, lembaga, profesi, khalayak, perilaku pemunim di bar, proses belajar mengajar disekolah atau proses pengambilan keputusan di top manajemen.

Berdasarkan tataran analisis etnografi deskriptis (konvesiaonal/deskriptif), yakni etnografi yang lebih bersifat mendeskripsikan realitas-kelompok atau grub-melalui analisis, pengungkapan pola-pola, pembuatan tipologi-tipologi dan katagori-kategori. Periset cenderung bertujuan mengeksplorasi beberapa faktor tersembunyi sperti bagaimana kekuasaan atau kekuatan dan hegemoni memegaruhi suatu masyarakat.

Model etnografi adalah penelitian untuk mendeskripsikan kebudayaan sebagaimana adanya. Model ini berupaya mempelajari peristiwa cultural, yang menyajikan pandangan hidup subjek sebagai objek studi, studi ini akan terkait bagaiman subjek berfikir, hidup, dan berperilaku. Tentu saja dipilih peristiwa yang unik yang jarang teramati oleh kebanyakan orang.

Penelitian etnografi adalah kegiatan pengumpulan bahan keterangan atau data yang dilakukan secara sistematika menegenai cara hidup serta berbagai aktivitas social dan berbagai benda kebudayaan dari suatu masyarakat. Berbagai peristiwa dan kejadian unik dari komunitas budaya akan menarik perhatian peneliti etnografi. Peneliti justru lebih banyak belajar tentang kebudayaan, dan sangat respek pada cara mereka belajar tentang budaya, model etnografi cenderung mengarah ke kutub induk.

Etnografi yang lebih teratur daripada karya-karya tulis tebal schoolcraft dan pelopor-pelopor lainnya. Dalam bidang sewaktu mempelajari kehidupan.dan etnografafi merupakan salah satu cara untuk menemukan kejelasan dan kebenaran tentang suatu masalah, penelitian harus dilakukan secara sistematika, kritis dan membutuhkan kesabsaran itelektual.etnografi mendeskripsikan dan menganalisis tentang suatu masyarakat yang didasarkan dengan penelitian lapangan, serta menyajikan data-data yang bersifat hakiki untuk semua penelitian antropologi budaya.

Dalam penelitian etnografi orang tersebut dapat dijadikan informan kunci, informan kunci adalah orang yang karena tidak sengaja atau karena pengalaman atau karena bakat memiliki pengetahuan dan informan yang berguna mengenai aspek-aspek khusus tadi. etnografi menemukan pandangan-pandangan, kepercayaan-kepercayaan, dan persepsi-persepsi local yang dapat diperbandingkan dengan hasil observasi dan kesimpulan dari peneliti.

Penelitian kebudayaan/etnik dalam kelompok sosial yang lebih memperhatikan pada proses interaksinya. Penelitian mikro penelitian ini dalam skala kecil (beberapa hal pokok saja) atau penelitian yang dilakukan dalam waktu yang relatif singkat. Dalam penelitian ini, etnografi komunikasi digunakan sebagai cara untuk mengamati interaksi yang digunakan masyarakat.

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak akan pernah lepas dalam hubungannya dengan orang lain. Aktivitas apapun yang dilakukan, manusia selalu membutuhkan orang lain dalam keseharian, bahkan terlibat kerjasama dengan mereka. Oleh karena itu, manusia diharuskan untuk selalu menjaga komunikasi dengan masyarakat lainnya demi terciptanya hubungan baik antar sesama. Interaksi sosial merupakan bentuk dari dinamika sosial budaya yang ada dalam masyarakat. Dengan demikian, interaksi sosial memungkinkan terjadinya perubahan-perubahan dalam masyarakat yang membentuk hal-hal baru dan membuat dinamika sosial menjadi lebih hidup.

Perubahan-perubahan ini terjadi secara berkesinambungan dari suatu generasi ke generasi berikutnya sepanjang zaman. Perubahan tersebut terlihat dalam susunan kehidupan masyarakat dewasa ini dibandingkan di waktu lampau. Hal tersebut diiringi oleh perkembangan interaksi yang semakin maju dan modern. Perkembangan interaksi cenderung hubungan sosial dengan masyarakat lain semakin mudah dilakukan.

Seiring perkembangan interaksi sosial, hubungan antara suatu individu maupun kelompok justru sering mengalami kendala karena adanya perbedaan makna, perbedaan pandangan, dan perbedaan karakter dalam suatu lingkungan masyarakat. Latar belakang sosial budaya terkadang menjadi penyebab sehingga

seringkali proses komunikasi dan interaksi sosial dalam suatu masyarakat mengalami hambatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Syani, Sosiologi, Skematika, Teori dan Terapan. (Jakarta: Bumi Aksara, 2012). h. 156
- Ahmadi, et al., eds., Psikologi Perkembangan (Jakarta: Rineka, 2005), h. 155
- Bungin, Burhan. Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta: Kencana. 2006. H. 58.
- Bungin, Burhan. Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta: Kencana. 2006. H. 61.
- Dedy Mulyana. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2007. h. 20.
- Doyle Paul Johnson, Teori Sosiologi Klasik dan Modern (Jakarta: Gramdia Pustaka, 1980.
- Engkus Kuswarno, Etnografi Komunikasi Suatu Pengantar dan contoh penelitiannya, (Bandung: Widya Padjajaran, 2008), h. 11.
- Irving M Zeitlin, Memahami Kembali Sosiologi Kritik Terhadap Teori Sosiologi Kontemporer. (Yogyakarta: UGM Press, 1995), h. 33
- J. Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto, Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan (Jakarta: Kencana, 2007), h. 10

J. Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto, *Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan* (Jakarta: Kencana, 2007), h. 62

Littlejohn, Stephen W. Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2012). h. 466.

Onong Utchjana Effendy. *Teori Komunikasi dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2006. h. 9

Pip Jones, *Pengantar Teori-Teori Sosial: Dari teori-Teori Fungsionalisme hingga Post-Modernisme*, (Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), h. 147-148

Purwasito Andrik, *Komunikasi Multikultural*. (Cet.1, Surakarta: Muhammadiyah University press, 2003), h. 249-250

Sendjaja Djuarsa, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka. 1994), h. 357

Soerjono Soekanto *Suatu Pengantar Sosiologi*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2002)

Soerjono Soekanto *Suatu Pengantar Sosiologi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1990). h. 54.

Soerjono Soekanto *Suatu Pengantar Sosiologi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2002). h. 62.

Spradley, James P, *The Ethnographic Interview (Metode Etnografi (Terjemahan)*, (Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya, 1997), h. 5

Turner dan West, *Pengantar Teori Komunikasi, Edisi 3* (Jakarta: Salemba Humanika, 2008