

Kata Pengantar :  
**Assoc Prof. Adnan Hussein, Ph.D**  
(Dean School of Communication, University Sains Malaysia)

# MIX METHODOLOGY

DALAM PENELITIAN KOMUNIKASI

(DILENGKAPI DENGAN APLIKASI METODE PENELITIAN)

**Editor :**

Aswad Ishak  
Fajar Junaedi  
Setio Budi HH  
Agung Prabowo



1122 - 41014  
1122 - 41014  
1122 - 41014

# *Mix Methodology* dalam Penelitian Komunikasi

*(Dilengkapi dengan aplikasi metode  
penelitian)*

**Kata Pengantar:**

Assoc Prof. Adnan Hussein, Ph.D  
(Dean School of Communication, University Sains Malaysia)

**Editor:**

Aswad Ishak  
Fajar Junaedi  
Setio Budi HH  
Agung Prabowo

**ASPIKOM**  
Asosiasi Praktisi Komunikasi

**BUKU**  
Litera

**UNIVERSITAS**  
BPC Yogyakarta

## **Mix Methodology dalam Penelitian Komunikasi**

© Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM)

### **Penulis:**

Sunarto, Adnan Hussein, Mario Antonius Birowo, Agustina Zubair, Setio Budi HH,  
Bonaventura Satya Bharata, Fajar Junaedi, MC Ninik Sri Rejeki, Y. Argo Twikromo, Basuki  
Agus Suparno, Chatarina Endah P, Anang Hermawan, Yanuar Luqman  
Kata Pengantar: Assoc Prof. Adnan Hussein, Ph.D

### **Editor:**

Aswad Ishak, Fajar Junaedi, Setio Budi HH, Agung Prabowo

**Perancang sampul:** Mapa

**Penata Letak:** Mapa

### **Pertama kali diterbitkan oleh**

Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM)

### **Bekerja sama dengan**

Buku Litera, Yogyakarta dan PERHUMAS, BPC Yogyakarta

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang *All Rights Reserved*  
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian  
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

Cetakan Pertama, Maret 2011  
xiv + 280 hlm.; 15.5x23.5cm  
ISBN: 978-602-99074-2-1

### **Dicetak Oleh:**

Mata Padi Pressindo  
08179407446, 081227837806  
tribima@yahoo.com, matapadi\_media@yahoo.com

## **Persembahan**

*Buku ini didedikasikan untuk para deklaratour Asosiasi Pendidikan Tinggi  
Ilmu Komunikasi (ASPIKOM), kolega dan sahabat  
yang telah mendahului kami,*

1. *Alm. Dra. Isbandiyah HS, M.S  
(Universitas Gadjah Mada),*
2. *Alm. Drs. Edy Soedjono, M.Si  
(Universitas Hasanudin),*
3. *Alm. Prof. Deddy Nur Hidayat Ph.D  
(Universitas Indonesia)*

## Pengantar Editor

Salam Komunikasi,

Penerbitan buku ini, merupakan bagian dari rangkaian program kerja Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM), untuk mewujudkan visi “mengembangkan kualitas pendidikan Ilmu Komunikasi di Indonesia”. Secara kongkrit oleh divisi Litbang ASPIKOM disusun rencana kegiatan, salah satunya adalah rangkaian Semiloka Komunikasi (tema: “*Mix Methods* dalam Penelitian Komunikasi, Teorisasi Media Jejaring Sosial dan Komunikasi Bencana - Jurnalisme Sensitif Bencana) dan Workshop (*Public Relations & Corporate Social Responsibility/ CSR*) pada tanggal 16 - 17 Maret 2011, di Yogyakarta.

Sejalan dengan kegiatan tersebut diatas, ASPIKOM mempersiapkan pula penerbitan 4 buku, yang ditulis bersama oleh para akademisi dari berbagai Perguruan Tinggi dan praktisi, yaitu : 1. “Komunikasi 2.0 : Teoritisasi dan Implikasi”, 2. “*Mix Methods* dalam Penelitian Komunikasi”, 3. “Manajemen dan Komunikasi Bencana” dan 4. “*Public Relations dan Corporate Social Responsibility*”. Kolaborasi praktisi dan akademisi dalam menuangkan gagasan-gagasan tentang bidang komunikasi (makro maupun mikro) diharapkan memberi warna dan perspektif dalam memahami fenomena komunikasi.

Buku “*Mix Methods* dalam Penelitian Komunikasi” “ dibagi menjadi 2 bagian besar, bagian pertama berjudul “Metodologi Penelitian Komunikasi : Pilihan Kuantitatif, Kualitatif atau Campuran” yang terdiri atas tulisan dari Dr. Sunarto (UNDIP), Assoc Prof. Adnan Hussein, Ph.D (USM, Malaysia), Mario Antonius Birowo, Ph.D (UJY) dan Agustina Zubair, M.Si yang membahas mengenai topik Metode Campuran (*Mixed Methods*). Pembahasan topik juga mengambil pelajaran fenomena yang terjadi di Indonesia maupun Malaysia.

Bagian kedua dari buku ini bertajuk “Metode Penelitian Komunikasi Terapan” yang memberikan tawaran nyata dalam penggunaan metode-metode penelitian komunikasi. Diawali dari Setio Budi HH, M.Si (“Ekologi Media” : Penerapan Teori Niche Dalam Penelitian Kompetisi Media”), kemudian Bonaventura Satya Bharata,

M.Si (Analisis Isi Kuantitatif, Sebuah Pengantar untuk Penelitian Teks Komunikasi), Fajar Junaedi, M.Si (Analisis Framing, Pengantar Analisis Teks Berita), Dr. MC Ninik Sri Rejeki (Fenomenologi : Metode Penelitian untuk Memahami Pengalaman Komunikasi), Y. Argo Twikromo, Ph.D (Memahami Realitas Kehidupan : Berbagai Pengalaman dalam Penelitian Etnografi), Dr. Basuki Agus Suparno (*Pentad Analysis* dalam Dramatisme Kenneth Burke), Chatarina Endah, M.Si (Memahami Studi Kasus sebagai Metode Penelitian), Anang Hermawan, M.A (Pendekatan Semiotika untuk Penelitian Komunikasi), dan bagian kedua ini ditutup oleh Yanuar Luqman, M.Si yang menulis "*Partisipatif Observer*".

Seperti telah disampaikan diatas, variasi akademisi dan praktisi akan memperkaya studi dan pendalaman tentang masing-masing topik tersebut. Pada kesempatan ini perkenankanlah kami dari Tim Litbang ASPIKOM dan Tim Editor/Penanggungjawab penerbitan buku menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para penulis yang telah kami sebutkan di atas serta Prof. Adnan Hussein yang telah memberi kata pengantar buku ini.

Ucapanterimakasihdanpenghargaanyangsebesar-besarnya disampaikan kepada sponsor partner Perguruan Tinggi : Program Pascasarjana Komunikasi - UNDIP, Program Studi Ilmu Komunikasi - UII, Program Studi Ilmu Komunikasi - UMY, Program Studi Ilmu Komunikasi - UAJY, FIKOM - UNTAR, Program Studi Ilmu Komunikasi - UPN "Veteran" Yogyakarta, Program Studi Ilmu Komunikasi - UMS, FIKOM - UNISBA dan FIKOM Univ. Prof.Dr.Moestopo (Beragama), kemudian kepada sponsor korporat : ASIA PR, Freeport Indonesia, BHP Billiton Indonesia dan PT. Djarum, atas dukungannya dalam penyelenggaraan rangkaian kegiatan Semiloka dan Workshop, serta penerbitan 4 buku ASPIKOM. Terima kasih kami sampaikan juga kepada Penerbit Buku Litera yang telah mendukung penerbitan buku ini. Terima kasih juga kami sampaikan atas dukungan segenap Pengurus dan Anggota ASPIKOM seluruh Indonesia dan BPC Perhumas Yogyakarta.

Akhirul kata semoga penerbitan buku ini bermanfaat untuk wawasan sidang pembaca sekalian sekaligus bisa mendorong penerbitan-penerbitan/ karya akademik pada masa yang akan datang.

**Bidang Litbang ASPIKOM,  
Tim Editor/ Penanggungjawab Penerbitan**

## Kata Pengantar

Pertama sekali saya ingin mengucapkan setinggi terima kasih kepada ASPIKOM yang telah mengundang saya untuk turut serta di dalam **Serial SEMILOKA ASPIKOM** kali ini dengan judul *Pendalaman dan Perluasan Ilmu Komunikasi* dan juga undangan untuk menulis Kata Pengantar bagi buku ini. Saya berbesar hati di atas penghormatan yang diberikan kepada saya untuk turut serta di dalam acara besar yang mengumpulkan sarjana-sarjana komunikasi dari seluruh Indonesia dan seterusnya diberi penghormatan menulis Kata Pengantar bagi sebuah buku yang saya kira begitu relevan dan penting, sekaligus menerima saya di dalam komunitas ilmuwan komunikasi Indonesia. Saya melihat bahwa undangan ini adalah peluang bagi kita lebih saling memahami dan melihat isu-isu metode komunikasi bersama, dan pada masa yang sama menilai batasan-batasan bahasa maupun budaya yang mungkin boleh mengganggu interaksi diantara sarjana komunikasi Indonesia dan Malaysia. Adalah menjadi harapan saya agar bertitik tolak dari sini, kita akan sama-sama membuka ruang yang lebih besar kepada sarjana komunikasi di antara kedua negara berbagi ilmu dan merapatkan jurang bahasa.

Usaha yang dilakukan ASPIKOM untuk menambah literatur berkaitan persoalan metode penelitian komunikasi adalah suatu usaha yang pasti memberi sumbangan yang bermakna kepada perkembangan bidang ilmu komunikasi bukan hanya di Indonesia, malahan bagi keseluruhan pengajian tinggi di bawah rumpun Melayu-Indonesia.

Buku ini mencakupi skop yang luas termasuk persoalan paradigma penelitian komunikasi dan kritik praktek penelitian berbasis kuantitatif dan kualitatif, relevansi metodologi campuran (*mixed methodology*) sebagai jembatan penelitian multiparadigma untuk membangun ilmu pengetahuan komunikasi, implementasi dan pengembangan topik penelitian metodologi campuran, serta menghuraikan metode-metode penelitian komunikasi terapan. Saya yakin bahasan buku ini merangkumi dan menyentuh persoalan metode

penelitian komunikasi masakini akan merangsang sarjana komunikasi untuk terus membicarakan persoalan metode penelitian. Bagi pelajar komunikasi, buku ini akan membuka pemikiran kepada persoalan-persoalan mendasar di dalam penelitian komunikasi.

Suatu hal yang dimunculkan di dalam *Kata Pengantar* ini sebenarnya ialah dari segi *perbedaan* bahasa. Saya menggunakan Bahasa Melayu yang dicoba diIndonesiakan. Sebagaimana pasti ada kejanggalan. Namun saya kira, sudah sampai masanya para akademisi dari bidang komunikasi di kedua-dua negara Malaysia dan Indonesia merapatkan jurang melalui penulisan buku bersama. Di era falsafah sains sosial pasca-empiris dan keruntuhan positivisme, perdebatan mengenai *methodological pluralism* berbanding *methodological exclusivism* dalam penelitian sains sosial umumnya dan komunikasi khususnya menjadi semakin rancak. Sebagaimana yang di nyatakan oleh Paul A. Roth (1987) bahwa "*No single theory of human behavior has methodological priority: indeed, the existence of a plethora of theories for a study of human behavior is an inevitable consequence of our epistemic situation.*"

Sistem komunikasi dan interaksi manusia masa kini semakin kompleks. Kemunculan dunia maya atau siber (*cyber world*) sudah pasti memberi tantangan baru kepada pemikir dan peneliti sosial dan komunikasi untuk memahami perubahan-perubahan yang ikut berlaku kepada perilaku komunikasi manusia hari ini. Hubungan manusia melalui dunia maya dan dunia nyata yang kini saling mempengaruhi dan bergantung menjadikan bidang komunikasi semakin mencabar. Hal sedemikian menuntut agar persoalan metode penelitian isu dan masalah komunikasi diberi perhatian sewajarnya.

Sesuai dengan perubahan lanskap media di seluruh dunia termasuk di Indonesia dan Malaysia, usaha untuk *revisit* metode penelitian komunikasi khususnya dan penelitian sains sosial umumnya amat diharapkan. Kemunculan berbagai media baru dan konvergensi media menuntut kita mendekati persoalan yang lahir dari fenomena ini secara lebih sofiskated. Maka, gabungan *paradigm* kuantitatif dan kualitatif. Sekaligus hal ini *memaksa* sarjana komunikasi memperhalusi bukan hanya persoalan-persoalan teknis - instrumen penelitian, teknik persampelan, teknik pengumpulan data - malahan kembali mencari titik pertemuan dan persamaan dari sudut asas epistemologi dan

ontologi kedua-dua paradigma - kuantitatif dan kualitatif - dan menilai kepentingan (*usefulness*) persoalan berkaitan realitas media supaya metode penelitian sesuai dan dapat memperoleh hasil penemuan penelitian yang lebih bermakna. Walaupun metode penelitian yang sudah ada masih relevan untuk penelitian komunikasi masa kini, namun, sarjana komunikasi di Indonesia dan Malaysia harus mencari dan membina metode baru yang sesuai dengan lingkungan lanskap media dan fenomena terkait komunikasi dan media di Indonesia dan Malaysia. Persoalannya, adalah metode penelitian mampu meneliti dan mendekati fenomena baru tersebut dengan meyakinkan.

Secara umum sudah diakui bahwa metode yang menggunakan *mixed method* menghasilkan analisis yang lebih menyeluruh dan bermakna namun, implementasinya bukan suatu hal yang mudah lebih-lebih lagi sekiranya hal tersebut melibatkan metode-metode dari paradigma yang berbeda. Persoalan mendasar apakah paradigma kualitatif dan kuantitatif boleh digabungkan di dalam satu penelitian, bukan persoalan yang mudah untuk di selesaikan. Mencari titik pertemuan di antara kedua paradigma yang mempunyai dasar epistemologi dan ontologi berada di dua polar yang berkontradiktif menjadi tantangan yang rumit.

Buku ini akan mencoba meneliti dan menghuraikan beberapa persoalan-persoalan dasar mengenai *mixed method*, mencari formula penyatuan metode tersebut yang boleh menghasilkan analisis mengenai fenomena dan realitas sosial yang lebih tepat dan sahih. Walaupun kedua-dua metode telah sekian lama hadir, namun kekeliruan mengenai kedua-duanya masih ada sehingga masih ada yang beranggapan bahwa pilihan metode peneliti adalah bersifat *mutually exclusive*. Masing-masing pihak melihat hanya satu paradigma yang sahih dalam menghasilkan ilmu pengetahuan. Saya pernah menghuraikan masalah perdebatan ini di dalam makalah saya berjudul *Positivisme dan Fahaman Sains: Kesannya ke Atas Paradigma Kualitatif* (2006).

Bidang komunikasi secara tradisinya bersifat interdisiplinari dan transdisiplinari sudah pasti menuntut para sarjananya menerima berbagai metode yang berupaya menghasilkan ilmu yang berguna dalam usaha memahami dan menghuraikan hubungan manusia dan

masyarakat.

Kesimpulannya, bab-bab yang terkandung di dalam buku ini sudah pasti membuka ruang untuk sama-sama kita teliti tuntutan metode penelitian yang sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi dan sistem interaksi manusia masa kini. Saya yakin buku ini akan menjadi sumber rujukan penting bagi perkembangan selanjutnya dan pengaplikasian metode terkini di dalam bidang komunikasi.

**Assoc Prof. Adnan Husen, Ph.D**

**Dean School of Communication, University Sains Malaysia**

## Daftar Isi

### Persembahan

#### Kata Pengantar

*Editor* ..... vii

*Assoc. Prof. Adnan Husen, Ph.D.*

*(Dean School of Communication, University Sains Malaysia)* ..... ix

**Daftar Isi** ..... xiii

### Bagian I

#### Metode Penelitian Komunikasi: Pilihan Kuantitatif Kualitatif atau Campuran

Paradigma dan Metode Penelitian Komunikasi di Indonesia

*Sunarto* ..... 3

*Mixed Methods*, Penelitian Interdisipliner

dan Perkembangan Penelitian Komunikasi di Malaysia.

*Adnan Hussein* ..... 27

Metode Campuran (*Mixed Methods*), Metode Penelitian Alternatif

*Mario Antonius Biroto* ..... 39

Pendekatan dalam Penelitian Komunikasi

*Agustina Zubair* ..... 53

### Bagian II

#### Metode Penelitian Komunikasi Terapan

"Ekologi Media": Penerapan Teori Niche dalam Penelitian Kompetisi Media

*Setio Budi HH* ..... 77

Analisis Isi Kuantitatif, Sebuah Pengantar untuk Penelitian Teks Komunikasi

*Bonaventura Satya Bharata* ..... 97

Analisis Framing, Pengantar Analisis Teks Berita <i>Fajar Junaedi</i> .....	119
Fenomenologi : Metode Penelitian untuk Memahami Pengalaman Komunikasi <i>MC Ninik Sri Rejeki</i> .....	135
Memahami Realitas Kehidupan : Berbagi Pengalaman dalam Penelitian Etnografi <i>Y. Argo Twikromo</i> .....	161
Pentad Analysis dalam Dramatisme Kenneth Burke <i>Basuki Agus Suparno</i> .....	185
Memahami Studi Kasus sebagai Metode Penelitian <i>Chatarina Endah P</i> .....	205
Pendekatan Semiotika untuk Penelitian Komunikasi <i>Anang Hermawan</i> .....	231
Partisipatif Observer <i>Yanuar Luqman</i> .....	263
<b>Tentang Penulis dan Editor</b> .....	279



# Fenomenologi: Metode Penelitian untuk Memahami Pengalaman Komunikasi

MC Ninik Sri Rejeki

## Pemahaman Dasar tentang Fenomenologi

Fenomenologi pada dasarnya adalah suatu tradisi, yaitu tradisi pengkajian yang digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Seperti yang dikemukakan oleh Littlejohn (2008:37) bahwa fenomenologi adalah suatu tradisi untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Dalam konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia di sekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalamannya tersebut.

Apabila dirunut dari aspek historis kemunculannya, fenomenologi terkait dengan tradisi filsafat di Jerman pada abad XVIII dalam konteks filsafat hermeneutik. Filsafat ini memiliki fokus pada konsep *verstehen* dalam melakukan kajiannya tentang manusia. Menurut Kockelmans, istilah fenomenologi digunakan pertamakali pada tahun 1765 dalam ilmu filsafat. Selain itu istilah ini kadangkala termuat pula dalam tulisan-tulisan Immanuel Kant. Dalam perspektif Kant, istilah fenomenologi bertolak dari kata *phenomenon* yang berkaitan dengan sesuatu yang tampak dalam kesadaran manusia dan *noumenon*, yakni sesuatu yang ada dalam dirinya. Namun menurut Moustakas, istilah ini baru didefinisikan secara khusus oleh Hegel. Hegel mengemukakan bahwa fenomenologi mengacu pada pengetahuan yang muncul dari kesadaran, yakni pengetahuan yang menggambarkan sesuatu yang dialami oleh manusia (Moustakas, 1994:26).

Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi atau *verstehen* merupakan proses yang aktif untuk memberikan makna atas sesuatu

yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman adalah suatu tindakan kreatif, yakni tindakan menuju pemaknaan (Littlejohn, 2008:38).

Satu hal yang penting ditekankan dalam fenomenologi adalah bahwa objek dan peristiwa tersebut dilihat dalam perspektif manusia itu sendiri. Analisis atas kehidupan sehari-hari dilakukan dari sudut pandang orang yang hidup dalam kehidupannya sendiri (Griffin, 2003:32).

Ada tiga aliran fenomenologi (Littlejohn, 2008:38), yaitu fenomenologi klasik, fenomenologi persepsi, dan fenomenologi hermeneutik. Fenomenologi klasik terkait dengan Edmund Husserl. Ia adalah seorang tokoh fenomenologi modern. Pemikiran Husserl dipengaruhi oleh Descartes. Penjelasan Husserl tentang pertalian antara pengetahuan subjektif dan objektif menunjukkan adanya pengaruh dari Descartes dalam pemikiran Husserl. Descartes berbicara tentang pembentukan realitas objektif. Obyek memiliki realitas obyektif sepanjang realitas itu eksis melalui representasi di dalam pemikiran. Jadi realitas obyektif berada dalam kebenaran suatu realitas subyektif (Moustakas, 1994:27).

Dalam pandangan dua tokoh tersebut, hanya terdapat satu kepastian dalam membangun suatu pengetahuan ilmiah yang obyektif, yakni melalui proses konstruksi atas segala sesuatu yang dialami atau dipikirkan dan dirasakan oleh manusia. Sesuatu yang dialami dalam kesadaran merupakan fenomenon. Istilah ini berasal dari bahasa Yunani "*phaenesthai*". Fenomenon kemudian memiliki arti sebagai sesuatu yang membawa pada kecerahan.

Menurut Moustakas (1994:25), Husserl mengembangkan suatu sistem filosofis yang memiliki akarnya pada keterbukaan yang sifatnya subjektif. Husserl menyatakan bahwa fenomenologi dapat digunakan untuk mengungkap pengetahuan, sekaligus untuk menciptakan teori dan untuk menerapkan ilmu-ilmu humaniora. Dalam kaitannya dengan fenomena, maka fenomena merupakan blok-blok bangunan dari ilmu humaniora yang menjadi dasar semua pengetahuan yang kemudian berkembang menjadi fenomenologi.

Pengetahuan berfokus pada pengalaman dan kekuatan-kekuatan reflektif yang ada pada diri manusia. Oleh karena itu Moustakas

kemudian menyebut fenomenologi Husserl sebagai fenomenologi transendental. Fenomenologi transendental berkaitan erat dengan konsep intensionalitas. Dari konsep ini terdapat orientasi pemikiran pada obyek, yakni yang berada dalam pikiran manusia (Moustakas, 1994:28).

Dalam pada itu fenomenologi persepsi dapat dikaitkan dengan Maurice Merleau-Ponty. Sebagai seorang tokoh dalam fenomenologi, Merleau-Ponty memiliki pandangan yang berbeda dengan Edmund Husserl. Meskipun besar pengaruh Husserl atas pemikiran Merleau-Ponty, ia merupakan tokoh yang menolak pandangan Husserl. Dalam pandangan fenomenologi Merleau-Ponty, semua pengetahuan manusia tentang dunia yang berasal dari sudut pandangnya sendiri (Littlejohn, 2008:38).

Dalam posisinya tersebut, manusia memiliki hubungan dengan benda-benda yang terdapat di dunia. Manusia mendefinisikan dan memberikan makna pada dunia. Pada gilirannya pengalaman hidup manusia itupun akan dipengaruhi oleh dunianya itu. Dengan demikian pengalaman adalah subjektif. Pandangan ini berbeda dengan Edmund Husserl yang secara tajam memisahkan subjek dengan objek. Manusia terpisah dari objek. Untuk mengetahui objek, manusia perlu mengeliminasi bias-bias yang menyertai pengamatannya. Dengan kata lain bahwa dunia dapat diamati tanpa menyertakan kategori yang dibawa oleh manusia sebagai pengamat (Littlejohn, 2008:38).

Dalam tradisi fenomenologipun kemudian tetap dikenal bahwa pengalaman adalah subjektif. Manusia pada dasarnya adalah makhluk yang mampu menciptakan makna bagi dunianya. Kemampuan ini dimiliki manusia karena adanya kesatuan fisik dan mental di dalam dirinya. Dengan kemampuannya itu manusia menempati posisi sebagai subjek atau orang yang mengetahui dunianya. Dalam konteks ini ada tekanan terhadap persepsi dan interpretasi orang atas pengalaman subjektifnya. Alfred Schutz adalah tokoh yang menerapkan idealisme Merleau-Ponty dalam kehidupan sosial.

Pemikiran fenomenologis Schutz merupakan kritik atas fenomenologi Husserl. Schutz menolak pemikiran Husserl yang memberi tekanan pada fenomena kehidupan manusia tanpa mempersoalkan kausalitas dari realitas obyektif. Pemaknaan manusia

terhadap realitas obyektif tidak akan terlepas dari latar belakangnya. Dari sini tampak bahwa Schutz mempertimbangkan aspek kausalitas dalam proses pemberian makna oleh manusia.

Adalah fenomenologi hermeneutik yang konsisten terhadap tradisi fenomenologi persepsi. Fenomenologi hermeneutik dikaitkan dengan Martin Heideggers. Ia memiliki kerangka kerja dalam hermeneutik filosofis. Filsafat ini disebut juga sebagai hermeneutik *dasein* yang berarti "*interpretation of being*". Dalam kerangka ini realitas tentang sesuatu merupakan pengalaman dari penggunaan bahasa yang berada dalam konteksnya.

Dalam pada itu Deetz (Liitlejohn, 2008:38) mengemukakan tiga prinsip dasar fenomenologi, yaitu pertama, pengetahuan adalah sadar. Pengetahuan tidak disimpulkan dari pengalaman, namun diperoleh secara langsung di dalam pengalaman yang sadar. Kedua, makna sebuah benda mengandung potensi benda itu dalam kehidupan seseorang. Dengan kata lain, bagaimana seseorang mengaitkan makna tersebut dengan sebuah objek akan menentukan makna tersebut bagi orang itu. Ketiga, bahasa merupakan wahana bagi makna. Hal ini menunjukkan bahwa dunia dialami oleh manusia melalui bahasa yang digunakan untuk mengungkapkan dan untuk mendefinisikan dunia itu. Bertolak dari idealisme tersebut, maka untuk membangun suatu pengetahuan atau untuk memahami realitas, pengalaman hidup nyata yang secara sadar dialami manusia dapat diperlakukan sebagai data dasar. Pengalaman hidup itu dalam konteks ini mencakup pengalaman manusia dalam berkomunikasi.

### **Fenomenologi sebagai Metode Penelitian**

Sebagai metode penelitian, fenomenologi sering dikenal sebagai metode deskriptif kualitatif. Peneliti sering menyebutnya sebagai metode deskriptif kualitatif di bagian metodologi penelitiannya. Metode ini memang digunakan pada jenis penelitian kualitatif, dengan paradigma konstruktivisme, yang bersifat interpretif. Sesuai dengan asumsi ontologis yang ada dalam paradigma konstruktivisme, peneliti yang menggunakan metode ini akan memperlakukan realitas sebagai konstruksi sosial kebenaran. Realitas juga dipandang sebagai sesuatu yang sifatnya relatif, yaitu sesuai dengan konteks spesifik yang dinilai

relevan oleh para aktor sosial. Secara epistemologis, ada interaksi antara peneliti dan subjek yang diteliti. Sementara itu dari sisi aksiologis, peneliti akan memperlakukan nilai, etika, dan pilihan moral sebagai bagian integral dari penelitian. Peneliti merupakan fasilitator yang menjembatani keragaman subyektivitas pelaku sosial dalam rangka merekonstruksi realitas sosial. Dalam proses penelitiannya, peneliti akan menempatkan empati dan interaksi dialektis antara peneliti dan subjek penelitiannya.

Sejalan dengan asumsi-asumsi filosofis tersebut, maka sebagai metode penelitian, fenomenologi adalah cara membangun *verstehen* (pemahaman) tentang realitas. *Verstehen* ini dibangun dari sudut pandang para aktor sosial yang mengalami peristiwa dalam kehidupannya. Dalam mencapai *verstehen* ada aktivitas interpretasi atau pemaknaan. *Verstehen* yang dicapai dalam tataran personal merupakan konstruksi personal realitas atau konstruksi subyektif. Tugas peneliti kemudian adalah melakukan deskripsi struktural guna mendapatkan konstruksi sosial realitas. Dalam konteks ini ada upaya untuk intersubjektifikasi, yakni upaya untuk melakukan sintesis atau penggabungan dari konstruksi subyektif. Pada tahap ini ada interaksi antara peneliti dan yang diteliti.

Ciri kualitatif dari metode ini tampak dari teknik analisis data yang sifatnya nonkuantitatif dan teknik pengumpulan data berupa *in-depth interview* atau wawancara mendalam. Dalam Minichiello (1995:62) dikemukakan adanya tiga model wawancara, yaitu terstruktur; terfokus atau semi terstruktur; dan tak terstruktur. Wawancara mendalam mencakup model terfokus atau semi terstruktur dan tak terstruktur. Dilihat dari sifat kealamiahannya, wawancara tak terstruktur lebih bersifat alamiah atau natural. Adapun instrumen yang dipakai dalam teknik ini adalah diri peneliti atau pewawancara sendiri. Alat bantu yang digunakan berupa *interview guide* atau pedoman wawancara. Pedoman wawancara adalah daftar tentang isu-isu yang akan diungkap oleh peneliti. Wawancara mendalam dilakukan pada sejumlah informan dengan pendalaman informasi sesuai dengan kebutuhan untuk menjawab masalah penelitian.

Tahap-tahap wawancara mendalam mencakup bertanya, menginterpretasi, menyimpulkan, memeriksa, dan verifikasi. Peneliti

mengajukan pertanyaan, ketika subyek penelitian memberikan jawabannya, peneliti mendengarkan secara analitik. Setelah itu peneliti menginterpretasikan, membuat kesimpulan, dan membuat catatan pemeriksaan guna melakukan verifikasi, baik berupa *probing* atau *cross-check*.

Dalam pada itu, sebagai metode penelitian, fenomenologi menerapkan *authenticity* sebagai kriteria untuk menilai kualitas penelitian. *Authenticity* atau keaslian berarti ada upaya menyajikan bukti yang terkait dengan keterbukaan, kejujuran, dan laporan seimbang yang seimbang tentang kehidupan sosial dari sudut pandang mereka yang tinggal dalam kehidupan tersebut sehari-hari. Ini artinya, peneliti berupaya untuk menyajikan potret tentang realitas yang ditelitinya dengan paparan kutipan-kutipan wawancara menyertai setiap interpretasi yang dibuat peneliti.

Dalam pada itu, fenomenologi erat dengan keyakinan yang disebut sebagai *the perspective from within* atau *the native's point of view*. Dalam pandangan fenomenologi pada dasarnya manusia adalah makhluk yang menciptakan makna bagi dunianya. Melalui aktivitas penciptaan makna, manusia sebagai subjek penelitian aktif membangun pengetahuan tentang dunianya. Dengan keyakinan ini maka peneliti fenomenologi dalam mencari pemahaman akan mengakui pandangan dari dalam (*the perspective from within*), yakni pandangan para aktor sosial yang mengalami peristiwa sehari-hari di tempat penelitian (*the native's point of view*). Sebagai konsekuensi dari pengakuan atas *the native's point of view* adalah penggunaan prinsip emik dalam penelitian fenomenologi. Artinya penekanan pada perspektif dan konsep-konsep yang berkembang dari dalam sebagai bentuk kearifan lokal atau pemahaman para anggota sebuah sistem sosial.

#### **Wawancara Mendalam: Teknik Pengumpulan Data Utama dalam Fenomenologi**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian fenomenologi adalah wawancara mendalam. Teknik ini merupakan teknik utama. Ada dua teknik lain, yaitu *Focus Group Discussion* (FGD) dan *Life History*. FGD adalah teknik alternatif dari wawancara mendalam. Teknik ini memungkinkan beberapa subjek penelitian berkumpul menjadi satu

dalam suatu diskusi yang terfokus. Diskusi dipandu oleh fasilitator. Teknik ini memungkinkan deskripsi intersubjektif diperoleh bersama dengan deskripsi subyektif di suatu waktu, yaitu pada saat FGD, sehingga menghemat waktu. Sementara itu *life history* merupakan teknik pelengkap yang bermanfaat ketika peneliti menghendaki kelengkapan data dengan mengangkat kasus individual (*individual case*) sesuai dengan topik atau pertanyaan penelitian.

Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pertukaran verbal tatap muka yang dilakukan oleh seorang pewawancara terhadap subyek penelitian. Pertemuan tatap muka dilakukan berulang antara peneliti dan subjek penelitian. Modelnya mencakup terfokus (semi-terstruktur) dan tak terstruktur. Wawancara mendalam dengan model terfokus atau semi-terstruktur mengharuskan peneliti untuk berbekal topik yang dapat menjadi panduan wawancara. Panduan ini berupa skedul wawancara atau disebut pula sebagai *interview guide* (pedoman wawancara). Pedoman wawancara dikembangkan di seputar daftar topik yang dimiliki oleh peneliti, meskipun untuk itu, tidak perlu keteraturan pertanyaan yang sifatnya *fix* atau tidak dapat dirubah (Minichiello, 1995:65). Ini artinya bahwa muatan wawancara terfokus pada isu-isu yang menjadi inti dari pertanyaan penelitian (rumusan masalah). Namun jenis pertanyaan dan diskusi tetap memberikan ruang terbuka pada fleksibilitas. Hal ini berbeda jika misalnya mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang termuat dalam kuesioner pada penelitian dengan metode survei.

Dalam pada itu, wawancara tak terstruktur mengacu pada wawancara yang tidak menggunakan pedoman pertanyaan yang sifatnya teratur. Wawancara model ini lebih bertumpu pada interaksi sosial antara pewawancara dan subjek penelitian guna memperoleh informasi. Wawancara tak terstruktur mengambil tampilan sebagai sebuah percakapan normal sehari-hari (Minichiello, 1995:65). Satu hal yang mengontrol percakapan adalah kepentingan peneliti dalam melakukan penelitian. Elemen kontrol dapat dikatakan cukup minimal, yakni hal-hal yang bisa mengarahkan informan pada konstruksi pengalaman maupun sikap-sikap yang relevan dengan persoalan penelitian.

Pada umumnya penelitian fenomenologi menggunakan

model wawancara terfokus atau semi-terstruktur dengan pedoman wawancara. Sementara itu, model tak terstruktur lebih banyak digunakan dalam penelitian dengan metode etnografi. Satu hal lagi, meski menyandarkan pemahaman pada *the native's point of view*, peneliti tidak harus *live in* di tempat penelitian. Hal ini berbeda dengan penelitian etnografi yang mengharuskan peneliti untuk *live in*, karena teknik utama pengumpulan datanya adalah observasi partisipatif.

Sebagaimana yang telah dikemukakan bahwa tahap awal dalam wawancara mendalam adalah mengajukan pertanyaan kepada subyek penelitian. Di tahap ini terdapat aktivitas *funneling*. Aktivitas ini mengacu pada sebuah proses bertanya yang mengharuskan pewawancara mengontrol aliran dan tipe informasi. Wawancara dimulai dengan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat umum atau berupa garis-garis besar pertanyaan. Sebagai contoh dimulai dengan pertanyaan tentang data biografi subyek penelitian, pandangan-pandangannya tentang sesuatu, dan kemudian masuk pada topik inti. Alternatif strategi *funneling* adalah *story telling* dan *solicited narratives* (pengumpulan cerita). Informan diminta untuk bercerita tentang pengalamannya, termasuk perspektif, serta situasi atas suatu peristiwa. Pada umumnya *story telling* dan pengumpulan cerita digunakan saat peneliti memakai teknik *life history*.

Setelah peneliti memperoleh data, tahap berikutnya adalah interpretasi. Dapat dikatakan bahwa aktivitas interpretasi pada metode fenomenologi merupakan implikasi atas asumsi keaktifan manusia menginterpretasikan pengalamannya. Ada dua tataran interpretasi, yaitu pertama, untuk memperoleh makna subyektif yang menghasilkan konstruksi personal atau konstruksi individual, disebut pula sebagai deskripsi subyektif atau deskripsi tekstural. Kedua, interpretasi untuk mendapatkan makna konsensus atau konstruksi sosial. Tahap ini disebut sebagai deskripsi intersubyektif atau deskripsi struktural.

Interpretasi untuk memperoleh makna subyektif dan makna konsensus dilakukan pada waktu peneliti mengumpulkan data, sehingga dapat dikemukakan bahwa analisis data kualitatif sudah mulai dilakukan saat aktivitas lapangan. Hal ini berbeda dengan penelitian kuantitatif, peneliti baru bisa menganalisis data ketika pengumpulan data sudah selesai dilaksanakan. Kualitas interpretasi

dalam fenomenologi sangat ditentukan oleh kemampuan empati dari peneliti terhadap subjek penelitiannya.

Dari interpretasi ini peneliti menyimpulkan dan melakukan pemeriksaan untuk verifikasi. Tahap verifikasi sendiri berwujud *probing* dan *cross-check*. Baik aktivitas *probing* maupun *cross-check* dimulai dengan menyusun pertanyaan. Pertanyaan *probing* ditujukan untuk mendapatkan informasi yang lebih dari pertanyaan asli. Pertanyaan asli adalah pertanyaan awal yang memperkenalkan topik. Pertanyaan *probing* dikembangkan dari jawaban terhadap pertanyaan asli. Pertanyaan pendalaman diajukan pada subjek penelitian yang sama. Sementara itu, pertanyaan *cross-check* digunakan untuk melihat kejujuran informan dalam mengungkap diri sendiri dan pengalamannya. Dalam konteks ini, pertanyaan yang sama diajukan pada informan yang berbeda. Aktivitas ini pada dasarnya merupakan pemenuhan atas prinsip dialektis yang terkait dengan asumsi metodologis paradigma konstruktivisme.

Secara teknis, pengumpulan data dengan teknik ini dapat dibantu dengan alat rekam, seperti *tape recorder*, *voice recorder*, dan sejenisnya. Namun, guna menghindari ketergantungan teknologi yang mungkin bisa saja terjadi kesalahan teknis, seperti tidak terekamnya suara, maka peneliti dianjurkan untuk membuat catatan wawancara, sehingga tetap memiliki data yang tidak hanya berdasar ingatan.

Wawancara mendalam juga menuntut ketrampilan peneliti, di antaranya adalah kemampuan untuk mendengarkan secara analitik. Aktivitas mendengar demikian merupakan bentuk dukungan dan pengakuan terhadap informan. Mendengar secara analitik juga berarti melakukannya dengan *mindfull*, dalam bahasa Inggris disebut dengan *listening*, bukan *hearing* yang sifatnya sambil lalu, tanpa sengaja dan kesadaran penuh.

### **Teknik Analisis Data dalam Fenomenologi**

Seperti yang telah dikemukakan pada bagian paparan tentang teknik pengumpulan data, analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat aktifitas lapangan, yakni bersamaan dengan tahap pengumpulan data. Adapun alur pemikirannya adalah sebagai berikut. Pertama, adalah kategorisasi sejumlah data dalam tema-tema

konseptual yang ditentukan peneliti, berdasar kisah-kisah informan dan kerangka konsep. Kedua, peneliti melakukan deskripsi setiap kategori yang merupakan kearifan lokal. Setiap kategori tersebut adalah deskripsi subyektif. Ketiga, peneliti melakukan deskripsi intersubyektif. Keempat, eksplanasi peneliti atas realitas berbekal ilmunya, berupa konsep-konsep peneliti (*researcher theory*). Dalam penyajian laporan, setiap eksplanasi pada dasarnya merupakan hasil interpretasi. Untuk menunjukkan *authenticity* maka eksplanasi perlu disertai dengan kutipan jawaban dari informan. Oleh karena itu, peneliti seperti menyajikan "potret" tentang realitas. Kelima, sinkronisasi antara kearifan lokal dan konsep-konsep peneliti. Adanya refleksi atau pandangan baru dapat menjadi bekal peneliti untuk kritis terhadap data, yang bisa ditindaklanjuti dengan pemeriksaan dan verifikasi dalam bentuk *probing* dan *cross-check*.

#### **Penerapan Metode Fenomenologi dalam Penelitian Komunikasi**

Untuk memberi pemahaman lebih mendalam berkaitan dengan penggunaan metode ini dalam penelitian, maka berikut ini akan diangkat satu contoh penelitian. Penelitian ini berada dalam Kawasan Studi Komunikasi Antarbudaya (KAB). Fenomenologi digunakan sebagai metode untuk memahami pengalaman komunikasi antar manusia. Adapun judulnya adalah "Perbedaan Budaya dan Adaptasi Antarbudaya dalam Relasi Kemitraan Inti-Plasma". Dengan kasus kemitraan antara perusahaan inti dan petani plasma di Perusahaan Teh PT Pagilaran (Rejeki, 2007).

Pokok permasalahan dan rumusan masalah penelitian tersebut adalah tentang kemitraan dalam pembangunan sistem perkebunan di Indonesia. Realitas kemitraan tersebut dapat dipandang sebagai suatu peristiwa komunikasi. Dalam perspektif komunikasi, berbagai masalah dalam kemitraan antara perusahaan inti dan petani plasma menunjukkan adanya masalah komunikasi yang disebabkan karena perbedaan budaya di antara dua kelompok tersebut.

Realitas empirik tentang adanya ketidaksesuaian perilaku komunikasi dalam praksis kemitraan memberikan indikasi adanya persoalan komunikasi antara perusahaan inti dan petani plasma. Persoalan ini membutuhkan suatu kompetensi komunikasi yang

memungkinkan komunikasi dapat berjalan efektif. Dalam konteks ini yang diperlukan adalah adaptasi antarbudaya yang terjadi antara perusahaan inti dan petani plasma. Adapun rumusan masalahnya adalah bagaimana adaptasi antara perusahaan inti dan petani plasma.

Dalam pada itu, metode fenomenologi digunakan karena penelitian bertujuan untuk memahami pengalaman adaptasi dalam interaksi atau kontak antarbudaya, yaitu antara perusahaan inti dan petani plasma. Adaptasi antarbudaya merupakan suatu proses panjang penyesuaian diri untuk memperoleh kenyamanan di lingkungan baru.

Dalam "Intercultural Communication Theories", teori adaptasi antarbudaya termasuk ke dalam kelompok teori akomodasi dan adaptasi. Teori lainnya adalah teori ko-kultural dari Orbe. Teori ini dikembangkan dari perspektif fenomenologi dan didasarkan pada *mutated group theory* dan *standpoint theory*. Dua teori ini mengasumsikan adanya kelompok *underrepresented*. Oleh karena itu, ko-kultural, sebagai teori turunannya mengacu pada realitas komunikasi di antara kelompok *underrepresented* dan kelompok dominan (Gudykunst, 2002:183).

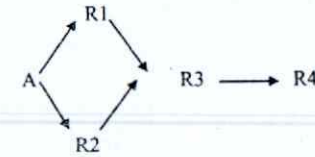
Namun demikian, meskipun teori ko-kultural lahir dalam tradisi fenomenologis, teori ini tidak digunakan dalam penelitian. Baik perusahaan inti maupun petani plasma bukan merupakan kelompok *underrepresented* atau kelompok dominan. Masing-masing setara sebagai mitra berdasar paradigma komunikasi negosiasi. Dalam paradigma tersebut, adaptasi yang terjadi berupa saling menyesuaikan antara perusahaan inti dan petani plasma. Untuk itu teori yang dipandang sesuai untuk menjelaskan realitas tersebut adalah teori adaptasi antarbudaya dari Eliingsworth.

Ada tujuan fungsional ketika ada adaptasi antarbudaya. Komunikasi yang beradaptasi secara fungsional dan setara dapat membantu penyelesaian tugas, sementara penggunaan strategi persuasif dapat membawa pada adaptasi komunikasi. Ketika salah satu komunikator memiliki kekuasaan dalam relasi, maka komunikator lainnya akan memiliki beban adaptasi. Sementara itu kalau bertolak dari teori yang berfokus pada akomodasi dan adaptasi, strategi komunikator berupa motivasi divergensi dan konvergensi. Sikap setuju dinyatakan dengan konvergensi. Sementara itu, divergensi

untuk penolakan (Gudykunst, 2002:187).

Dengan bertolak dari uraian tersebut, dapat dikemukakan bahwa penggunaan metode adalah dalam rangka untuk mendapatkan konstruksi realitas dari sudut pandang para pelaku kemitraan. Sudut pandang itu berupa pengalaman-pengalaman mereka dalam menjalankan adaptasi. Adapun konstruksi mencakup pengalaman penyesuaian diri, tujuan, relasi-relasi kuasa yang ada, motivasi, dan strategi yang ditempuh dalam relasi kemitraan antara perusahaan inti dan petani plasma. Oleh karena itu, pemilihan teori bukan dalam konteks asalnya dari tradisi fenomenologi, namun mengarah pada kemampuan teori sebagai wahana untuk menjelaskan realitas yang diteliti. Dengan demikian fenomenologi di sini lebih merupakan metode daripada tradisi.

Metode bertolak dari sebuah paradigma. Paradigma sendiri adalah *basic belief* peneliti yang mencerminkan pandangan dunianya. Paradigma memiliki implikasi metodologis, sehingga dalam uraian tentang tipe penelitian, metode penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, teknis analisis data, dan penjelasan tentang kriteria kualitas penelitian harus merefleksikan paradigmanya. Penelitian ini berlandas paradigma konstruktivisme. Sejalan dengan hal itu, maka uraian dalam bagian metodologi menunjukkan landasan paradigmanya. Pada bagian jenis penelitian, diuraikan bahwa penelitian berjenis kualitatif. Hal ini seperti yang dikemukakan Sarantakos (1993:6), penelitian kualitatif mengacu pada sejumlah pendekatan metodologis, seperti fenomenologi, hermeneutik, dan interaksionisme simbolik. Pengumpulan data dan analisisnya bersifat nonkuantitatif, dengan teknik wawancara mendalam dan analisis data kualitatif. Instrumen yang dipakai adalah diri peneliti dengan alat bantu berupa pedoman atau skedul wawancara. Wawancara mendalam dilakukan pada sejumlah subyek penelitian. Adapun *probing* dan *cross-check* dilakukan sesuai kebutuhan untuk menjawab masalah penelitian. Adapun untuk Subjek penelitian disebutkan terdiri dari individu-individu baik dari kalangan perusahaan inti maupun petani plasma. Seperti telah dikemukakan sebelumnya, analisis data menggunakan skema:



A = kategorisasi sejumlah data

R 1 = deskripsi subjektif

R 2 = deskripsi intersubjektif

R 3 = eksplanasi peneliti atas realitas

R 4 = sinkronisasi antara kearifan lokal dan konsep-konsep peneliti.

Dalam penelitian ini ada beberapa kategori data, di antaranya adalah adaptasi dalam strategi konvergensi dan adaptasi dalam strategi divergensi. Berikut ini diberikan contoh untuk R 1 dan R 2 atau deskripsi subjektif dan intersubjektif.

#### Adaptasi dalam Strategi Konvergensi

##### Deskripsi Subyektif dari Subyek Penelitian Perusahaan Inti

###### *Subyek Penelitian 7*

Pria ini mengaku terlibat dalam Proyek PIR yang dimulai tahun 1986. Dari pengalamannya memimpin unit produksi, sekarang ia cenderung mengangkat mandor lokal, karena menurut pengalamannya sejak Proyek PIR dimulai hingga sekarang, terbukti mandor lokal dapat berhasil melakukan pendekatan terhadap petani. Dalam pengamatannya, mandor dari komunitas luar sering mengalami hambatan dalam melakukan tugasnya. Sekarang ini menurutnya, memang masih ada mandor yang tidak dari komunitas setempat. Ia dapat membandingkan adanya perbedaan dalam mendekati petani antara mandor dari luar dan yang berasal dari komunitas setempat. Mandor dari komunitas setempat, menurutnya, bisa memahami petaninya. Mereka bisa berbicara dalam perspektif petani. Hal ini disebabkan mereka terlibat penuh dalam kehidupan petani. Pada umumnya para mandor lokal tersebut merupakan tokoh yang aktif dalam kegiatan desa. Selain merupakan tokoh kunci di desa masing-masing, para mandor juga memiliki kemampuan lebih daripada warga desa lainnya karena statusnya sebagai karyawan perusahaan. Sebagai karyawan perusahaan, mandor memiliki kesempatan untuk berhubungan dengan para pejabat kecamatan. Ia mengatakan sering menyetujui permintaan petani untuk memberikan pinjaman sarana angkutan untuk kegiatan kolektif mereka yang disebut sebagai kegiatan "*bareng-bareng*", seperti pengajian, pembangunan jalan. Dalam konteks gaya penyampaian pesan, ia mengarahkan para

mandornya agar tidak bicara soal teh saja, namun didahului dengan pembicaraan lain di luar teh. Ia mengarahkan mandornya untuk mendekati petani plasma dengan saluran interpersonal yang lebih informal, selain menggunakan saluran kelompok, agar efektif dalam mendekati petani.

#### *Subyek Penelitian 6*

Mandor Besar ini telah bekerja di perusahaan inti selama 21 tahun. Ia mengaku terlibat Proyek PIR sejak tahun 1987. Ia berasal dari dan tinggal di sebuah desa di Wilayah Kecamatan Paninggaran. Sebagai Mandor Besar, ia mengoordinasi para mandor-mandor yang bertugas di Wilayah Paninggaran. Ia membawahi lima mandor yang bertugas di 11 desa. Dari catatan pengalamannya, mandor yang baik adalah yang loyal, mau bekerja, dan bisa bermasyarakat, karena ada mandor dari komunitas setempat, namun tidak mampu menjalin relasi yang baik dengan petani dan tokoh masyarakat, akhirnya tidak disukai petani, sehingga ada petani yang kemudian menjual pucuk ke luar perusahaan inti.

#### *Subyek Penelitian 14*

Pria ini bekerja sejak Proyek PIR dimulai pada tahun 1986. Saat ini, ia menjabat Mandor Besar Bagian Tanaman dengan wilayah kerja dua kecamatan. Dalam melaksanakan tugasnya, ia banyak melakukan kunjungan ke rumah petani plasma untuk mendampingi mandor lapangan. Biasanya ia mendampingi jika ada masalah yang tidak dapat diselesaikan sendiri oleh mandor lapangan. Suasana komunikasi yang dibangun di lingkungan petani membuat pembicaraan berlangsung dalam suasana yang akrab. Ia mengemukakan meski menyampaikan pesan yang sama, namun situasi di pabrik dan di rumah petani ada perbedaannya. Di rumah petani, ia biasa bicara tidak langsung pada topik teh, namun ia mulai pembicaraan dengan berbicara topik lainnya. Ia biasa menggunakan gaya tak langsung untuk pesan yang sekiranya kalau disampaikan langsung akan menimbulkan penolakan. Contohnya, untuk pesan yang sensitif, seperti masalah harga.

#### **Deskripsi Subyektif dari Subyek Penelitian Petani Plasma**

##### *Subyek Penelitian 23*

Petani ini berusia 54 tahun. Ia menyetujui perekrutan mandor lokal. Ia memiliki pengalaman dengan mandor luar yang tidak bisa mengambil hati petani. Mandor paling sesuai menurutnya adalah mandor yang mengerti cara mendekati petani. Ia mengamati mandor yang bisa bertahan sampai sekarang adalah mandor yang asli setempat.

##### *Subyek Penelitian 30*

Pria berusia 73 tahun ini masih aktif mengurus tehnya. Di kelompoknya, ia adalah anggota biasa. Ia mengaku bermitra dengan perusahaan sejak Proyek PIR pada tahun 1986. Baginya usaha

tani yang dikerjakan adalah yang dapat memberi *panguripan* lebih dulu. Kalau dari teh dirasa kurang menghasilkan, maka ia berfokus ke tanaman lain. Kalau teh membaik, ia kembali lagi ke teh. Dari pergaulannya dengan mandor yang pernah bertugas di desanya, ia pernah memiliki pengalaman yang kurang menyenangkan. Ia pernah dibuat tersinggung oleh mandor sehubungan dengan terlambatnya truk pengangkut pucuk teh, yang menyebabkan petani menunggu selama tiga jam. Ketika ia mengaku kesal atas keterlambatan tersebut, mandor tidak berusaha membuat suasana menjadi tenang, namun justru membalasnya dengan marah.

#### *Subyek Penelitian 29*

Pria berpendidikan SD ini di dalam kelompok tani teh menjabat sebagai ketua. Keterlibatannya sebagai petani plasma sudah sejak awal masuknya Proyek PIR. Dalam catatan pengalamannya, pihak perusahaan bisa memahami ketika ia mulai mengeluhkan tentang rendahnya harga teh. Seolah-olah ia membenarkan kesulitan yang dihadapi. Menurutnya, mereka selalu memberikan saran kepada petani, agar mencari penghasilan lain di luar teh.

#### **Deskripsi Intersubyektif Subyek Penelitian**

Dari penuturan semua subjek penelitian tersebut dapat dikemukakan bahwa pengangkatan mandor dari orang lokal didasari pengalaman bahwa mandor lokal terbukti lebih berhasil dalam mendekati petani. Pada umumnya mandor adalah orang lokal yang berpengalaman. Selain itu juga loyal, mau bekerja, dan bisa bermasyarakat. Para mandor lokal pada umumnya merupakan tokoh kunci di desa. Mandor lokal menurut catatan subjek penelitian adalah orang yang dapat memahami petani. Meskipun demikian, ada pengalaman subjek penelitian yang menyatakan bahwa mandor lokal ada yang bermasalah dengan petaninya, yaitu yang tidak bisa memahami petani. Oleh karena itu yang penting kemudian adalah kemampuan untuk memahami petani, sehingga mandor luarpun bisa tetap efektif dalam menjalin komunikasi, dengan syarat bisa memahami petaninya. Selain itu juga dapat melakukan pendekatan terhadap tokoh masyarakat setempat. Strategi konvergensi juga dilakukan oleh perusahaan inti ketika menghadapi keluhan petani. Pernyataan yang bermakna sepakat atas kondisi sulitnya kehidupan petani menunjukkan bahwa perusahaan berempati terhadap petani. Dari catatan pengalaman subjek penelitian tampak adaptasi yang dilakukan oleh perusahaan inti dalam gaya penyampaian adalah dengan menggunakan cara tidak langsung untuk pesan sensitif.

#### **Adaptasi dalam Strategi Divergensi**

##### **Deskripsi Subyektif dari Subyek Penelitian Perusahaan Inti**

##### *Subyek Penelitian 6*

Sebagai Mandor Besar, ia memiliki pengalaman mendampingi



mandor di bawahnya untuk mengendalikan kualitas pucuk teh di tingkat petani. Oleh karena itu, bersama dengan mandor ia akan memberikan teguran kepada para petani, jika melakukan petik kasar. Ia mencontohkan, melalui perkataan yang sopan, ia member teguran kepada petani, "Mak, nek methik ampun kados niki. Niki kasar". Artinya 'Jangan memetik seperti ini ibu. Ini kasar'. Sebagai mandor tanaman, ia memang harus selalu memberikan teguran kepada petaninya. Meskipun ia tahu, ada petani yang hanya memenuhi aturan selama dalam pengawasan mandor.

#### *Subyek Penelitian 14*

Persoalan untuk selalu membawa petani pada ketentuan pabrik seringkali membuat pria yang bertugas sebagai koordinator mandor kebun ini kesal. Dari pengalamannya mengawasi aktifitas penimbangan pucuk di TPH, ia mengaku sering melakukan tawar-menawar di tempat itu dengan petani. Petani seringkali memaksa untuk mendapat harga yang bagus, namun dengan kualitas yang tidak sesuai. Ia mengatakan kalau perilaku petani seperti pada umumnya penjual, minta harga tinggi untuk barang yang tidak berkualitas. "Kalau penjual kan biasa *barange elek ning regane apik. Wajar*". Oleh karena itu ia menggunakan alat analisis untuk mengatasi persoalan. Sebagai orang perusahaan, ia mengaku tidak ingin waktunya habis untuk tawar-menawar di TPH.

#### *Subyek Penelitian 22*

Pria ini adalah salah seorang mandor yang bertugas di Wilayah Paninggaran. Ia adalah mandor asli setempat. Sebelum diangkat menjadi mandor, ia merupakan seorang pengurus kelompok petani teh. Ia dipromosikan menjadi mandor oleh Mandor Besar. Ia mengaku sering bertemu dengan petani yang tinggal satu desa dengan dirinya. Untuk petani di desa-desa lainnya, ia mengaku bertemu pada saat ia berkunjung ke TPH. Dari pengalamannya bergaul dengan petani, ia dapat menyimpulkan bahwa ada petani yang hanya berpikir asal bekerja, memetik banyak pucuk tanpa berpikir tentang kualitas, termasuk dalam memetik teh, sehingga hasil petiknyapun kasar. Menghadapi petani demikian, ia akan mengatakan "*yen kasar ra tak gawa*". Artinya, kalau petani melakukan petik kasar, maka hasilnya tidak akan diangkut ke pabrik.

#### **Deskripsi Subjektif Informan Petani Plasma**

##### *Subyek Penelitian 18*

Wanita ini asli kelahiran Kecamatan Kalibening. Ia berusia 51 tahun. Dalam usianya, ia masih tampak gesit dan cekatan. Oleh karena itu tidak mengherankan apabila saat ini ia adalah satu dari sedikit wanita yang menjabat sebagai ketua kelompok tani teh. Ia terlibat sebagai petani plasma sejak masuknya Proyek PIR. Di perusahaan, ia dikenal sebagai petani yang vokal. Ketika Wahana Komunikasi Antar kelompok (WKAK) masih aktif, ia seringkali mewakili petani dalam negosiasi dengan perusahaan. Sebagai petani teh, ia tergolong

maju dan menggemari teh. Ia mengatakan bahwa merawat teh sudah berkembang menjadi kegemaran. Ia pernah mengikuti berbagai kursus atau pelatihan teh. Dari pengalamannya, ia mengatakan memang ada mandor yang *nyengit*, yaitu yang suka menjelek-jelekan petani. Misalnya dengan mengatakan petani tidak mau merawat teh, pucuknya tidak bagus. Tapi menurutnya ada pula mandor yang bisa memberi motivasi kepada petani. Namun demikian, ia seringkali membantu pihak perusahaan untuk menjelaskan soal perusahaan kepada petani anggota kelompok. Ia mencontohkan dalam konteks macetnya kegiatan produksi pabrik sebagai akibat adanya kenaikan harga BBM. Ia mengatakan, mandor sering berkunjung ke rumahnya untuk memberi bimbingan. Selain melalui kunjungan. Ia juga sering bertemu mandor di tempat kondangan. Pada kesempatan itu, mandor sering menanyakan perkembangan tanaman tehnya, ketika ada gejala petani mulai tidak tekun merawat teh.

##### *Subyek Penelitian 27*

Pria berusia 54 tahun ini mengaku berpendidikan SD tamat. Di kelompoknya, ia adalah ketua. Ia mengaku terlibat sebagai petani plasma selama 19 tahun. Sebagai ketua kelompok, ia sering menirukan kata-kata mandor ketika memberi saran pada petani. Menurutnya, pada saat petani mulai mengeluhkan rendahnya harga teh, dan memutuskan untuk meninggalkan tehnya, maka petugas akan membujuk agar petani bersabar dan kembali menekuni teh.

##### *Subyek Penelitian 29*

Sebagai ketua kelompok, ia mengaku sering bertemu dengan kepala unit di lokasi pabrik. Setiap hari Kamis, ia harus ke pabrik untuk mengambil uang bayaran pucuk teh untuk kelompoknya. Ia dan kepala unit sering membicarakan masalah harga teh dan kelancaran pembayaran. Pada saat ia mulai mengeluhkan harga teh yang dan kelancaran pembayaran pucuk teh, kepala unit selalu mengajak petani agar ikut berdoa agar situasi kembali membaik, sehingga proses produksi dapat lancar. Ia diingatkan agar petani ikut merasakan kesulitan perusahaan, karena petani sebetulnya merupakan bagian dari perusahaan.

##### *Subyek Penelitian 31*

Petani ini kelahiran Kasinoman, suatu desa di Kecamatan Kalibening. Hingga kini ia tinggal di desa tersebut. Usianya sekitar 60 tahun, berpendidikan SR (SD) tidak tamat. Pria ini bersekolah hingga kelas tiga. Di kelompok tani teh, ia merupakan anggota biasa. Ia sudah selama 18 tahun terlibat sebagai petani plasma atau sejak setahun setelah Proyek PIR masuk. Waktu itu, ia memang bukan tergolong petani yang langsung menerima proyek. Ia melihat dahulu aktifitas warga lain yang langsung mendaftar sebagai plasma. Dalam konteks pertanyaan tentang alasan turunnya harga, baginya, urusan teh yang penting adalah memetik dan kemudian membawanya ke TPH. Setelah itu, ia mendapat uang dari hasil setoran pucuk tersebut. Selanjutnya, dengan uang itu isterinya bisa berbelanja untuk

memenuhi kebutuhan keluarga. Oleh karena itu ketika ditanya tentang harga, ia mengaku tidak terlalu memahami.

#### *Subyek Penelitian 33*

Petani berusia 33 tahun ini berpendidikan SLTA. Ia menjadi petani plasma sejak tahun 1992 atau setelah enam tahun masuknya Proyek PIR. Adapun PIR sendiri sebagai proyek berakhir sekitar tahun tersebut, yakni sejak selesainya tahap konstruksi, dan mulai memasuki tahap konversi. Pertama sebagai petani plasma, ia menjadi anggota. Setelah itu ia dipilih menjadi sekretaris. Saat ini ia memegang tiga jabatan sekaligus. Hal ini karena pengurus lain sudah tidak mau dipilih lagi menjadi pengurus. Sebagai petani plasma selama 13 tahun, ia termasuk sudah menguasai masalah teh. Seminggu sekali, setiap Hari Kamis, ia mengaku pergi ke pabrik untuk mengambil uang pucuk. Ia pernah mengikuti pelatihan tentang tata-cara pemetikan. Selain itu ia juga mendapat kesempatan untuk melihat proses pengolahan teh. Ia melihat proses tersebut dari mulai pelayuan hingga pengeringan. Ia aktif mengusahakan dana talangan bagi para petani di kelompoknya. Dalam menghadapi petani yang menjual ke luar, petugas mengingatkan agar ia berusaha membujuk petani agar tidak menjual pucuk ke lain perusahaan. Ketika ia berbicara ada petani yang menjual ke luar, mandor akan mengatakan *aja nganti pucuke metu* atau jangan sampai pucuk dijual keluar perusahaan inti.

#### **Deskripsi Intersubjektif Subyek Penelitian**

Catatan pengalaman yang dikemukakan para subyek penelitian adalah tentang adanya strategi divergensi dari para mandor ketika para petani menunjukkan perilaku komunikasi yang tidak sesuai dengan aturan-aturan atau prosedur perusahaan. Para mandor pada umumnya segera menunjukkan identitas dengan menegur petani agar melakukan pekerjaan sesuai tuntutan perusahaan. Mereka menegur petani yang memetik pucuk teh kasar. Mandor juga mengatakan mereka melakukan tawar-menawar dengan petani untuk masalah kualitas pucuk di tempat penimbangan (TPH). Mereka mengatakan petani pada umumnya meminta harga tinggi untuk kualitas jelek. Selain itu mereka menegaskan bahwa apabila hasilnya kasar, maka pucuk daun teh itu tidak akan dibeli dan diangkut ke perusahaan. Dari sisi petani, strategi divergensi tersebut dipandang sebagai perilaku menjelek-jelekkan, padahal petani berjasa terhadap perusahaan. Perusahaan tidak akan mengolah teh tanpa pasokan pucuk dari petani. Subjek penelitian yang berani mengomentari strategi tersebut adalah petani vokal yang biasa membela petani. Namun demikian sebagai petani maju yang menjadi pengurus kelompok ia membantu petugas lapangan dalam menjelaskan masalah perusahaan inti kepada petani plasma, sehingga tidak timbul gejolak yang merugikan perusahaan inti. Misalnya pada saat terjadi keresahan petani, ketika pabrik sempat

macet tidak melakukan proses produksi. Dari pengalaman subjek, strategi divergensi tampak pula ketika petani mulai tidak tekun mengerjakan teh. Di tempat mereka biasa bertemu, mandor akan menanyakan perkembangan teh petani, agar petani kembali menemukannya. Selain menanyakan perkembangan, dari catatan subjek penelitian juga tampak bahwa mandor berusaha membujuk petani dengan pernyataan-pernyataan agar petani sabar, ikut memikirkan kesulitan perusahaan karena mereka juga merupakan bagian dari perusahaan. Dari pengalaman subjek penelitian, mandor juga menempuh strategi *diverge* pada saat petani mulai ada yang menjual ke luar perusahaan inti. Mandor berpesan kepada pengurus kelompok agar petani tidak menjual ke luar perusahaan inti, yaitu dengan pesan *"aja nganti pucuke metu"*, yang berarti jangan sampai pucuk daun teh dijual ke luar perusahaan inti.

Demikian contoh deskripsi subyektif dan intersubjektif dari penelitian tersebut. Adapun makna yang diperoleh dari deskripsi intersubjektif adalah makna konsensus yang merefleksikan konstruksi sosial realitas.

Secara umum hasil penelitian dapat dikemukakan sebagai berikut. Sebagai kajian komunikasi antarbudaya, studi ini menempatkan budaya sebagai konsep pokok yang kemudian berimplikasi pada perilaku komunikasi. Dalam kerangka ini yang dimaksud budaya adalah ide-ide atau gagasan, nilai-nilai, norma-norma, dan peraturan. Selain itu, aktivitas perilaku manusia yang berpola dipandang pula sebagai wujud budaya. Budaya dipahami sebagai agregat, karena budaya merupakan produk konsensus dari masyarakat. Sebagai produk konsensus, budaya muncul dari konvensi yang dilakukan secara kolektif di antara para anggota masyarakat. Oleh karena itu bersifat agregat sebagai metafora masyarakat. Adapun perilaku komunikasi pada dua komunitas ini dilihat dari beberapa elemen penting komunikasi, yakni (1) sumber pesan, (2) isi, (3) gaya penyampaian pesan, dan (3) saluran yang digunakan. Perbedaan budaya berimplikasi pada perbedaan perilaku komunikasi. Oleh karena itu dapat diasumsikan bahwa perbedaan budaya antara komunitas perusahaan inti dan komunitas petani plasma akan diikuti pula oleh adanya perbedaan perilaku komunikasi di antara keduanya.

Dalam penyuluhan, untuk mencapai tujuan yang ditetapkan diperlukan strategi komunikasi. Semakin homogen pihak-pihak yang berkomunikasi akan semakin memperlancar proses komunikasi,

sementara semakin heterogen akan menghambat kelancaran berkomunikasi. Oleh karena itu, dalam komunikasi antarbudaya, diperlukan strategi adaptasi. Terdapat beberapa strategi adaptasi, namun yang paling fundamental adalah strategi konvergen dan divergensi. Strategi konvergensi adalah strategi pihak yang satu untuk menyesuaikan dengan perilaku komunikasi pihak lainnya. Adapun strategi divergensi adalah strategi yang menunjukkan identitas budayanya sendiri terhadap budaya yang lain.

Budaya komunitas perusahaan inti dicirikan oleh adanya standarisasi, orientasi, dan maskulinitas yang merupakan karakteristik dari budaya farmer dan komunitas berbudaya ketat yang bersumber dari nilai-nilai industrial. Budaya tersebut berimplikasi pada perilaku komunikasinya, sehingga kepada petani plasmanya, perusahaan inti memandang bahwa petani plasma tidak memiliki pengetahuan cukup tentang industri teh, lebih mementingkan relasi sosial tradisional daripada relasi kerja profesional. Selain itu, perusahaan inti juga memandang adanya perbedaan ritme kedisiplinan dalam bekerja. Namun demikian, dalam pandangannya petani plasma sudah mengalami perubahan nilai dan orientasi. Oleh karena itu, dalam pandangan perusahaan inti terdapat dua kategori petani, yaitu petani yang menjual ke perusahaan inti dan petani yang menjual ke luar perusahaan inti. Sementara itu petani plasma memiliki ciri subsisten, kolektivitas, femininitas, dan mobilitas ke luar yang rendah. Namun demikian sebagai hasil interaksinya dengan perusahaan inti ada yang dikategorikan sebagai petani maju. Oleh karena itu dalam kerangka ini ada golongan petani miskin dan ada golongan petani maju. Hasil interaksi tersebut pada akhirnya juga memunculkan beberapa kesamaan yang diasumsikan sebagai hasil dari adaptasi melalui budaya.

Perilaku komunikasi perusahaan inti sebagai implikasi atas budaya yang dimilikinya ditunjukkan pada beberapa hal (1) sumber informasi haruslah orang memiliki standar kemampuan tertentu, (2) isi pesan selalu berorientasi pada kepentingan organisasi yakni perolehan keuntungan ekonomi, seperti pesan tentang isi dan makna perjanjian kontrak sebagai landasan kemitraan, serta pesan yang berorientasi pada masa depan, misalnya pentingnya tanaman teh sebagai tanaman tabungan yang bermanfaat untuk hidup ke depan, (3)

gaya penyampaian pesan yang *low context*, lebih banyak menggunakan simbol verbal dan langsung pada topik/tujuan komunikasi, serta (4) memilih media berkelompok dan formal.

Dari sisi komunitas petani, pada beberapa elemen, perilaku komunikasi mereka berbeda dengan komunitas perusahaan inti. Perbedaan itu terletak pada (1) pesan lebih suka disampaikan oleh orang-orang lokal, tidak berorientasi pada standar kemampuan, (2) pesan-pesan yang disampaikan lebih berorientasi pada kepentingan pemeliharaan kelompok dan hubungan, dan lebih mengedepankan persoalan masa lalu, yang diwujudkan dari tradisi dan ritual (3) gaya komunikasinya lebih suka *high context*, banyak menggunakan bahasa non verbal, dan menyampaikan bahasa tidak secara *to the point* tetapi berputar-putar, serta (4) menggunakan media informal dan *interpersonal*. Pada aspek lainnya, petani juga cenderung berubah-ubah dalam keputusannya oleh karena pengaruh sosial, cara berkomunikasi yang partikularistik, berbeda-beda dalam situasi yang berbeda. Petani juga cenderung memberi respon holistik dalam berkomunikasi. Petani berorientasi ekspresif, berbudaya longgar, oleh karena itu tidak banyak diterapkan aturan dan koordinasi. Saluran komunikasinya adalah saluran interpersonal. Mereka bergaul dalam bentuk *sratung*.

Ditinjau dari beberapa elemen dan dimensi budaya ini, dapat disimpulkan bahwa perilaku komunikasi perusahaan inti dengan komunitas petani juga berbeda. Untuk mencapai tujuan komunikasi, diperlukan penyesuaian pada budaya dan perilaku yang berbeda. Disinilah dibutuhkan strategi adaptasi. Proses adaptasi yang dilakukan oleh perusahaan inti adalah proses adaptasi melalui budaya yaitu melalui nepotisme (penggunaan sumber lokal), *ngaruhke*, komunikasi interpersonal.

Bertolak dari deskripsi intersubjektif dalam kategori strategi adaptasi konvergensi dan strategi divergensi, peneliti memberikan eksplanasinya yaitu bahwa strategi konvergensi digunakan pada tataran perilaku komunikasi, sedangkan pada tataran budaya, strategi yang digunakan adalah divergensi.

Sementara itu sesuai dengan poposisi-proposisi teori antarbudaya, dapat dikemukakan bahwa adaptasi komunikasi secara fungsional dan setara dapat memfasilitasi penyelesaian tugas. Ketika situasi

mendukung salah satu komunikator, maka komunikator lain memiliki beban adaptasi. Ketika semakin banyak komunikator beradaptasi, semakin banyak pula perubahan dalam keyakinan kulturalnya. Namun demikian, merujuk pada temua studi, perubahan perilaku komunikasi komunitas perusahaan inti hanya merupakan upaya persuasi kepada komunitas petani. Dengan dasar itu, diharapkan petani dapat menyesuaikan budayanya sendiri dengan budaya perusahaan. Ketika perilaku komunikasi perusahaan inti "disamakan" dengan perilaku komunikasi komunitas petani, budaya komunitas perusahaan inti dicoba ditunjukkan kepada komunitas petani. Hal ini berarti, strategi kovergensi di tataran perilaku komunikasi dilakukan sekaligus bersama-sama dengan divergensi. Dalam kondisi tertentu, komunitas perusahaan inti mengubah orientasi komunikasinya ke masa lalu.

Di sisi lain, petani plasma sebagai pihak yang menyediakan pucuk teh untuk bahan baku industri beradaptasi dengan penyesuaian terhadap perspektif perusahaan inti. Mereka menyesuaikan perspektif tentang bisnis, produksi, dan kemitraan seperti yang dimiliki perusahaan inti. Oleh karena itu mereka mulai bisa bicara tentang aspek-aspek tersebut sesuai dengan pandangan perusahaan. Adanya situasi ketergantungan pemasaran dari petani pada perusahaan inti, menyebabkan petani memiliki beban adaptasi. Adaptasi ini kemudian menghasilkan pergeseran keyakinan kultural petani, yaitu dari keyakinan akan usaha tani yang menjamin hidup keluarga dan komunitas ke orientasi agribisnis.

Sebagai plasma dari perusahaan inti yang peduli terhadap lingkungan, petanipun menyesuaikan dengan pandangan hidup selaras dengan alam. Merekapun memperhatikan pentingnya menjaga lahan dengan melakukan konservasi melalui tanaman teh dan teknik konservasi sebagaimana yang dia pahami melalui pesan-pesan penyuluhan. Mereka mulai bisa bicara tentang teknik konservasi, seperti terasering dan rorak. Merekapun meyakini bahwa tanaman teh merupakan tanaman masa depan. Tidak hanya itu, dari pengalaman narasumber, tampak bahwa petanipun berusaha melakukan penyesuaian dengan aturan-aturan perusahaan. Contohnya, mereka belajar membiasakan diri berdisiplin waktu dalam melakukan

pemetikan pucuk daun teh.

Apabila peristiwa tersebut dijelaskan dari teori adaptasi pasangan interkultural, maka beban adaptif perusahaan inti akan gaya komunikasi petani adalah karena pihak ini merupakan partisipan yang memiliki inisiatif komunikasi. Hal ini karena perusahaan inti menghendaki terjaminnya pasokan, namun dari sisi harga dipandang oleh petani tidak menguntungkan. Inisiatif komunikasi tersebut muncul karena perusahaan ingin mempertahankan relasi dengan plasma. Relasi ini perlu dipertahankan mengingat berkurangnya pasokan pucuk teh petani ke perusahaan inti. Adanya pembeli dari luar yang memberi harga lebih tinggi dari perusahaan inti, menyebabkan sebagian produksi petani dijual ke perusahaan lain. Meski demikian masih ada ketergantungan petani terhadap perusahaan inti, karena pembeli luar membeli dalam jumlah terbatas dan tidak pasti.

Beban adaptasi yang terletak pada perusahaan inti juga disebabkan karena petani memegang manfaat teritorial. Artinya petani berada di wilayahnya sendiri, sementara inti justru merupakan 'pendatang'. Namun, di sisi lain petani, petani dapat dipandang sebagai pihak yang inferior dalam pasangan interkultural ini. Petani inferior dalam penguasaan teknologi. Oleh karena itu, ketika petani memerlukan bimbingan teknis dari perusahaan inti, maka petani memiliki beban untuk beradaptasi.

Perilaku adaptif dari komunitas perusahaan inti semakin meningkat sesuai dengan keinginan untuk memelihara kemitraan. Perusahaan inti yang berkomitmen membangun kemitraan dengan plasma, semakin meningkatkan adaptasi perilaku komunikasi, menyesuaikannya dengan perilaku komunikasi komunitas petani.

Salah satu proposisi adaptasi pasangan interkultural menyatakan bahwa ketika dari interaksi terbukti hanya satu pihak yang akan mengambil manfaat dari penyelesaian tugas, maka pihak ini akan mempercepat perilaku adaptif. Dari pengalaman informan, tampak bahwa perusahaan pada akhir-akhir ini adalah pihak yang cenderung mempercepat perilaku adaptif. Hal ini karena perusahaan akan mengambil manfaat yang berupa loyalitas petani pada inti. Loyalitas ini diperlukan untuk menjamin pasokan pucuk teh petani, sehingga pabrik bisa mengalami *undercapacity*.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi adaptasi yang dikemukakan dalam beberapa teori adaptasi dapat digunakan untuk memahami fenomena komunikasi antara komunitas perusahaan inti dan komunitas petani plasma. Strategi adaptasi yang terjadi terjadi satu arah namun strategi yang dipakai berbeda pada tataran yang berbeda. Pada tataran budaya, komunitas perusahaan melakukan strategi divergensi dengan mencoba mengubah budaya tradisional pada komunitas petani plasma menjadi petani maju, yang berorientasi pada kepentingan bisnis, keuntungan material, dan ekonomi. Strategi ini tampaknya berhasil mengingat bahwa banyak ditemukan petani yang memiliki budaya komunitas perusahaan inti. Namun demikian, untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan inti melakukan penyesuaian perilaku komunikasinya mengikuti perilaku komunikasi petani.

Secara umum dapat dikatakan bahwa dalam komunikasi antarbudaya, antara perusahaan inti dan petani plasma, inisiatif adaptasi dilakukan oleh pihak yang *inferior*, dalam hal ini perusahaan inti terhadap pihak yang *superior*, dalam hal ini adalah petani plasma. Superior dalam arti bahwa petani yang memiliki sumber daya (baca: lahan/tanah), sedangkan perusahaan inti jelas bergantung pada tanah para petani plasma.

### Penutup

Metode fenomenologi memberikan peluang bagi peneliti untuk menggali pengalaman manusia. Dibanding metode lain, fenomenologi lebih memberikan fleksibilitas dan kemudahan untuk membangun konstruksi sosial realitas. Metode ini dapat memberikan informasi yang kaya atas realitas yang diteliti. Secara teoritik tampak 'sulit' dipahami, namun sebenarnya 'mudah' untuk dilakukan.

### Daftar Pustaka

Birowo, M. Antonius (2004). "Focus Group Discussion" dalam M. Antonius Birowo (ed). *Metode Penelitian Komunikasi: Teori dan Aplikasi*. Gitanyali. Yogyakarta.

- Griffin, Em (2003). *A First Look at Communication Theory*. 5<sup>th</sup> Ed. McGrawHill. New York.
- Gudykunst, William B (2002). "Intercultural Communication Theories" dalam William B. Gudykunst & Bella Mody (eds). *Handbook of International and Intercultural Communication*. 2<sup>nd</sup> Ed. Sage Publications. California.
- Littlejohn, Stephen W & Foss, Karen A. (2008). *Theories of Human Communication*. 9<sup>th</sup> Ed. Thompson Wadsworth. Belmont CA.
- Minichiello, Victor; Aroni, Rosalie ; Timewell, Eric; dan Alexander, Loris (1995). *In-depth Interviewing*. 2<sup>nd</sup> Ed. Longman. Melbourne.
- Moustakas, Clark (1994). *Phenomenological Research Methods*. Sage. Thousands Oaks.
- Rejeki, Ninik Sri (2004). "Etnografi dalam Penelitian Komunikasi AntarBudaya" dalam M. Antonius Birowo (ed). *Metode Penelitian Komunikasi: Teori dan Aplikasi*. Gitanyali. Yogyakarta.
- Rejeki, Ninik Sri (2007). *Perbedaan Budaya dan Adaptasi AntarBudaya dalam Relasi Kemitraan Inti-Plasma: Studi tentang Komunikasi AntarBudaya; Kasus Kemitraan antara Perusahaan Inti dan Petani Plasma di Perusahaan Teh PT Pagilaran*. Disertasi UI. Tidak diterbitkan.
- Sarantakos, Sotirios (1993). *Social Research*. MacMillan Publishing. Melbourne.