

# ETNOGRAFI (DESKRIPTIF & KRITIS)

**Rachmat Kriyantono, Ph.D**

(Materi ini juga saya tulis di buku saya: **Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical PR, Etnografi Kritis & Kualitatif**)

# Apa Itu Etnografi?

- Etimologi:

*'ethno'* yang berarti budaya dan *'graphy'* yang berarti deskripsi.

- Mendeskripsikan bagaimana individu-individu menggunakan budayanya untuk memaknai realitas dan mengonstruksi interaksi sosial di antara individu-individu dan kelompok-kelompok (Ellingson, 2009; Wimmer & Dominick, 2006).
- *the native's point of views*

# THICK DESCRIPTIONS

- Deskripsi ini bersifat:
  - detail, mendalam dan holistik
  - yang dapat menggambarkan segala aspek budaya, seperti:
    - a. pola-pola perilaku verbal dan nonverbal,
    - b. interaksi antara individu,
    - c. pengalaman-pengalaman budaya,
    - d. kepercayaan,
    - e. sistem nilai,
    - f. alat-alat atau artifak-artifak yang digunakan dalam keseharian antara lain pola pakaian, bangunan-bangunan, dan berbagai media pelengkap hidup.

# AKAR PENDEKATAN ETNOGRAFI

- Etnografi merupakan sinergi dari tiga tradisi teoritis dalam riset kualitatif, yaitu fenomenologi, sosiokultural dan kritis.
- Fenomenologi berperan karena para periset saat mengumpulkan data berupaya memadukan pengalaman personal dan interpretasi budaya secara sistematis dan menyeluruh.
- Tradisi Sosiokultural terkait karena data yang diriset merupakan hasil pemaknaan dan konstruksi subjek riset. Kemudian, perilaku yang diamati bersifat situasional dan selalu berkembang di dalam kelompok-kelompok sosiokultural. Tradisi ini yang mewarnai teori-teori konstruksi sosial, interaksi simbolik dan dramaturgi.
- Tradisi kritis *“follows closely many of the interest and assumptions of the sociocultural, but it adds an important dimension that moves it from the descriptive to the critical.”* (Littlejohn & Foss, 2008:45)

 Etnografi Kritis

# PERGESERAN MAKNA “BUDAYA”

- Diterapkan untuk kelompok budaya yang lebih luas, tidak terbatas pada masyarakat atau suku bangsa tertentu.
- Public relations dapat melakukan riset etnografi untuk mengetahui karakteristik publiknya:

apakah sebagai publik tersembunyi (*latent*), publik yang sudah menyadari isu (*aware*) atau yang sudah aktif melakukan tindakan tertentu (*active*), dengan cara mengobservasi secara langsung perilaku komunikasinya, kebiasaan konsumsi media, apakah aktif dalam diskursus publik, berbagai saluran komunikasi yang digunakan, dan siapa pemimpin opini mereka, termasuk sumber informasi yang mereka percaya.

- Kriyantono (2012b):

Seorang pemasar minuman bir dapat duduk berjam-jam dalam kurun waktu tertentu untuk mengamati perilaku peminum bir di sebuah bar. Dia mengamati interaksinya, bagaimana percakapannya, siapa yang biasanya mentraktir, kebiasaan mereka saat minum bir, guyonan-guyonan mereka, bahasa-bahasa gaul mereka maupun cara berpakaian mereka.

- (Kriyantono, 2010b, h.251):

Metode Ethnography Content Analysis (ECA) yang dikenalkan oleh Altheide (1996), yaitu “perpaduan analisis isi dengan observasi partisipan... periset berinteraksi dengan material-material dokumentasi atau melakukan wawancara mendalam....”

- Daymon dan Holloway (2002): Pengalaman konsumsi etnik minoritas pada masyarakat Pakistan di Inggris; menjelaskan identitas para profesional di biro-biro iklan di Swedia; dan mendeskripsikan interpretasi siswa-siswa sekolah di Inggris terhadap iklan.

# Faktor Pergeseran Objek Etnografi

- Deteritorialisasi Budaya

batasan budaya yang terkandung dalam istilah etnografi itu sendiri mempunyai arti yang luas daripada sekedar perilaku masyarakat budaya atau suku bangsa tertentu di wilayah budaya tertentu.

- Etnografi sudah banyak diadaptasi oleh berbagai bidang ilmu:
  - Antropologi dan Sosiologi: cakupan etnografi cenderung mengkaji cara hidup budaya keseluruhan dari suatu masyarakat di mana periset harus tinggal dan berbaur dalam waktu yang lama untuk observasi.
  - Berbagai bidang ilmu –seperti politik, pendidikan, komunikasi: “lebih tertarik untuk mengkaji budaya dari unit analisis yang lebih terbatas, seperti subkelompok, organisasi, lembaga, profesi, khalayak, dan sebagainya.”

# VARIAN ETNOGRAFI

– Berdasarkan cakupan realitas yang diriset

## – Etnografi makro

- Riset etnografi yang mengkaji dan mendeskripsikan budaya keseluruhan dari suatu komunitas atau masyarakat budaya. Misalnya, riset tentang kebiasaan ritual keagamaan dan kemasyarakatan di suku Dayak.

## – Etnografi mikro

- Lebih cenderung mengkaji dan mendeskripsikan unit analisis yang lebih kecil, seperti subkelompok, organisasi, perusahaan, lembaga, profesi, khalayak, perilaku peminum bir di bar, proses belajar-mengajar di sekolah atau proses pengambilan keputusan di top manajemen.



– Berdasarkan tataran analisis

– **Etnografi deskriptif (konvensional/deskriptif)**

- Etnografi yang lebih bersifat mendeskripsikan realitas – kelompok atau grup- melalui analisis, pengungkapan pola-pola, pembuatan tipologi-tipologi dan kategori-kategori. Periset cenderung bertujuan untuk mendeskripsikan secara detail dan holistik bagaimana karakteristik perilaku budaya tertentu.

– **Etnografi kritis (*critical ethnography*)**.

- Etnografi yang bertujuan mengeksplorasi beberapa faktor tersembunyi seperti bagaimana kekuasaan atau kekuatan dan hegemoni memengaruhi suatu masyarakat serta berupaya membuka agenda-agenda tersembunyi di balik sebuah realitas. Bahasan tentang etnografi kritis ini akan disampaikan tersendiri dalam bagian yang lain di buku ini.

– Berdasarkan fokus realitas yang diriset

– **Etnografi komunikasi**

- Mengkaji pola-pola komunikasi, seperti: apa yang dikomunikasikan, cara berkomunikasi, situasi-situasi komunikasi, aturan-aturan berkomunikasi, komponen-komponen komunikasi, dan fungsi-fungsi komunikasi dalam komunitas.
- Etnografi yang fokus pada pola-pola perilaku komunikasi sebagai salah satu bagian dari sistem budaya, yang berfungsi di dalam keseluruhan konteks budaya, dan yang berfungsi menghubungkan pola-pola bagian dari sistem budaya lainnya. Karenanya studi etnografi komunikasi ini mengkaji tiga komponen pokok: bahasa, komunikasi, dan budaya.
- Contoh: riset etnografi komunikasi dapat menemukan jenis-jenis bahasa yang biasa digunakan untuk merepresentasikan kegiatan beristirahat (tidur) pada masyarakat Jawa, yaitu *туру*, *tilem*, dan *sare*. Penggunaannya ini tergantung pada konteks komunikasi yang berbeda seperti dengan siapa berbicara dan dalam situasi apa berbicara, yang semuanya menjadi budaya keseharian masyarakat Jawa.

– Berdasarkan fokus realitas yang diriset

– **Etnografi analisis isi**

- Metode ini memadukan metode analisis isi dan observasi partisipan. Periset mengkaji dokumen-dokumen komunikasi, seperti gambar, berita, teks iklan, novel, newsletter, buku pelajaran atau pun press-release untuk memahami budaya tertentu yang melatarbelakangi produksi dokumen-dokumen tersebut. Analisis dokumen ini diperdalam dengan observasi partisipan dan wawancara mendalam dengan pelaku-pelaku budaya yang terkait dengan produksi dokumen.
- Tujuannya adalah untuk memahami konteks-konteks yang terjadi, seperti ideology, motif, nilai dan norma si pembuat dokumen. Tujuan lainnya adalah untuk mengetahui proses produksi dokumen komunikasi yang diteliti, misalnya bagaimana interaksi-interaksi yang terjadi dalam ruang redaksi, nilai-nilai apa yang dominan memutuskan laik tidaknya suatu berita atau bagaimana proses pembentukan konstruksi sosial dari peristiwa yang diberitakan.
- Terakhir periset mesti mensinergikan dua temuan, dari analisis isi dan observasi partisipan, dan menginterpretasikan yang dapat dihasilkan pengetahuan tentang bagaimana dokumen-dokumen komunikasi memengaruhi budaya dan bagaimana konteks-konteks sosial budaya si pembuat dokumen terepresentasi dalam produk-produk komunikasi tersebut.

# TAHAPAN PENELITIAN ETNOGRAFI

- Menetapkan komunitas budaya, bisa mikro atau makro, yang akan diriset
- Menentukan permasalahan, isu atau realitas yang akan dikaji.
- Menetapkan informan sebagai subjek risetnya
- Mengobservasi dan mewawancarai informan, termasuk meriset bagaimana masing-masing individu menafsirkan situasi dan makna dalam interaksi yang dalam kelompok budaya mereka
- Hasil observasi dan wawancara secara terus-menerus dicatat, dikenal sebagai catatan etnografi, termasuk uraian tentang apa yang dilakukan orang-orang dan bagaimana mereka mengkomunikasikannya
- Menganalisis hasil observasi dan wawancara termasuk mendokumentasikan proses etnografi
- Menemukan tema-tema budaya dari hasil eksplorasi
- Menulis laporan

# ETNOGRAFI KRITIS

- *“Critical ethnography is conventional ethnography with a political purpose” (Thomas, 1993:4)*
- *“Critical ethnography becomes the ‘doing’ or the ‘performance’ of critical theory. It is critical theory in action” ... It’s a new ethnography (Madison, 2005)*

# TUJUAN ETNOGRAFI KRITIS

- Menginvestigasi dan memberikan solusi yang dapat digunakan sebagai pilihan alternatif untuk menggantikan praktik-praktik institusi politik, pendidikan, ekonomi, yang membatasi makna dan mengaburkan identitas dan hak-hak komunitas.
- Mendeskripsikan realitas-realitas yang selama ini tersembunyi atau sengaja disembunyikan. Realitas tersebut dimaknai sebagai upaya pihak-pihak yang dominan (*status quo*) untuk mempertahankan hegemoninya, yang bisa jadi tidak dirasakan oleh masyarakat.
- Empowering dari *common sense yang taken for granted* yang sebenarnya menghegemoni mereka, memarjinalkan mereka atau membodohi hak-hak mereka.
- Thomas (1993:5) mengatakan “*unnecessary social domination exists when constraints are built into cultural and social life in ways that promote such inequality*”.
- Madison (2005): Domestication

# MENGAPA PR PERLU ETNOGRAFI KRITIS?

- sebagai riset alternatif.
- untuk memperkaya kajian teoritis dalam disiplin Ilmu Public relations
- memungkinkan ilmuwan dan praktisi Public Relations untuk bertindak sebagai agen multikulturalisme
- memungkinkan Public relations melaksanakan fungsi *boundary-spanning* dengan lebih baik

# ETNOGRAFI & ETNOGRAFI KRITIS

- Sebagai metode yang bersifat subjektifitas, keduanya bersifat kualitatif-interpretif. Meski demikian, periset masih memungkinkan menggunakan data-data kuantitatif yang diperoleh dari sensus atau tes kepribadian.
- Mempunyai aturan-aturan yang sama saat melakukan *fieldwork*, yaitu aturan-aturan dalam melakukan riset etnografi, seperti: periset mesti terjun langsung dan berbaur dalam periode waktu tertentu; menggunakan beragam sumber data: observasi lapangan, wawancara mendalam, FGD, studi kasus, analisis dokumen dan artifak-artifak.
- Banyak berangkat dari tradisi-tradisi fenomenologi dan sosio-kultural seperti interaksi simbolik dan konstruksi sosial serta banyak yang bermuara pada upaya membangun “grounded-theory”



# ETNOGRAFI & ETNOGRAFI KRITIS

- dalam mencari data, selain terjun langsung di tempat riset, periset mesti berbaur atau tinggal langsung dalam waktu yang cukup lama untuk berinteraksi dengan orang-orang yang diriset. (first-hand observation)
- Menggunakan berbagai sumber data
- Perluasan pemahaman thd konteks budaya
- Mensinergikan perspektif periset dan subjek riset, termasuk etic & emic

# CIRI KHAS ETNOGRAFI KRITIS

- menggunakan data untuk sarana refleksi kritis terhadap fenomena yang diriset
- periset etnografi kritis berperan sebagai “*activist*” (VOICES) not “*ventriloquist*”
- Berangkat dari asumsi adanya “unnecessary repression”, tujuan akhir: *emancipatory goals*

# TAHAPAN ETNOGRAFI KRITIS

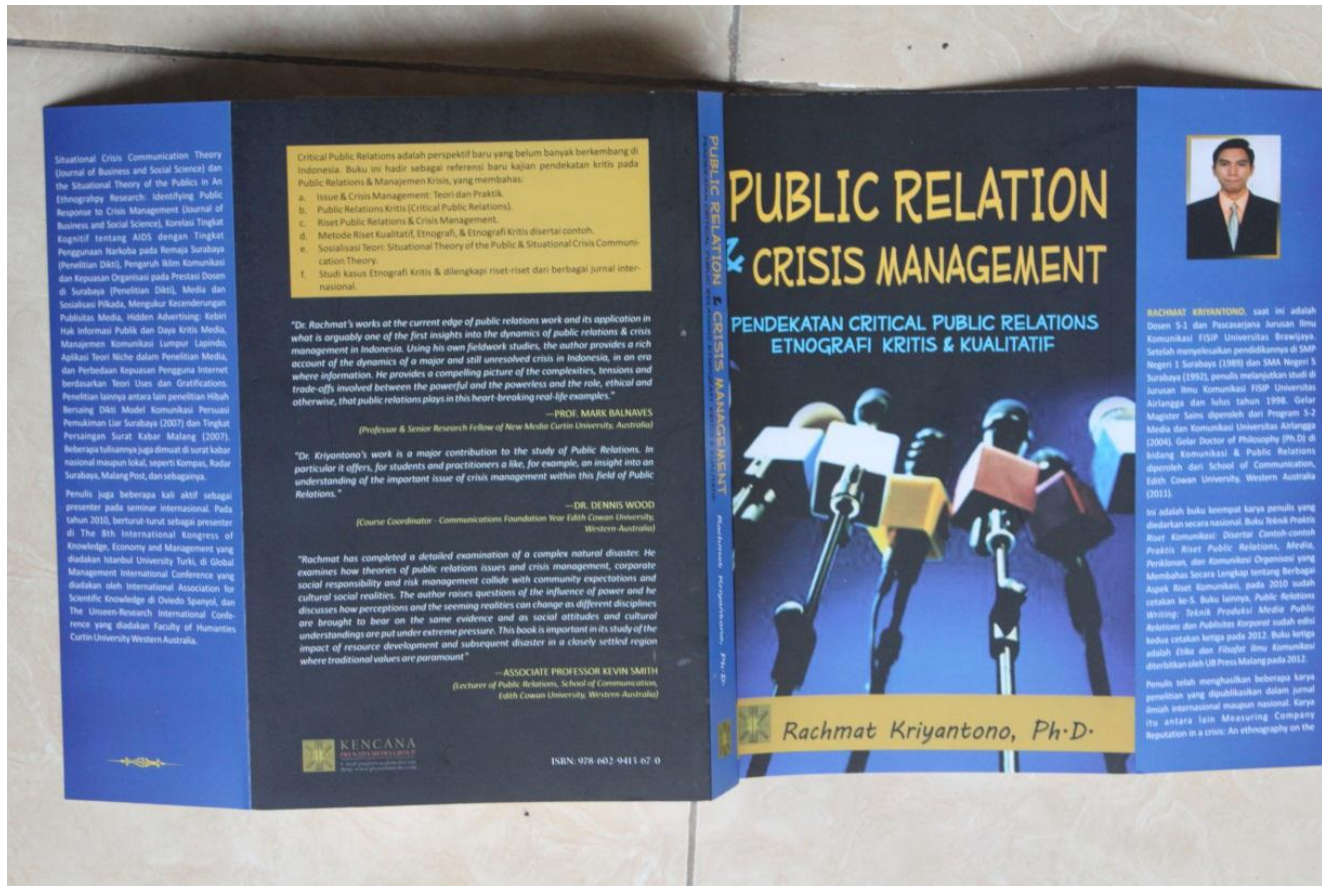
- Merumuskan masalah
  - dari literatur;
  - value judgment;
  - daya tarik topik;
  - topik riset dapat berbentuk berbagai aktivitas dalam sistem sosial kemasyarakatan dan datanya dapat diperoleh di mana saja.

- perumusan masalah dalam etnografi kritis tidak sekedar deskripsi dari rasa keingintahuan, tetapi juga mengandung minat untuk menginvestigasi adanya ketidakadilan (misalnya, rasisme); kontrol sosial (bahasa, norma-norma atau aturan budaya); kekuasaan (power); stratifikasi sosial; dan alokasi penghargaan sosial dan sumber daya yang menggambarkan bagaimana makna-makna budaya membatasi eksistensi kelompok tertentu

- Menentukan Teknik pengumpulan data
  - Thick descriptions (native's point of views)
  - Rich descriptions (conscientization)
  - Etic (outsider perspective)
  - Emic (Insider perspective)
  - Mempertimbangkan etika riset (reflexive ethnography: it is a turning back on ourselves)
  - Keabsahan data
- \* Membuat laporan

- Memilih Partisipan
- Fieldwork & analisis-interpretasi data
  - iterative/recursive
  - Defamiliarization
  - Interpretasi/reflective

# Sumber Bacaan



Rachmat Kriyantono -Dosen Komunikasi UB  
Malang-