

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Secara umum, mobilitas berbagai kelompok masyarakat telah menjadi fenomena yang sangat umum. Hal ini mengandung pengertian bahwa lingkungan sosial budaya setiap orang dapat berubah-ubah yang sangat tergantung pada perilaku mobilitas seseorang atau sekelompok orang. Hal ini juga berarti bahwa setiap kelompok orang berhadapan dengan nilai-nilai baru yang mengharuskannya menyesuaikan diri secara terus menerus.¹

Manusia adalah inti kebudayaan. Kebudayaan adalah keseluruhan proses perkembangan manusia itu, di dalam dunia di dalam sejarah. Kebudayaan adalah segenap perwujudan dan keseluruhan hasil pemikiran, kemauan, serta perasaan manusia, dalam rangka perkembangan kepribadian, perkembangan hubungan manusia dengan manusia, manusia dengan alam dan hubungan manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa.²

Namun pada lazimnya kebudayaan berkenan dengan kemanusiaan, bahkan manusia adalah titik intinya. Ini berarti bahwa kebudayaan juga merupakan sebuah proses gerak humanisasi. Dan karena kemanusiaan akan selalu berarti manusia-manusia yang konkrit, manusia-manusia yang riil, maka yang dihadapi

¹ Irwan Abdullah, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 43.

² Ali Moertopo, *Strategi kebudayaan*, (Jakarta: CSIS, 1987), hlm. 4.

adalah selalu manusia-manusia dunia di dalam lingkungan semesta yang melakukan proses interaksi.

Komunikasi antarbudaya merupakan sebuah interaksi yang dilakukan oleh individu dengan latar belakang budaya yang berbeda. Komunikasi antarbudaya terjadi dalam ragam situasi yang berkisar dari interaksi antara orang yang berbeda budaya secara ekstrem hingga interaksi antara orang yang mempunyai budaya dominan yang sama tetapi bersubkultur berbeda di dalam suatu wilayah tertentu.

Dalam sebuah interaksi maka diperlukan suatu proses penyesuaian pesan agar komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak bisa berjalan dengan lancar dan *intensif*. Interaksi yang dilakukan sangat dipengaruhi oleh pesan yang disampaikan, baik itu cara penyampaian pesan atau konten pesan itu sendiri. Pesan yang disampaikan oleh individu sangat dipengaruhi oleh pola pikir individu itu sendiri. Dimana pola pikir individu kerap dipengaruhi oleh pola pikir suatu budaya.

Pola pikir suatu budaya nantinya akan mempengaruhi bagaimana individu-individu di dalamnya berkomunikasi, yang pada gilirannya nanti akan mempengaruhi bagaimana setiap orang merespons atau melakukan *feedback* terhadap individu-individu dari budaya yang lain.

Appadurai dan Hannerz telah menegaskan bahwa keberadaan seseorang dalam lingkungan tentu di satu pihak mengharuskan penyesuaian diri yang terus menerus untuk dapat menjadi bagian dari sistem yang lebih luas. Di lain pihak, identitas asal yang telah menjadi bagian sejarah kehidupan seseorang tidak dapat ditinggalkan begitu saja, bahkan kebudayaan asal cenderung menjadi pedoman

dalam kehidupan ditempat yang baru. Proses dinamis kemudian terjadi, seperti ditunjukkan Georg Simmel, pada saat berlangsungnya interaksi yang terus menerus antara sifat-sifat general (sosial) yang harus dipertahankan.³

Dalam banyak studi telah diperlihatkan bahwa perubahan wilayah tempat tinggal, latar belakang sosial, dan latar belakang kebudayaan merupakan konteks yang memberikan warna bagi identitas kelompok dan identitas kesukubangsaan. Disinilah tolak ukur pentingnya menghargai (memaknai) suatu bentuk pluralisme kesukuan.

Pluralisme adalah konsep atau paham yang mengakui, menerima, dan menghormati keberagaman dalam masyarakat terkait ras, suku, bahasa, aspek biologis, seksualitas, gender, agama, kepercayaan, pilihan politik, dsb. Pluralisme berarti kemauan dan keberanian mengakui eksistensi dan hak berbagai kelompok demi membangun damai diantara sesama manusia dengan menjadikan perbedaan sebagai modal sosial.⁴

Budaya bertanggung jawab atas seluruh perbendaharaan perilaku komunikatif dan makna yang dimiliki setiap orang. Konsekuensinya, perbendaharaan-perbendaharaan yang dimiliki oleh dua orang yang berbeda budaya akan berbeda pula, yang menimbulkan segala macam kesulitan.⁵

³ Irwan Abdullah, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 43.

⁴ Musdah Mulia, "Pentingnya Pluralisme" dalam <http://www.stainmetro.ac.id/index.php/berita/detail/Musdah-Mulia-Pentingnya-Pluralismeindex.php>

⁵ Deddy Mulyana dan Jalaluddin Rakhmat. *Komunikasi Antarbudaya*. 1993 (Bandung: Remaja Rosdakarya), hlm. 22.

Pedagang-pedagang di Pasar Wonokromo didominasi oleh etnis yang berasal dari budaya Jawa dan Madura. Dimana setiap budaya selalu memiliki ciri khas dan karakter masing-masing dalam pembawaannya. Misalnya adanya persepsi terhadap budaya Madura bahwa mereka cenderung berwatak keras. Hal-hal itu seperti itu akibatnya dapat memunculkan gap ketika melakukan suatu interaksi.

Kerap kali antar pedagang yang berbeda budaya merasakan kesulitan dalam memahami individu yang berbeda budaya dengan dirinya sehingga mengharuskan dirinya menyesuaikan dengan watak lawan bicaranya. Sehingga hal tersebut menyebabkan terjadinya gesekan antara individu antarbudaya yang bisa memicu timbulnya konflik.

Melalui studi penelitian komunikasi dan pemahaman antarbudaya maka bisa mengetahui serta mengurangi atau hampir menghilangkan kesulitan-kesulitan di dalamnya dengan meneliti sebab-sebab atau hambatan komunikasinya. Hubungan antara komunikasi dan budaya penting diketahui untuk memahami komunikasi antarbudaya, yaitu dengan mengetahui sedalam apa makna pluralisme bagi pelaku komunikasi itu sendiri.

Peneliti tertarik melakukan penelitian ini karena ingin mengetahui bagaimana interaksi yang dilakukan oleh individu yang berbeda budaya dalam rangka memahami pluralisme dalam wilayahnya. Sehingga dari hal itulah nantinya dapat diketahui seberapa banyak perilaku yang dimunculkan dalam mengimplementasikan makna pluralisme itu sendiri, sehingga juga ikut mempengaruhi efektif-tidaknya strategi komunikasi dalam konteks antarbudaya.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana pola interaksi aktor-aktor komunikasi dalam komunikasi antarbudaya di Pasar Wonokromo Surabaya?
2. Bagaimana pemahaman individu terhadap pluralisme di Pasar Wonokromo Surabaya?
3. Faktor apa saja yang mempengaruhi komunikasi antarbudaya di Pasar Wonokromo Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pola interaksi aktor-aktor komunikasi dalam komunikasi antarbudaya di Pasar Wonokromo Surabaya.
2. Untuk mengetahui pemahaman individu terhadap pluralisme di Pasar Wonokromo Surabaya.
3. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi komunikasi antarbudaya di Pasar Wonokromo Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Setelah disebutkan fokus dan tujuan penelitian, maka peneliti berharap ada manfaat yang dapat diambil pihak-pihak terkait penelitian, khususnya bagi peneliti dan para pembaca pada umumnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keuntungan teoritis

Penelitian diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan khususnya dalam kajian bidang Ilmu Komunikasi Antarbudaya.

2. Keuntungan praktis

- a. Bagi kalangan akademis : menjadi penambah kajian bidang penelitian komunikasi khususnya komunikasi antarbudaya serta menjadi referensi bagi penelitian sejenis.
- b. Bagi masyarakat : menjadi bahan introspeksi dalam melakukan komunikasi antarbudaya.
- c. Bagi peneliti : penelitian dapat memperluas wawasan serta pemahaman bagaimana cara-cara dalam berkomunikasi antarbudaya.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan referensi bagi penelitian ini, penulis mencari pustaka hasil penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan pada fokus penelitian yang ingin diteliti. Adapun penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai referensi antara lain :

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian terdahulu	Keterangan
1.	Nama Peneliti	Ahmad Majdi
	Jenis Karya	Skripsi dengan judul “Akulturasi Budaya Etnis Arab dan Etnis Madura di Desa Kepanjin Sumenep dalam Tinjauan Komunikasi Antarbudaya”
	Tahun penelitian	2012
	Metode Penelitian	Jenis penelitian : Kualitatif Pendekatan : Interpretatif Naturalistik Lokasi Penelitian : Desa Kepanjin Sumenep-Madura Teori Penelitian : Teori Adaptasi Budaya
	Hasil Penelitian	Antara Budaya Etnis Arab dan Etnis Madura terjadi akulturasi budaya yang

		<p>disebabkan oleh beberapa faktor antara lain:</p> <p>Faktor nasab, yaitu adanya kenyataan jika anatar etnis arab dan etnis Madura memiliki ikatan kekeluargaan.</p> <p>Faktor geografis, yaitu kedekatan fisik antara kedua etnis menyebabkan terjadi akulturasi dengan interaksi yang cukup intens.</p> <p>Keterbukaan antara kedua etnis dalam menyikapi perbedaan yang ada.</p> <p>Media yang digunakan oleh kedua etnis dikategorikan ke dalam dua kategori besar :</p> <p>Media kultural, yaitu media terbangun atas dasar budaya yang ada dan bersifat kultural.</p> <p>Media interaksi formal, yaitu media terstruktur yang sengaja diadakan guna mempererat dan memperintens komunikasi yang akan terjalin antar kedua etnis.</p>
	Tujuan Penelitian	<p>Mendeskripsikan proses akulturasi budaya yang terjadi antara etnis arab dan etnis Madura.</p> <p>Dapat mengetahui media komunikasi apakah yang digunakan oleh kedua etnis tersebut dalam melakukan akulturasi budaya.</p>
	Perbedaan	<p>Penelitian sama meneliti tentang komunikasi anatarbudaya tapi hal yang membedakan denagn penelitian adalah objek penelitian dan jenis pendekatan yang digunakan dalam meneliti. Penelitian ini membahas media yang digunakan subjek dalam melakukan komunikasi, sedangkan peneliti meneliti proses interaksi yang digunakan antar subjeknya.</p>
2.	Nama Peneliti	Muhammad Rokhanidin
	Jenis Karya	Skripsi dengan judul “Komunikasi Antarbudaya dalam Bertetangga Warga Rumah Susun Penjaringan Surabaya”
	Tahun penelitian	2012
	Metode Penelitian	<p>Jenis penelitian : Kualitatif</p> <p>Pendekatan : Fenomenologi</p> <p>Lokasi Penelitian : Warga Rumah Susun Penjaringan Surabaya</p> <p>Teori Penelitian : Teori Interaksi Simbolik</p>
	Hasil Penelitian	Lingkup kehidupan bertetangga beda budaya di rumah susun Penjaringan Sari

		<p>meliputi interaksi sehari-hari, seperti berbincang di warung kopi, saat jaga malam, atau saat kerja bakti.</p> <p>Kedekatan warga rumah susun dengan tetangga yang berbeda budaya dilakukan dalam keseharian misalnya menjenguk tetangga yang sakit.</p> <p>Konflik sosial yang terjadi dalam warga rumah susun biasanya disebabkan oleh toleransi agama, penghormatan terhadap wilayah pribadi keluarga masing-masing, dan masalah anak-anak kecil.</p> <p>Efektifitas penerimaan pesan, pemaknaan dan penyampaian pesan balik kepada tetangga yang berbeda budaya ditampakkan misalnya dengan penggunaan bahasa isyarat, menggunakan bahasa persatuan yaitu bahasa Indonesia, menggunakan pendekatan pribadi terlebih dulu pada tetangga.</p>
	Tujuan Penelitian	<p>Mendeskripsikan komunikasi antarbudaya dalam bertetangga yang terjadi pada rumah susun Penjaringansari Surabaya.</p> <p>Mendeskripsikan warga susun Penjaringansari berinteraksi menerima, memaknai, menyampaikan pesan balik kepada tetangga yang berbeda budaya.</p>
	Perbedaan	<p>Penelitian sama meneliti tentang komunikasi antarbudaya tapi hal yang membedakan dengan penelitian adalah subjek yang digunakan dalam meneliti. Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana proses interaksi sehari-hari dalam komunikasi antarbudaya, sedangkan penelitian ini meneliti bagaimana pluralisme diterapkan dalam komunikasi antarbudaya.</p>

F. Definisi Konsep

1. Komunikasi antarbudaya

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communicare* yang artinya memberitahukan. Kata tersebut kemudian berkembang dalam bahasa inggris *communication* yang artinya proses pertukaran komunikasi, konsep, ide, gagasan, perasaan, dan lain-lain antara dua orang atau lebih. Secara sederhana dapat

diungkapkan pengertian komunikasi, ialah proses pengiriman pesan atau simbol-simbol yang mengandung arti dari seorang sumber atau komunikator kepada seorang penerima atau komunikan dengan tujuan tertentu.⁶

Budaya

Kebudayaan merupakan pandangan hidup dari sekelompok orang dalam bentuk perilaku, kepercayaan, nilai, dan simbol-simbol- yang mereka terima tanpa sadar/tanpa dipikirkan-, yang semuanya diwariskan melalui proses komunikasi dan peniruan dari satu generasi kepada generasi berikutnya.⁷

Komunikasi Antarbudaya

Guo-Min Chen dan William J. Starosta mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya adalah proses negosiasi atau pertukaran sistem simbolik yang membimbing perilaku manusia, dan membatasi mereka dalam menjalankan fungsinya sebagai kelompok. Sedangkan Charley H.Dood mengungkapkan komunikasi antarbudaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi, atau kelompok dengan tekanan pada latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi para peserta.⁸

2. Pluralisme

Dalam Kamus *The Contemporary English-Indonesia*, kata “*plural*” diartikan dengan lebih dari satu/jamak dan berkenaan dengan keanekaragaman. Jadi pluralisme, adalah paham tau sikap terhadap keadaan majemuk.

⁶ Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 2.

⁷ Alo Liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*, (Yogyakarta: LKiS, 2002), hlm.8.

⁸ Ibid, hlm. 12

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, pluralisme berarti keadaan masyarakat yang majemuk (bersangkutan dengan sistem sosial dan politiknya).⁹

Dalam buku “*Argumen Islam untuk Pluralisme*”, dikatakan bahwa pluralisme merupakan paham yang didasarkan pada kenyataan tentang pluralitas yang sudah menjadi kenyataan di dunia modern. Pluralisme justru paham yang mengakui adanya perbedaan dan identitas.¹⁰

Sedangkan John Hick mengasumsikan pluralisme sebagai identitas kultural, kepercayaan dan agama harus disesuaikan dengan zaman modern.

3. Wirausaha/pedagang

Wirausahawan adalah orang yang memiliki pandangan yang tidak lazim, yaitu orang yang dapat mengenali potensi atas barang dan jasa. Wirausahawan akan bereaksi terhadap ekonomi dan kemudian menjadi pelaku dalam mengubah permintaan menjadi produksi.¹¹

Menurut pemaparan di atas, maka yang dimaksud dengan komunikasi antar budaya dan pluralisme pada pedagang adalah interaksi yang dilakukan pedagang-pedagang yang berbeda budaya, yaitu individu yang memiliki pandangan hidup yang berbeda dan juga yang berasal dari wilayah asal yang berbeda dalam memahami makna pluralisme (kemajemukan) di wilayahnya.

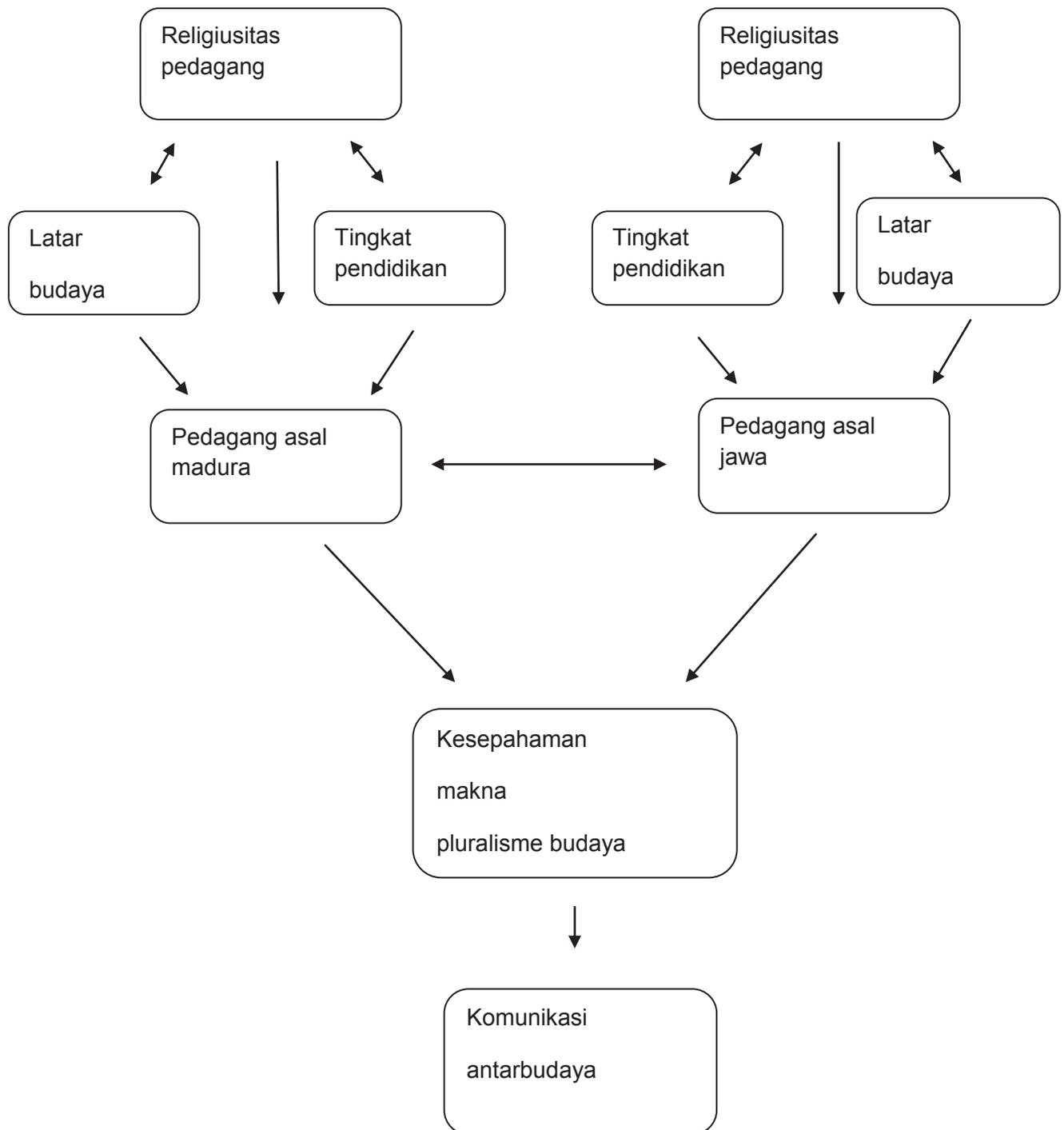
⁹ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi II (Jakarta, Balai Pustaka, 1994), hlm. 884

¹⁰ M. Dawam Rahardjo, “*Hari Depan Kebebasan Beragama di Indonesia*”. Paper PSIK Universitas Paramadina. 2007. Belum diterbitkan.

¹¹ Suharyadi dkk, *Kewirausahaan: Membangun Sukses Sejak Muda*, (Jakarta: Salemba Empat), hlm. 7.

G. Kerangka Pikir Penelitian

Dalam penelitian kali ini, peneliti akan memaparkan secara skematik teoritis yang akan digunakan oleh peneliti di dalam melakukan sebuah penelitian



Dalam penelitian ini yang berjudul Komunikasi Antarbudaya dan Pluralisme, peneliti membuat alur penelitian sebagai berikut :

Latar belakang budaya, religiusitas dan tingkat pendidikan seorang mempengaruhi pola pikir yang digunakan dalam memandang realita disekelilingnya. Hal ini juga ikut mempengaruhi cara pandangnya dalam mengimplementasikan makna, dalam hal ini makna pluralisme budaya.

Teori yang digunakan

Dengan mengetahui teori yang digunakan maka hal itu akan memberi panduan pada peneliti dalam melakukan penelitiannya. Serta memperkuat data-data yang diperoleh nantinya. Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah Interaksi Simbolik.

Teori interaksi simbolik (*Symbolic Interaction Theory*) mencoba untuk mengeksplorasi hubungan antara diri dan masyarakat di mana mereka hidup. Para teoritikus interaksi simbolik menyatakan bahwa orang bertindak terhadap orang lain atau suatu peristiwa berdasarkan makna yang mereka berikan padanya.¹²

Teori Interaksionalisme Simbolik memandang bahwa makna-makna (*meanings*) dicipta dan dilanggengkan melalui interaksi dalam kelompok-kelompok sosial. Interaksi sosial memberikan, melanggengkan, dan mengubah aneka konvensi seperti peran, norma aturan dan makna-makna yang ada dalam suatu kelompok sosial. Konvensi-konvensi yang ada pada gilirannya mendefinisikan realitas

¹² Rivhard West dan Lynn H. Turner penerjemah Maria Natalia Damayanti Maer, *Pengantar teori komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), hlm. 93.

kebudayaan dari masyarakat itu sendiri. Bahasa dalam hubungan ini dipandang sebagai pengangkut realita (informasi) yang karenanya menduduki posisi sangat penting. Interaksionisme simbolik merupakan gerakan cara pandang komunikasi dan masyarakat yang pada intinya berpendirian bahwa struktur sosial dan makna-makna dicipta dan dilanggengkan melalui interaksi sosial.

Barbara Ballis Lal mengidentifikasi cara pandang Interaksionalisme Simbolik sebagai berikut:¹³

- a. Orang mengambil keputusan dan bertindak sesuai dengan pemahaman subjektif tentang situasi yang dihadapi.
- b. Kehidupan sosial lebih merupakan proses-proses interaksi daripada struktur-struktur yang karenanya senantiasa berubah.
- c. Orang memahami pengalamannya melalui makna-makna yang ia ketahui dari kelompok-kelompok primer (*primary groups*), dan bahasa merupakan suatu hal yang esensial dalam kehidupan sosial.
- d. Dunia ini terbangun atas objek-objek sosial yang disebut dengan sebutan tertentu dan menentukan makna-makna sosial.
- e. Tindakan manusia didasarkan pada penafsiran-penafsiran di mana objek-objek yang relevan serta tindakan tertentu diperhitungkan dan didefinisikan.
- f. Kesadaran tentang diri sendiri seorang (*one's self*) merupakan suatu objek yang signifikan, dan seperti objek sosial lainnya, ia didefinisikan melalui interaksi sosial dengan orang lain.

¹³ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: LKIS, 2007), hlm. 67

Interaksionalisme simbolik, dengan memperhatikan kecenderungan-kecenderungan di atas, dapat dikatakan berupaya membahas totalitas perilaku manusia dari sudut sosio-psikologis. Artinya, perilaku manusia dipahami melalui proses interaksi yang terjadi. Struktur sosial dan makna-makna disipta dan dipelihara melalui interaksi sosial. Dari perspektif ini, komunikasi didefinisikan sebagai *symbolic behavior which result n various degree of shared meanings and values between participant* (perilaku simbolik yang menghasilkan saling berbagi makna dan nilai-nilai di antara partisipan dalam tingkat yang beragam).

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang bersifat deskriptif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Sebagaimana dikatakan oleh Suharsini Arikunto,¹⁴ dalam penelitian yang bersifat deskriptif, yakni penelitian untuk mengumpulkan informasi mengenai status gejala yang ada, yakni gejala keadaan yang memuat apa adanya pada saat penelitian dilakukan.

Penelitian deskriptif tidak memerlukan administarsi dan pengontrolan terhadap suatu perlakuan, disamping tidak untuk menguji hipotesis tertentu. Metode deskriptif mencari teori bukan menguji teori.¹⁵

Sedangkan pendekatan fomenologi berusaha memahami sesuatu lewat pandangan seseorang atau pelakunya. Menurut Natanton dalam buku "*Metodologi Penelitian Kualitatif*" dikatakan bahwa fenomenologi merupakan

¹⁴ Suharsini Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 1997), hlm. 234.

¹⁵ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1995), hlm. 25.

istilah generik yang merujuk kepada semua pandangan ilmu sosial yang menganggap bahwa kesadaran manusia dan makna subjektif sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial.

Menurut Phillipson istilah fenomena berkaitan dengan suatu persepsi yaitu kesadaran. Fenomenologi akan berupaya menggambarkan bagaimana fenomena kesadaran dan bagaimana fenomena itu tersusun.¹⁶

Stanley Deetz, pendukung fenomenologi lainnya, seperti dikutip oleh Littlejohn (2002), mengidentifikasi tiga prinsip dasar yang menjadi pilar dari gerakan fenomenologi.¹⁷

1. Bahwa pengetahuan (*knowledge*) diperoleh secara langsung melalui pengalaman yang sadar atau disengaja. Hal ini memiliki arti bahwa pengetahuan tidak diperoleh dari (*is not inferred from*) pengalaman (*experience*), tetapi ditemukan (*is found*) secara langsung dari pengalaman sadar (*conscious experience*)
2. Bahwa makna tentang sesuatu bagi seseorang sebenarnya terdiri dari atau terbangun oleh potensi pengalaman seseorang berkenaan dengan objek bersangkutan. Artinya, bagaimana seseorang memiliki hubungan dengan objek akan menentukan makna objek bersangkutan bagi seseorang.
3. Bahwa bahasa merupakan kendaraan yang mengangkut makna-makna. Orang memperoleh pengalaman-pengalaman melalui bahasa yang kita gunakan untuk mendefinisikan dan mengekspresikan pengalaman.

¹⁶ Endraswara, Suwardi, *Metodologi Penelitian Kebudayaan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2003), hlm. 45

¹⁷ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif....*, hlm. 56

Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Penelitian ini mencoba untuk mendeskripsikan pola hubungan komunikasi antarbudaya diantara individu-individu dengan budaya berbeda.

2. Subjek, Objek dan Lokasi Penelitian

a. Subjek

Dalam penelitian kualitatif ini, jumlah subjek penelitian sangat ditentukan oleh kekayaan pengetahuan, kedalaman dan kompleksitas data, bukan ditentukan oleh besarnya jumlah yang diteliti.

Subjek penelitian ini adalah para wirausaha di Pasar Wonokromo Surabaya. Dengan varian yang didasarkan pada latar belakang budaya.

b. Objek

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah bidang yang terkait dengan keilmuan peneliti yaitu ilmu komunikasi dengan fokus komunikasi antarbudaya dalam memahami pluralisme.

Pengertian komunikasi antarbudaya/lintasbudaya menurut Jalaluddin Rakhmat adalah komunikasi yang terjadi bila produsen pesan adalah anggota suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota suatu budaya lainnya.

Sedangkan pluralisme (*pluralism*) adalah sistem nilai, sikap, institusi, dan proses yang bisa menerjemahkan realitas keberagaman itu menjadi kohesi sosial yang berkelanjutan.¹⁸

c. Lokasi penelitian

¹⁸ Abdullah Ahmed AN-Na'im, *Islam dan Negara Sekuler* (Mizan), hlm. 389.

Lokasi penelitian yang menjadi pilihan penulis adalah Pasar Wonokromo Surabaya. Penulis memilih area tersebut karena tempat tersebut cocok untuk diteliti dengan didukung oleh banyaknya subjek yang berbeda daerah asalnya. Terakhir yang menjadi alasan penulis memilih lokasi tersebut karena mengingat lokasi penelitian memang sederhana dengan tempat tinggal menulis, sehingga sedikit banyaknya penulis sudah pernah terlibat dalam lokasi penelitian.

3. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Menurut jenis data dalam penelitian ini, data dibedakan menjadi dua, yakni :

a. Data Primer

Yaitu data yang berisi penjelasan tentang teknis atau cara dalam pencarian data. Langsung didapatkan dari informan atau subjek penelitian dan memberikan datanya kepada penulis,¹⁹ yang akan menjadi pertimbangan penulis dalam menentukan hasil. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari wawancara dengan kriteria informan sebagai berikut :

1. Pedagang laki-laki maupun perempuan
2. Pedagang dengan latar belakang budaya Madura dan Jawa
3. Pedagang dengan jenis usaha yang berbeda

b. Data Sekunder

Yaitu jenis data yang merupakan hasil dari referensi atau literatur yang digunakan oleh penulis sebagai pedoman maupun informasi yang mendukung setiap penelitian di lapangan.

¹⁹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial*, (Surabaya, Airlangga university pers,2001)

Data sekunder ini dapat diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi atau tersedia melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai tempat atau perusahaan. Yaitu sejarah atau profil perusahaan tempat penelitian.

2. Sumber data

a. Data Primer

Beberapa sumber data yang akan dijadikan penulis untuk mendapatkan sebuah jawaban yang dibutuhkan oleh peneliti untuk menganalisa komunikasi antarbudaya yang terjadi diantara wirausaha yang diperoleh melalui observasi, interview dan dokumentasi.

b. Data sekunder

Yaitu sumber data yang tidak langsung didapatkan penulis dari informan kepada penulis, seperti data mengenai identitas subjek.

4. Tahap-Tahap Penelitian

Adapun 3 tahapan yang dilakukan dalam penelitian, yakni :

a. Pra-Penelitian

Dalam tahapan pra penelitian ini merupakan tahapan penjajakan penelitian di lapangan, adapun langkah-langkah yang dilakukan antara lain:

1. Menyusun rencana penelitian

Pada tahapan ini peneliti membuat rancangan penelitian dengan membuat proposal penelitian. Tahapan ini dilakukan setelah pengajuan tema dengan menyerahkan matriks pengajuan judul skripsi.

2. Memilih lapangan penelitian

Dalam hal ini peneliti memilih judul “KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DAN PLURALISME (Studi Pada Pedagang Entis Madura dan Etnis Jawa di Pasar Wonokromo Surabaya)” bertempat di Jl. Wonokromo

3. Mengurus Perizinan

Dalam tahapan ini peneliti mengurus permohonan izin penelitian dari pihak prodi Ilmu Komunikasi dan diberikan pada staf tempat yang akan diteliti.

Perizinan penelitian ditujukan kepada :

- Badan Kesatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Surabaya yang berda di bawah naungan Pemerintah kota Surabaya
- Direktur utama Pusat Perusahaan Daerah (PD) Pasar Surya yang akan diproses di bagian TU (tata usaha) dan bagian LITBANG (penelitian dan pengembangan)
- Kepala Pasar Wonokromo Surabaya

4. Menentukan informan

Disini peneliti harus memilih siapa saja yang akan dijadikan informan penelitian.

5. Menyiapkan perlengkapan

Peneliti menyiapkan surat ijin, jadwal kegiatan, anggaran biaya, *tape recorder*, pulpen, *block note* dan kamera.

b. Penelitian/Pelaksanaan lapangan

Adalah tahapan dimana peneliti melakukan penelitian pada para wirausaha di Pasar Wonokromo sesuai jadwal yang ditentukan.

c. Penulisan Laporan

Yakni penyusunan laporan hasil penelitian berdasarkan data-data yang diperoleh.

5. Teknik dan Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in depth interview*) pada setiap subjek penelitian. Metode wawancara mendalam adalah metode riset dimana periset melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari responden.²⁰ Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Selanjutnya dibedakan antara informan yang hanya diwawancarai sekali dengan informan yang diwawancarai beberapa kali. Disini peneliti adalah instrument penelitian.

Selain wawancara mendalam, teknik pengumpulan data pada penelitian ini juga dilakukan melalui observasi terlibat (*participatory observation*) dan dokumentasi. Seperti namanya, metode ini memungkinkan peneliti untuk terjun langsung dan menjadi bagian dari yang diteliti bahkan hidup bersama-sama di tengah individu atau kelompok yang diobservasi dalam jangka waktu yang cukup lama. Peneliti memungkinkan untuk memahami apa yang terjadi dalam pola-pola dan interaksi. Disini pada dasarnya mempunyai dua peran, yaitu sebagai partisipan dan sebagai peneliti (*observer*). Selain itu peneliti dituntut untuk tidak teridentifikasi oleh orang lain. Jika tidak, maka data yang diperoleh bisa tidak valid atau kehilangan objektivitasnya.

6. Teknik Analisis Data

a. Reduksi Data

²⁰ Rakhmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 65

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.²¹

Dari lokasi penelitian, data lapangan dituangkan dalam uraian laporan yang lengkap dan terinci. Data dan laporan lapangan kemudian direduksi dan dirangkum, dan kemudian dipilah-pilah hal yang pokok, difokuskan untuk dipilih yang terpenting dicari tema atau polanya (melalui proses penyuntingan, pemberian kode dan pembatelan). Reduksi data dilakukan terus menerus selama proses penelitian berlangsung. Pada tahapan ini setelah data dipilah kemudian disederhanakan, data yang tidak diperlukan disortir agar memberi kemudahan dalam penyampaian, penyajian, serta untuk menarik kesimpulan sementara.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.²²

Penyajian data (*display data*) dimaksudkan agar lebih mempermudah bagi peneliti untuk melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari data penelitian. Hal ini merupakan pengorganisasian data kedalam suatu bentuk tertentu sehingga kelihatan jelas sosoknya lebih utuh. Data-dat tersebut kemudian dipilah-pilah dan disiskan untuk disortir menurut kelompoknya dan disusun sesuai dengan kategori yang sejenis untuk ditampilkan agar selaras dengan permasalahan yang terjadi, termasuk kesimpulan-kesimpulan sementara diperoleh pada waktu data direduksi.

²¹ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta: Ar-Ruz Media, 2012), hlm. 242.

²² *Ibid.* hlm. 244

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Pada penelitian kualitatif, verifikasi data dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian dilakukan. Sejak pertama memasuki lapangan dan selama proses pengumpulan data, peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari makna dari data yang dikumpulkan, yaitu mencari pola tema, hubungan persamaan, hipotesis dan selanjutnya digunakan dalam bentuk kesimpulan yang masih bersifat tentatif.

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data sangat penting dilakukan agar data yang diperoleh memiliki nilai kevalidan dan kesahihan data. Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) menurut versi 'positivisme' dan disesuaikan dengan tuntunan pengetahuan, criteria dan paradigmanya sendiri.

a. Perpanjangan keikutsertaan

Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat tapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan pada latar penelitian.

b. Triangulasi

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain triangulasi diperlukan sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Triangulasi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- 1) Dengan sumber (informan): melakukan pengecekan dan membandingkan balik derajat kepercayaan suatu informasi yang didapat benar-benar valid.
- 2) Dengan teori: sebagai penjelasan banding (*rival explanation*). Apakah teori yang digunakan sudah cocok atau belum. Lakukan konfirmasi dengan teori yang digunakan baik yang mendukung atau yang bertentangan.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab yang terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang gambaran umum yang meliputi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian hasil peneloitian terdahulu, metode penelitian dan definisi konsep.

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini dibahas mengenai kajian pustaka dan perspektif teroritis.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Berisi tentang deskripsi subjek, onjek, dan lokasi penelitian serta deskriptif data penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA

Pada bab ini akan dibahas mengenai temuan peneliti dan konfirmasi temuan dengan teori.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab akhir yang berisi tentang penutup yang meliputi kesimpulan dan saran.