

# PARADIGMA PENELITIAN KOMUNIKASI

*Muchtar Effendi\**

## **Abstract:**

Current researches tend to accommodate environment factors and are often dominantly influenced by them. This is a reasonable condition since the nature of communication science is a contextual one so that it cannot be separated from the facts in its surroundings. The discussion on the development and trends in communication science will be more interesting to study because in the present time there are many methods and analysis which are applied to understand the elements of communication science. In accordance to this fact, it is expected that in the near future, communication science will be more developed and has more complete fields of study in order to give more benefits to society.

## **Keywords:**

communication research, communication science,

## **Pendahuluan**

Perkembangan penelitian di bidang ilmu komunikasi merupakan hal yang menarik untuk dikaji, terlebih sekarang ini banyak muncul pendekatan baru yang ikut mempengaruhi bidang tersebut. Meskipun harus diakui pengaruh negara-negara Barat terutama Amerika sampai sekarang masih cukup kuat, hal ini bisa dipahami jika menengok kembali

---

\* Penulis adalah Dosen Tetap Jurusan Dakwah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto, sedang menyelesaikan program S2 Ilmu Komunikasi UNS, Surakarta

perjalanan dari ilmu persuratkabaran (*Zeitungswissenschaft*) menuju jurnalistik sampai komunikasi. Belum lagi perkembangan teknologi di bidang telekomunikasi dan komunikasi ikut mempengaruhi kecenderungan penelitian-penelitian ilmu komunikasi seperti yang akan dibahas di bawah ini.

Jika kita memperhatikan buku-buku teori komunikasi massa, isinya kebanyakan memusatkan perhatian pada proses bagaimana suatu pesan diterima dan dipahami oleh *audience* dan pada efek yang dihasilkan oleh pesan tersebut. Pesan itu sendiri dalam ilmu sosial sering dipahami sebagai *independent variable* (variabel bebas), sedangkan efeknya dipahami sebagai *dependent variable* (variabel terikat), atau dengan kata lain sering dipergunakan istilah “Bila X, maka Y”, X adalah variabel bebas dan Y variabel tak bebas<sup>1</sup>.

Banyak faktor yang ikut mempengaruhi isi atau pesan media massa, baik dari dalam maupun dari luar organisasi media. Pengaruh-pengaruh ini pada masa lalu belum mendapat perhatian dan menjadi kajian penelitian. Pada masa sekarang, arah penelitian ilmu komunikasi sudah memperhitungkan berbagai faktor yang mempengaruhi isi media massa. Jika pada masa lalu fokus penelitian lebih banyak pada proses dan efek, sekarang faktor-faktor lain seperti sumber, (*who*), apa yang disampaikan (*says what*), dengan media apa (*through which channel*) juga sudah mulai diteliti. Hal ini bisa dipahami jika selama ini penelitian tentang komunikasi massa didasarkan pada premis bahwa media mempunyai efek, meskipun masalah efek merupakan persoalan yang paling tidak pasti dan banyak menimbulkan ketidaksepakatan. Meskipun tidak diragukan juga kita sering terpengaruh iklan dalam kehidupan sehari-hari, masih banyak keraguan tentang kadar, timbulnya, dan jenis efek. Lagipula pengetahuan kita tidak memadai untuk membuat perkiraan, kecuali perkiraan yang paling sederhana tentang timbulnya efek dalam kasus tertentu. Meskipun kita dapat memperkirakannya, hal itu biasanya didasarkan atas pengalaman dan aturan praktis dan tidak didasarkan pengetahuan yang tepat tentang bagaimana efek tertentu telah atau mungkin terjadi

---

<sup>1</sup> Jalaluddin Rakhmat *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung : Remadja Karya CV), 1989, hal.17.

Tulisan ini akan lebih banyak membahas perkembangan dan kecenderungan penelitian dalam ilmu komunikasi yang banyak mempengaruhi perkembangan ilmu komunikasi dan memberi sumbangan pada peningkatan pemahaman terhadap ilmu komunikasi. Meskipun yang banyak berperan adalah ilmuwan luar negeri, hal ini bisa dipahami karena ilmu komunikasi memang lebih dulu lahir dan berkembang di luar negeri terutama di Jerman dan Amerika Serikat. Di Jerman ilmu komunikasi lebih banyak dipelopori oleh para akademisi, sementara di Amerika Serikat para praktisi menjadi pelopornya. Istilah komunikasi itu sendiri sebenarnya lahir di Amerika sebagai penyesuaian terhadap perkembangan teknologi komunikasi seperti radio dan televisi serta perluasan dari ilmu persuratkabaran atau *Zeitungswissenschaft* yang telah diajarkan di Perguruan Tinggi yaitu di Universitas Bazel pada tahun 1884<sup>2</sup> Kedua negara tersebut sampai sekarang masih menjadi sumber rujukan dalam mempelajari ilmu komunikasi.

### **Penelitian Komunikasi**

Penelitian-penelitian tentang efek media bisa kita telusuri sejak masa Perang Dunia I di mana propaganda merupakan kegiatan yang banyak dilakukan oleh negara yang sedang berperang. Pada masa ini berkembang pandangan secara aktif dan media massa juga membentuk perilaku yang kurang lebih sesuai dengan keinginan orang-orang yang dapat mengendalikan media dan isinya.<sup>3</sup> Pandangan seperti ini sebenarnya tidak didasarkan atas kajian ilmiah, tetapi atas dasar pengamatan kepopuleran pers dan media film serta radio beserta pengaruhnya pada waktu itu. Keyakinan itu dianut bersama dan diperkuat oleh para pengiklan dan petugas propaganda pemerintah selama perang dunia pertama.. Di Eropa penggunaan media oleh negara-negara yang berperang selama perang menegaskan hal-hal yang cenderung telah diyakini banyak orang bahwa media sangat berpengaruh. Dari keyakinan ini kemudian dimulai penelitian keilmuan dengan metode survey dan percobaan yang sebagian besar memakai pendekatan psikologi sosial.

---

<sup>2</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung, Remadja Karya CV, 1986), hal 67.

<sup>3</sup> McQuail, Denis, *Teori-Teori Kom Massa, Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1987), hal. 228.

Tahap kedua yang dimulai dengan penelitian oleh *Payne Fund* di Amerika Serikat sejak tahun 1930-an berlanjut hingga awal tahun 1960-an<sup>4</sup>. Jenis penelitian pada masa ini sangat beragam, tetapi perhatian dipusatkan pada kemungkinan penggunaan media dan film untuk keperluan persuasi aktif atau penyebaran informasi atau untuk menilai, dengan tujuan pencegahan, dampak yang merusak kaitannya dengan pelanggaran hukum, prasangka, agresi, dan rangsangan seksual. Kecenderungan ini sulit diterima oleh para pengiklan dan mereka yang bergelut di bidang propaganda.

Tahap yang ketiga merupakan tahap di mana efek dan kemungkinan efek masih diteliti, tanpa menolak kesimpulan penelitian sebelumnya, tetapi didasarkan atas perbaikan konsepsi tentang proses sosial dan media yang mungkin terlibat. Bila pada masa lalu lebih banyak meneliti korelasi antara terpapar (*exposure*) isi tertentu dan perubahan sikap, opini atau informasi yang diukur, pembaharuan penelitian efek pada masa ini ditandai dengan adanya pergeseran perhatian ke arah perubahan jangka panjang; kognisi, peran isi media, disposisi dan motivasi, gejala kolektif seperti opini publik, struktur keyakinan, ideologi, serta pola budaya. Berkaitan dengan efek ada perbedaan mendasar antara model penelitian pada tahap pertama dan kedua dengan tahap ketiga. Pada tahap pertama dan kedua biasanya diadakan pembedaan antara efek bersifat kognitif, efek yang bersifat afektif, dan efek atas perilaku. Penelitian terdahulu memandang pembedaan seperti itu sebagai hal nyata dan tersusun dalam urutan logis, dari pertama hingga terakhir. Sementara itu, penelitian pada tahap berikutnya cenderung menggunakan pendekatan berbeda yaitu penggunaan istilah “konversi”, “perubahan kecil”, dan “penguatan”- yaitu perubahan yang sesuai dengan maksud komunikator, perubahan bentuk atau intensitas penegasan oleh penerima tentang keyakinan dan opininya sendiri. Perbedaan bersisi tiga ini perlu diperluas untuk mencakup kemungkinan lain, terutama pada tingkat supra-individu yang mengarah pada hal-hal berikut media dapat:

Cause Intended Change.

Cause Unintended Change.

---

<sup>4</sup> Blumer, H., dan Hauser, P.M., *Movies, Delinquency and Crime*, (New York: MacMillan, 1933), hal.289.

Cause Minor Change (Form or Intensity).  
Facilitate Change (Intended or Not).  
Reinforce What Exist.  
Prevent Change.<sup>5</sup>

Demikian luas pengaruh media massa dalam kehidupan sehari-hari, terkadang sulit bagi kita untuk bisa menerima pemahaman yang seperti itu. Akan tetapi untuk memudahkan memahami kecenderungan yang ada dalam penelitian komunikasi, di sini dipergunakan pengertian ilmu komunikasi yang sudah begitu dikenal. Jika kita berpatokan pada pengertian ilmu komunikasi sebagaimana yang pernah dikemukakan oleh Harold Lasswell bahwa ilmu komunikasi adalah gabungan beberapa unsur yang meliputi: *Who, Says What, Through Which Channel, To Whom, With What Effect*<sup>6</sup>, maka beberapa kecenderungan penelitian yang ada akan dibahas mengikuti pola di atas, walaupun penelitian-penelitian yang ada lebih banyak memusatkan perhatian pada *audience* dan efek.

Sejumlah penelitian yang telah dilakukan dapat dikelompokkan menurut isi penelitiannya seperti di bawah ini :

#### Isi Media

1. Frederick Wertham dalam laporannya yang berjudul *The Seduction of The Innocent* menyebutkan isi novel yang berisi kekerasan dan seks akan berpengaruh terhadap pembaca dan lebih luas dapat meningkatkan kenakalan remaja.<sup>7</sup>
2. Hasil penelitian George Gerbner tentang kekerasan di media massa yang berjudul *The Violence and the Media*.<sup>8</sup>
3. Hasil penelitian George Gerbner *Television and Social Behavior* berisi konsep kekerasan dan seberapa banyak kekerasan ditampilkan televisi

#### Khalayak

---

<sup>5</sup> Mc Quail, Denis, *McQuail's Mass Communication Theory, 4th edition*, (London: Sage Publications Ltd,) 2002, hal.424

<sup>6</sup> Lasswell, Harold, D. *The Structure and Function of Communication in Society*, (Urbana : University of Illinois Press), 1948, hal.84

<sup>7</sup> Wertham, E. *Seduction of The Innocent*, (New York : Rinehart), 1954, hal.35.

<sup>8</sup> Gerbner, G. *Violence in Television Drama: Trends and Symbolic Functions*, (Washington: U.S. Government Printing Office), 1971, hal. 175.

1. Penelitian Cantril terhadap sandiwara radio berjudul *Orson Welles* berisi hasil wawancara terhadap khalayak yang panik setelah mendengarkan sandiwara radio tersebut.<sup>9</sup>
2. Penelitian Lazarsfeld terhadap pemilih di Erie County dengan judul *People's Choice* berisi kampanye melalui media massa berpengaruh kecil terhadap kecenderungan mengubah pilihan politik yang sudah ada sebelumnya.<sup>10</sup>
3. Penelitian yang dilakukan Lazarfeld dan Elihu Katz terhadap ketergantungan wanita dalam memperoleh informasi dari orang lain.
4. Hasil Penelitian Herta Herzog tentang bagaimana cara khalayak menggunakan media massa, ini merupakan awal lahirnya teori *uses and gratifications* yang tetap populer sampai sekarang.

#### Efek

Beberapa hasil penelitian tentang efek yang cukup terkenal sampai sekarang misalnya:

1. Hasil penelitian Carl Hovland terhadap tentara Amerika selama perang dunia II yang secara sistematis meneliti pesan persuasif. Hasilnya pesan-pesan persuasif lebih mudah diterima.
2. Penelitian Comstock dan Rubinstein dalam *Television and Social Learning* menunjukkan hubungan antara lamanya menonton televisi dan agresivitas.
3. Hasil penelitian Daniel Shaw dan Mc Combs menunjukkan media massa memiliki dampak kognitif persuasif yang potensial terhadap apa yang dipikirkan khalayak, karena jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting.<sup>11</sup>

Dari beberapa hasil penelitian di atas tampak kecenderungan penelitian yang ada mengarah pada beberapa kecenderungan sebagai berikut :

---

<sup>9</sup> Cantril, H. *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic*, (New York : Princeton University Press), 1940, hal. 91

<sup>10</sup> Lazarsfeld, P.F., Berelson, B., dan Gaudet H, *The People's Choice*, (New York: Columbia University Press), 1948, hal.126.

<sup>11</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti), 2000, hal.287.

1. Fokus pada Khalayak dan Efek  
Kecenderungan penelitian komunikasi yang berfokus pada khalayak dan efek sedikit banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya di Barat. Salah satu budaya di Barat adalah lebih menghargai individu daripada kelompok, dan ilmuwan sosial Amerika sangat terpengaruh oleh prioritas budaya ini. Nilai-nilai pokok bagi budaya ini adalah kepuasan diri, aktualisasi diri, dan otonomi. Orang yang bergantung pada orang lain dianggap lemah dan secara psikologis dianggap kurang berkembang. Individualisme juga ada dalam kehidupan religius dan norma sosial di Amerika Serikat. Hal tersebut tampak pada ajaran dominan kaum protestan yang lebih mengutamakan hubungan pribadi dengan Tuhan dan keselamatan individual. Di bidang politik pun paham seperti komunis dianggap sangat tidak Amerika, demikian pula pada bidang-bidang lain. Hal inilah yang tampaknya mempengaruhi kecenderungan penelitian dalam ilmu komunikasi sehingga banyak yang berfokus pada efek.
2. Kecenderungan *Uncritical Social-Science*  
Selama ini ada kecenderungan penelitian-penelitian dalam ilmu komunikasi lebih banyak memfokuskan pada operasional media massa sehari-hari dan jarang meneliti institusi media massa itu sendiri. Kecenderungan yang sama juga terjadi pada ilmu ekonomi yang lebih memfokuskan penelitian pada pengukuran operasional sistem ekonomi yang ada, demikian juga pada ilmu politik yang lebih banyak membuat penyesuaian kecil bagi sistem politik dan tidak memikirkan akibat yang lebih besar dari sistem atau memikirkan alternatif sistem yang lebih besar.
3. Pengaruh *Institutional Patronage*  
Dibanding ilmuwan sosial lainnya, ilmuwan komunikasi mempunyai kecenderungan memiliki hubungan yang kuat dengan lembaga yang membantu mereka. Salah satu contoh nyata adalah Paul Lazarsfeld, seorang pelopor Biro Penelitian Sosial terapan di Universitas Columbia. Biro ini secara aktif mencari perusahaan donatur untuk mendanai studi tentang konsumen dan pemilih media, sebagai timbal baliknya mereka memberi pengetahuan praktis untuk diterapkan pada sponsor mereka. Contoh lain adalah penelitian yang dilakukan Carl Hovland tentang persuasi lewat media massa dengan dana dari pemerintah

Amerika Serikat yang berkepentingan untuk meyakinkan tentara mereka akan pentingnya nilai berperang melawan Jerman dan Jepang pada Perang Dunia II. Demikian juga penelitian DeFleur dan Larsen *Flow of Information*, juga didanai oleh pemerintah dalam hal ini Angkatan Udara untuk meneliti teknik propaganda dengan menjatuhkan leaflet dari udara. Oleh karena itu pengaruh dan kepentingan lembaga-lembaga penyandang dana penelitian sedikit banyak akan berpengaruh terhadap kesimpulan dari penelitian tersebut.

### **Kritik – Kritik pada Kecenderungan Penelitian Ilmu Komunikasi**

Dari berbagai contoh penelitian di atas sebagai bentuk kecenderungan penelitian yang mewarnai perkembangan ilmu komunikasi ternyata mendapat tentangan dari beberapa ilmuwan komunikasi sendiri yang tidak sependapat dengan model dan arah penelitian yang telah dilakukan selama ini. Beberapa kritik yang dimunculkan pada dasarnya menggugat hasil-hasil penelitian yang belum memunculkan persoalan utama dalam ilmu komunikasi dan lebih banyak memenuhi keinginan sponsor yang membiayai proyek penelitian tersebut.

Beberapa nama yang tercatat memberikan kritik diantaranya adalah : *Robert Lynd* dan *Charles Wright Mills*, mereka mengkritik model penelitian yang menggunakan dana sponsor telah memunculkan gaya penelitian baru yang disebut *administrative*, yang mempunyai ciri: birokrasi pencarian data, pendanaan oleh sponsor yang berorientasi bisnis dan proyek. Akibat selanjutnya tidak ada pertanyaan kritis yang diajukan, studi yang tidak sejalan dengan kepentingan pemberi dana tidak dimunculkan dan akan dibiarkan untuk dibiayai sendiri.

Sementara Delian mempermasalahkan motif-motif pribadi untuk menjelaskan sejumlah penelitian psikologi komunikasi setelah Perang Dunia II seperti hubungan interpersonal, norma, dan dinamika kelompok yang menghasilkan tiga penelitian utama yaitu *Androgyny*, *Cognitive Consistency*, dan *Aggresion*. *Androgyny* adalah keberadaan watak laki-laki dan perempuan dalam kepribadian seorang individu dan digunakan untuk mendefinisikan sebuah standar kesehatan psikologis. *Cognitive Consistency* menyatakan individu berusaha keras menjaga pikiran dan perilakunya tetap konsisten, dan ketidakmampuan mereka untuk

melakukan hal itu akan mengakibatkan ketegangan yang tidak nyaman. *Aggression* menyatakan bahwa seseorang akan memberi respon secara agresif jika mereka frustrasi. Bahkan Pepitone berpendapat teori disonansi dan teori agresi telah mengabaikan faktor budaya dan hanya mementingkan faktor pribadi.

## **Penutup**

Perkembangan dan kecenderungan penelitian dalam ilmu komunikasi merupakan jalan untuk melihat ilmu komunikasi sejak masa awal-awal perkembangannya sampai sekarang dan kemungkinan – kemungkinan di masa yang akan datang. Sampai sekarang kita harus mengakui yang banyak berperan adalah ilmuwan dari negara-negara Barat terutama Amerika Serikat dan Jerman yang telah lebih dulu menggeluti ilmu komunikasi baik secara ilmiah maupun secara praktis.

Kecenderungan penelitian yang ada ternyata tidak lepas dari faktor lingkungan, bahkan faktor lingkungan menjadi dominan mempengaruhi isi penelitian yang ada. Hal ini merupakan suatu kewajaran mengingat ilmu komunikasi pada dasarnya bersifat konstektual sehingga tidak mungkin lepas dari kenyataan-kenyataan yang terjadi di sekelilingnya. Bahkan pada masa Perang Dunia I Ilmu Komunikasi banyak digunakan sebagai pendukung peperangan melalui penggunaan propaganda yang dilakukan secara sistematis .

Dari Perang Dunia I kemudian muncul kecenderungan penelitian yang mengarah ke efek, baru pada tahun 1970-an penelitian efek mulai ditinggalkan dan mulailah kecenderungan penelitian yang mengarah pada keterbatasan media massa dalam mempengaruhi khalayak. Setelah itu muncul pandangan tentang keaktifan khalayak dalam menggunakan media massa demikian juga isi penelitian kemudian mengarah pada keaktifan khalayak menggunakan media massa.

Pembahasan tentang perkembangan dan arah kecenderungan ilmu komunikasi akan semakin menarik dikaji mengingat sekarang banyak metode dan analisis yang digunakan dalam memahami unsur-unsur dalam ilmu komunikasi, sehingga diharapkan ilmu komunikasi semakin berkembang lagi di masa mendatang dan semakin lengkap bidang kajiannya untuk memberi kemanfaatan kepada masyarakat luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Blumer, H dan Hauser, P.M, *Delinquency and Crime*, New York : MacMillan, 1933.
- Cantril, H. *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic*, New York: Princeton University Press, 1940.
- Gerbner, G. *Violence in Television Drama: Trend and Symbolic Functions*, Washington : U.S. Government Printing Office, 1971.
- Lasswell, Harold, D., *The Structure and Function of Communication in Society*, Urbana : University of Illinois Press, 1948.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B., dan Gaudet, H., *The People's Choice*, New York : Columbia University Press, 1948.
- Mc Quail, Denis, *Teori-teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Jakarta : Erlangga, 1987.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remadja Karya CV, 1989.
- Mc Quail, Denis, *Mc Quails's Mass Communication Theory, 4<sup>th</sup> edition*, London : Sage Publications Ltd., 2002
- Uchjana Effendy, Onong, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : Remadja Karya CV, 1986.
- , *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung; Citra Aditya Bakti, (2000).
- Wertham, E. *Seduction of the Innocent*, New York : Rinehart, . (1954),