



## **MEMPERKENALKAN METODE PENELITIAN NETNOGRAFI UNTUK DOSEN DAN MAHASISWA KOMUNIKASI**

### **INTRODUCING NETNOGRAPHIC RESEARCH METHODS FOR COMMUNICATION LECTURERS AND STUDENTS**

**<sup>1)</sup>Stepanus Bo'do**

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Tadulako  
Jalan Soekarno Hatta Km. 9 Palu-Sulteng  
\*Email: stepanusbodo@gmail.com

#### **ABSTRAK**

*Program ini berusaha memperkenalkan netnografi sebagai sebuah metodologi baru dalam lingkup studi media dan budaya komunikasi untuk para peserta, yang terdiri dari mahasiswa dan dosen. Program ini dilakukan menggunakan metode workshop dengan pendekatan sosialisasi dan presentasi mengenai konteks dan kegunaan metode netnografi. Penelitian netnografi dipandang sebagai suatu inovasi dalam kajian budaya khususnya komunikasi yang dimediasi komputer. Peserta mengakui ada kebutuhan metodologi yang lebih untuk memahami budaya komunikasi dan komunitas yang muncul seiring peningkatan penggunaan media sosial. Netnografi membutuhkan keterlibatan peneliti dalam interaksi langsung dan aktif dalam komunitas online. Kode budaya dapat dipahami jika peneliti terlibat secara langsung dan mampu mengalami interaksi secara natural. Meskipun penelitian netnografi dipandang sebagai suatu inovasi dalam kajian budaya, terdapat banyak kesalahpahaman di kalangan peserta mengenai metode ini. Program workshop ini menunjukkan adanya ketertarikan tetapi membutuhkan waktu lebih lama untuk mendalami tujuh tahapan penelitian.*

**Kata Kunci :** *sosialisasi, metodologi, netnografi, studi budaya, komunikasi*

#### **ABSTRACT**

*This program seeks to introduce netnography as a new methodology within the scope of media studies and communication culture to the participants, consisting of students and lecturers. The program is conducted using a workshop method with a socialization approach and presentation on the context and use of the netnographic method. Netnographic research is seen as an innovation in cultural studies, especially computer mediated communication. Participants recognize that there is a need for newer methodology to understand the culture of communication and community that arises with increasing use of social media. Netnography requires the involvement of researchers in direct and active interaction in the online communities. The specific cultural code can also be understood by researchers that are immersive and able to experience interactions naturally. Although netnographic research is seen as an innovation in cultural studies, there were many misconceptions among participants regarding this method. The workshop program shows interest but requires more time to explore the seven stages of research.*

## PENDAHULUAN

Internet menciptakan perubahan besar secara teoritis maupun praktis dalam bidang komunikasi. Secara akademis Internet mengubah pemahaman kita mengenai media massa dan budaya komunikasi. Dari sisi praktis, Internet menciptakan media baru dan memfasilitasi terbentuknya komunitas virtual. Perkembangan teknologi Internet tidak hanya memaksa para akademisi memahami kehidupan di ruang maya Internet (cyberspace) tetapi juga membutuhkan cara dan metode baru untuk memahami wilayah sosialitas baru (networked sociality) tersebut (Andreas Wittel, 2001)

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII), saat ini sudah 3,8 miliar penduduk dunia telah menggunakan media sosial. Jumlah ini lebih banyak orang daripada jumlah manusia di seluruh planet bumi pada tahun 1971. Pada tahun 2020, 3,8 miliar hampir setengah dari populasi dunia. Angka ini berasal dari laporan Digital 2020 dari We Are Social, yang melacak tren digital dan media sosial di seluruh dunia. Ada 321 juta orang baru bergabung dengan media sosial pada tahun 2019, yang menjadikan totalnya dari 3,48 miliar menjadi 3,8 miliar pengguna media sosial (meningkat 9%) pada tahun 2020.

Sejalan dengan peningkatan penggunaan Internet, jumlah populasi yang menggunakan berbagai perangkat teknologi komunikasi yang semakin canggih, jumlah komunitas online yang terbentuk terus meningkat dan menjadi semakin kuat. Dengan peningkatan eksponensial dalam kehadiran komunitas online dalam beberapa dekade terakhir, para peneliti budaya telah mencoba untuk menangkap potensi sebenarnya dari internet. Internet saat ini telah menjadi lokasi (field) penelitian yang penting (Bowler, 2010).

Hingga saat ini, Twitter masih menjadi platform paling populer untuk

penelitian akademis, karena masih menyediakan datanya melalui sejumlah Application Programming Interfaces (API). Sebaliknya, akibat penyalahgunaan data oleh Cambridge Analytica telah membuat beberapa platform media sosial tertentu membatasi akses data melalui Application Programming Interfaces. Namun demikian para peneliti masih dapat melakukan penelitian kualitatif dan kuantitatif seperti wawancara dan survei dengan anggota komunitas online. Beberapa pendekatan dapat diambil, bentuk-bentuk kepercayaan, nilai-nilai, dan tingkah laku bersama anggota-anggota komunitas tersebut. Asumsi yang menuntun penelitian etnografis adalah bahwa 'setiap kelompok masyarakat yang berinteraksi dalam periode waktu tertentu akan mengembangkan sebuah budaya' (Creswell, 2007 dalam Saukko, 2003).

Metodologi penelitian dengan pendekatan kualitatif untuk ranah online telah dimasukkan ke dalam konteks metodologi yang lebih luas dari etnografi online atau virtual yang melakukan studi etnografis terhadap komunitas dan kelompok online (Bo'do, S., Siahaan, H., & Ida, R. (2019). Etnografi online merujuk pada metode penelitian online yang mengadopsi studi tentang komunitas dan kebudayaan yang dilakukan terhadap interaksi sosial yang dimediasi komputer. Etnografi online telah menjadi pendekatan riset yang telah diaplikasikan dalam penelitian sosiologis, komunikasi maupun antropologi. Ulasan dari Markham, A. N. (2004) mengenai etnografi online menguraikan beberapa istilah metodologis "virtual ethnography" (Hine, 2000), "digital ethnography" (Pink, Horst, Postill, Hjorth, Lewis, & Tacchi, 2016) "cyber-ethnography" (Ward, 1999), dan "netnografi" (Kozinets, 1998, 2002).

Buku Christine Hine "Virtual Ethnography" banyak dirujuk karena secara spesifik memperkenalkan metode dan teknik etnografi virtual (Hine, 2000). Christine Hine telah menekankan bahwa mengatasi yang 'virtual' memerlukan lebih

dari sekadar mentransfer metode 'online'. Hal ini memaksa peneliti untuk menjadi reflektif. Hine menyatakan, meneliti internet dan melalui internet menimbulkan berbagai macam isu etis, epistemologis, ontologis dan metodologis, bersama dengan perdebatan dan kontroversi yang mungkin memaksa peneliti untuk mempertimbangkan kembali bagaimana penelitian semacam itu berbeda dari metode penelitian sosial konvensional.

Buku Sarah Pink dkk (Pink, Horst, Postill, Hjorth, Lewis, & Tacchi, 2016) berjudul "Digital Ethnography, Principle and Practice" menguraikan lima prinsip yang membimbing praktik etnografi digital. Meskipun mengakui bahwa menciptakan dan mengikuti model penelitian yang ideal tidak selalu dapat dicapai, atau bahkan diinginkan, mereka berharap dapat menawarkan kerangka kerja yang dapat disesuaikan dengan konteks dan tujuan penelitian yang beragam.

Dalam buku mereka, Pink, Horst, Postill, Hjorth, Lewis, & Tacchi (2016) menguraikan tujuh konsep utama dalam teori sosial dan budaya dan bagaimana hal itu dapat digabungkan ke dalam penelitian etnografi digital. Tujuh konsep tersebut adalah -pengalaman (apa yang orang rasakan), praktik (apa yang orang lakukan), benda/artefak (benda-benda yang mengelilingi kita), hubungan (lingkungan sosial yang dekat), dunia sosial (kelompok dan konfigurasi sosial yang lebih luas yang dengannya orang saling berhubungan satu sama lain), daerah (konteks fisik bersama yang ditinggali), dan kejadian (gabungan berbagai proses dalam konteks publik).

Studi media sosial telah banyak dilakukan dalam bingkai yang mengacu pada berbagai teori, konstruksi dan kerangka kerja konseptual dari berbagai disiplin ilmu. Netnografi adalah salah satu kerangka kerja konseptual yang bermula dari ilmu pemasaran yang sekarang ini populer di kalangan peneliti media sosial. Netnografi adalah konsep yang diperkenalkan oleh Robert Kozinets, social media marketing researcher dan Professor

ilmu pemasaran University of Southern California. Netnografi diperkenalkan sebagai pendekatan baru dalam studi etnografi digital sebagai alternatif dari beberapa pendekatan etnografis dalam studi komunitas online di media sosial. Pada dasarnya netnografi adalah modifikasi istilah etnografi, yakni online ethnography, digital ethnography atau virtual ethnography, menunjuk pada lingkungan penelitian online yang menyusul dari konsepsi etnografi sebagai sebuah metode yang menyesuaikan diri.

Netnografi menawarkan serangkaian pendekatan analitik dan proses yang berlaku di seluruh spektrum keterlibatan online, sementara fokus untuk mendapatkan akses ke komunitas online juga secara jelas membedakan antara observasi partisipan dan observasi non-partisipan (Kozinets, 1998, 2010, 2015). Beberapa ulasan penting mengenai metode dan praktik netnografi telah mengidentifikasi luasnya penerapan metode ini dalam berbagai bidang kajian. Bowler (2010) menilai buku Kozinets tentang Netnografi dapat berfungsi sebagai panduan untuk melakukan etnografi riset online dengan panduan langkah demi langkah yang terperinci untuk memperkenalkan, menjelaskan, dan mengilustrasikan metode untuk siswa dan peneliti. Bahkan, Bowler (2010) sangat merekomendasikan teks ini kepada siapa pun yang mencari pengetahuan, teknik, metode, dan pedoman etika untuk mempelajari komunitas dan budaya online. Buku karya Kozinets tersebut dinilai cukup kaya kata yang dapat dimengerti dan contoh-contoh serta ilustrasi yang bermanfaat. Sampai saat ini, buku Kozinets (1998, 2010, 2015) adalah bacaan wajib bagi siapa pun yang tertarik memahami atau melakukan netnografi.

Jong (2016) misalnya melihat bahwa sekarang ini netnografi telah dipraktikkan dan diterapkan secara sangat berbeda dari yang pertama kali diperkenalkan pada tahun 1995. Costello, et al (2017) mengutip Kozinets (2010) menyatakan bahwa netnografi dapat

dilakukan murni tanpa memerlukan riset etnografi offline. Dalam karyanya yang lebih baru, Kozinet (2015) menekankan bahwa studi netnografi dapat memanfaatkan sekumpulan besar data yang berasal dan dimanifestasikan melalui data yang dibagikan di Internet.

Meskipun netnografi sering secara eksplisit dijelaskan dan dipahami sebagai etnografi online, hal ini tidaklah tepat. Karena etnografi online tidak identik dengan netnografi, istilah ini juga tidak cocok digunakan sebagai istilah umum yang berlaku untuk setiap studi yang dilakukan di dalam lingkungan online. Dalam ulasan terbaru tentang netnografi, Kozinets (2015) menyatakan bahwa keliru mengarahkan netnografi ke arah "analisis konten yang tidak terlibat" (hal. 96). Kozinet menawarkan definisi baru netnografi sebagai metode yang "lebih berpusat pada manusia, partisipatif, personal, terlibat secara sosial dan emosional" (hlm. 96).

## **METODE**

Pelaksanaan workshop ini didesain untuk memperkenalkan relevansi metodologi netnografi dalam studi budaya komunikasi dan new media dan bagaimana metode ini membantu dosen dan mahasiswa Komunikasi memperluas cakupan penelitian, terutama terhadap budaya komunikasi yang terbentuk melalui interaksi di media sosial di dalam komunitas digital.

Pelaksanaan kegiatan PKM kepada masyarakat yang telah dilakukan di Universitas Tadulako sebagai berikut melalui tahapan sosialisasi kegiatan workshop netnografi melalui undangan dan publikasi media sosial, pelaksanaan workshop dan upaya publikasi kegiatan workshop melalui media massa dan media sosial. Program ini dilaksanakan dalam bentuk workshop pemberian materi dan pelatihan bagi khalayak sasaran dengan menggunakan metode sosialisasi dengan narasumber ahli. Dalam kegiatan ini melibatkan 50 peserta dosen dan

mahasiswa. Adapun waktu pelaksanaan adalah 3 jam yaitu pada 24 Februari 2020. Tempat pelaksanaan kegiatan diadakan di ruang ujian Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Tadulako

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian ini dimulai dengan diskusi dengan ketua Prodi Ilmu Komunikasi dimana terungkap bahwa cukup banyak mahasiswa yang berminat mengambil topik seputar penggunaan media sosial untuk skripsi dan dibutuhkan metodologi yang lebih up to date dan relevan. Selanjutnya, kami mengirimkan Mengirimkan surat undangan resmi ke Prodi Komunikasi, agar menyampaikan informasi kepada dosen mahasiswa. Sesuai hari dan waktu yang ditentukan, dilaksanakan workshop metode netnografi, meliputi latar belakang munculnya metode netnografi, mengapa menjadi relevan, apa kelebihanannya dan bagaimana tahapan melakukan penelitian.

Metode netnografi semakin populer di kalangan peneliti budaya, terutama di bidang pemasaran, periklanan dan komunikasi. Menurut (Kozinets, 2010) budaya dan komunitas online memperluas ide tradisional tentang bidang penelitian, seperti analisis budaya dan representasi, dari observasi terhadap lokasi, interaksi tatap muka menuju interaksi yang dimediasi teknologi dalam jejaring online dan komunitas dan kesamaan budaya (cyberculture) di antara mereka. Dalam melakukan hal tersebut, teknik-teknik netnografi didasarkan pada ide tradisional tentang lokasi penelitian, sebagai sebuah ruang yang dilokalkan, adalah ketinggalan zaman. Kozinets menyarankan bahwa lokasi penelitian netnografi dapat secara bermakna diaplikasikan pada interaksi dimediasi komputer, sebuah pernyataan yang telah memicu perdebatan, tetapi semakin diterima.

Berbeda dengan pendekatan etnografis yang menekankan pendekatan partisipatif, dimana peneliti terlibat secara penuh sebagai anggota dari komunitas online, pendekatan netnografi lebih dekat ke standar-standar etnografis tradisional

mengenai observasi partisipatif, keterlibatan yang lama, dan membenamkan diri secara mendalam. Netnografi mempertahankan nilai-nilai etnografi tradisional dengan menyediakan 'thick description' ala Clifford Geertz melalui 'pembenaman' peneliti ke dalam kehidupan budaya atau komunitas online. Fokus pada partisipasi dan membenaman membuat pendekatan netnografi, berbeda dari analisis penggunaan web atau jejaring media sosial, sekalipun peneliti netnografi mungkin menggunakan teknik serupa untuk mengidentifikasi peta jejaring sosial.

### 1. Komponen Utama Netnografi

Netnografi mengikuti tujuh langkah etnografi, yakni perencanaan riset, entrée, pengumpulan data, interpretasi, standar etis, dan representasi penelitian. Namun demikian, ada dua hal yang perlu dipahami sebelum melakukan penelitian netnografi. Pertama, peneliti memahami kapan dan bagaimana mengkombinasikan etnografi, yang menggunakan data yang dikumpulkan melalui interaksi in-personal atau tatap muka dengan netnografi, yang menggunakan data yang dikumpulkan melalui interaksi online. Eksistensi komunitas Indonesia Berkebudayaan yang memadukan aktivitas offline dan online dalam gerakan mereka menjadi tantangan tersendiri bagi penelitian netnografi seperti ini. Kedua, peneliti perlu memahami perbedaan antara lingkungan sosial online, dengan tujuan penelitian agar dipandu secara tepat dan konsisten oleh adaptasi teknik-teknik etnografis yang sudah dikenal (Kozinets, 2010).

Merujuk pada prosedur umum etnografi, Kozinets merekomendasikan tahap-tahap metodologis dan prosedur untuk studi netnografi; *entrée*: mencakup formulasi pertanyaan penelitian dan identifikasi komunitas online yang tepat untuk studi. Koleksi data; mencakup mengkopi dari komunikasi dimediasi komputer dari anggota-anggota komunitas dan observasi terhadap komunitas dan anggota-anggotanya, interaksi dan makna yang mereka bagi. Analisis dan interpretasi; mencakup klasifikasi, koding

analisis kontekstualisasi tindakan komunikatif. Ia menekankan bahwa semua langkah-langkah ini harus dilakukan dengan mempertimbangkan etika penelitian.

Dalam netnografi, observasi online dan interaksi dinilai sebagai sebuah refleksi budaya yang akan menghasilkan pemahaman manusiawi yang mendalam. Sebagaimana penelitian etnografi, netnografi juga bersifat natural, immersive, deskriptif, intuitif, adaptable, dan fokus pada konteks budaya tertentu. Bersifat natural karena netnografi mencari dan mendekati sebuah budaya dimana budaya tersebut berlangsung dan berkembang. Immersive karena mencoba memahami budaya dari posisi aktif yang dikembangkan dengan keterlibatan secara personal bersamaan dengan observasi objektif peneliti. Deskriptif karena mencari penjelasan yang kaya, rich description, thick description, evocative dengan bahasa yang hidup dan mengungkap realitas subjektif dan emosional dari para anggota kebudayaan tertentu. Bersifat adaptable karena metode netnografi dapat diterapkan pada konteks budaya apa saja.

### 2. Keuntungan Netnografi

Penelitian netnografi telah digunakan untuk mendapatkan pemahaman mengenai perilaku konsumen atau yang mendorong inisiatif kreatif. Karena itu, netnografi menjadi kurang intrusif dibandingkan dengan etnografi atau lebih naturalistik dibanding penelitian survey. Netnografi adalah metodologi yang mudah beradaptasi yang menawarkan serangkaian langkah dan pendekatan analitis khusus, yang berlaku di seluruh spektrum keterlibatan, mulai dari mengamati hingga partisipasi aktif dalam percakapan dan aktivitas online. Netnografi juga lebih murah dari pada metode kelompok diskusi terfokus atau wawancara tatap muka secara fisik.

### 3. Keterbatasan

Keterbatasan netnografi umumnya karena membutuhkan keterampilan penafsiran peneliti. Keaslian akun

informasi yang terlibat dalam interaksi online yang sulit diidentifikasi dapat menyebabkan kesulitan menggeneralisasi. Namun, keterbatasan ini dapat diperbaiki dengan menggunakan metode pengumpulan data secara konvergensi. Karena hal ini dapat menjembatani penelitian offline dan online secara sistematis, serta dengan pengambilan sampel yang hati-hati dan pendekatan interpretatif (Kozinets 2015). Para peneliti yang ingin melakukan generalisasi temuan netnografi dari satu komunitas online ke komunitas lain, haruslah menerapkan evaluasi secara cermat dan jika diperlukan menggunakan beberapa metode untuk triangulasi data penelitian.

## SIMPULAN

Media sosial dan data Internet menawarkan peluang yang kaya namun sekaligus menantang karena kerumitannya. Netnografi memberikan jalan untuk melakukan penelitian sosiokultural di terhadap media sosial dan data-data yang tersedia di Internet. Metode netnografi telah dipergunakan secara luas dalam kajian antropologi media, geografi, pendidikan, ilmu perpustakaan, perjalanan dan pariwisata, linguistik, studi media dan budaya, sosiologi, seksualitas, riset kecanduan, studi game, dan keperawatan. Penelitian dilakukan terhadap Facebook, Twitter, LinkedIn, dan situs media sosial lainnya.

Namun demikian, netnografi masih merupakan metode yang relatif baru. Metode ini masih menunggu pengembangan dan penyempurnaan lebih lanjut di tangan generasi baru peneliti etnografi yang mengerti internet. Mahasiswa dan dosen peserta masih membutuhkan lebih banyak lagi waktu untuk mendalami detail teknis bagaimana melakukan metode penelitian netnografi. Mengingat pentingnya inovasi dalam metode penelitian di bidang media dan komunikasi, maka perlu intervensi dan upaya yang sistematis memperkenalkan metode penelitian netnografi.

## DAFTAR PUSTAKA

Ahmed, W. (2017). Using Twitter as a data source: an overview of social media research tools (updated for 2017). Impact of Social Sciences Blog.

Bo'do, S., Siahaan, H., & Ida, R. (2019). Social Media, Public Sphere and Movement Discussion of Urban Farming in Indonesia. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences, 2(3), 250-261.

Bowler Jr, G. M. (2010). Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online. The Qualitative Report, 15(5), 1270.

Costello, L., McDermott, M. L., & Wallace, R. (2017). Netnography: range of practices, misperceptions, and missed opportunities. International Journal of Qualitative Methods, 16(1), 1609406917700647.

Hine, C. (2000). Virtual ethnography. Sage.

Jong, S. T. (2016, November). Netnographic research of online communities and culture. In Refereed Proceedings of TASA 2016 Conference (p. 151).

Kozinets, R. V. (2010). Netnography: Doing ethnographic research online. Sage publications.

Kozinets, R. V. (2015). Netnography: Redefined.

Markham, A. N. (2004). Internet communication as a tool for qualitative research. Qualitative research: Theory, method and practice, 2, 95124.

Markham, A. N. (2005). The methods, politics, and ethics of representation in online ethnography. In The Sage Handbook of Qualitative Research, SAGE, Thousand Oaks, CA.

Pink, S. (2016). Digital ethnography. Innovative methods in media and communication research, 161-165.

Safitri, Dini. "Perilaku PKS Lovers Di Media Sosial (Studi Netnografi Tindak Tutar PKS Lovers)." Jurnal Communicate 1.2 (2017): 67-74.

Saukko, P. (2003). Doing research in cultural studies: An introduction to

classical and new methodological approaches. Sage.

Wittel, A. (2001). Toward a network sociality. *Theory, culture & society*, 18(6), 51-76.

Statistik - Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia." <https://apjii.or.id/content/utama/39>. Accessed 22 Apr. 2020.