

KAEDAH KUALITATIF DALAM PENYELIDIKAN SOSIOBUDAYA

AZIZAH HAMZAH

ABSTRACT

Identifying the most effective research methodology is prerequisite for any research project investigating the activities of media problems, media texts and media audiences. This paper examines the various methods in approaching qualitative communication and media research that will provide important findings from the media industry.

PENGENALAN

Cara penyelidik mengkaji media ditentukan oleh teori-teori tentang apa yang berlaku apabila manusia terdedah kepada media massa. Oleh itu, penyelidik media perlu memahami perkembangan dan kronologi teori-teori serta interaksi antara media massa, kebudayaan, dan anggota sesebuah masyarakat. Umpamanya, teori awal yang simplistik pada tahun 1930-an dan 1940-an mengandaikan bahawa media massa bertindak bagai jarum picagari yang menyuntik mesej kepada audiens. Pada peringkat ini, para pengeluar kandungan media dianggap berkuasa dan berpengaruh. Media dilihat sebagai penjana yang menyalurkan kandungan, dan kesannya terhadap masyarakat adalah sama dengan yang dirasakan jika ahli masyarakat disuntik dengan ubatan atau racun. Medium itu sendiri (TV, akhbar, filem) ialah picagari, manakala mesej media atau kandungannya ialah ubatan yang disuntik ke dalam audiens yang merupakan pesakitnya. Dalam disiplin sains sosial aliran Neo-Marxis, *The Frankfurt School* melihat kandungan media massa sebagai dadah yang membuatkan kelas pekerja menjadi penerima pasif. Yang jelas sekali, model Marxis berpendapat bahawa media massa amat berpengaruh.

Perkembangan teori perhubungan media massa dengan khalayak dapat dilihat melalui perkembangan teori-teori yang berikut:

- i. Teori Suntikan
- ii. Teori Normatif
- iii. Model audiens aktif, contoh: teori Penggunaan dan Pemuasan (U & G)
- iv. Model Interpretatif dan Model Interpretasi Berstruktur

Pendekatan Hipodermik / suntikan

- Media mempunyai pengaruh yang kuat.
- Mesej monosemi (IC): hanya satu mesej dibaca oleh audiens
- teks media massa menghasilkan ideologi.
- Implikasi penyelidikan: kajian tentang mesej dan orang-orang yang menghasilkannya.

Pendekatan Normatif

- Media kurang berpengaruh
- Berlaku demokrasi semiotik, teks boleh dibaca dengan pelbagai cara
- Implikasi penyelidikan: kajian yang menumpukan reaksi daripada audiens.

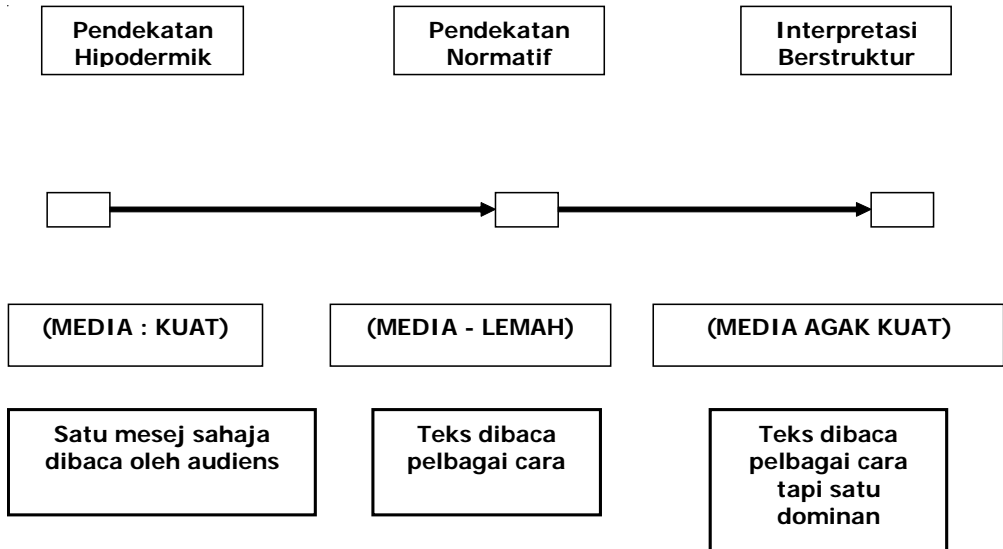
Penggunaan dan Pemuasan (U & G)

- Teori ini menekankan perbezaan cara orang ramai menggunakan produk media. Dengan perkataan lain, audiens menggunakan media untuk memenuhi hasrat peribadi.

Model Interpretasi Berstruktur

- Media agak kuat dan berpengaruh
- Terdapat polisemi—teks dibaca dengan pelbagai cara, tetapi terdapat satu cara yang dominan
- Implikasi penyelidikan: kaji audiens dan mesejnya.

Rajah 1: Arus Perkembangan Teori



Sumber: Throwler 1998

Namun demikian, fokus penyelidikan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berikut:

- Minat penyelidik / apa-apa yang dianggap penting oleh penyelidik
- Pihak yang membiayai

- iii. Isu-isu semasa
- iv. Teknik penyelidikan yang paling sesuai

PENGAJIAN KEBUDAYAAN

Bidang pengajian kebudayaan (*cultural studies*) bermula di Universiti Birmingham, UK. Pada 1972, *Centre For Contemporary Cultural Studies* (CCCS), universiti berkenaan buat pertama kalinya menerbitkan *Working Papers in Cultural Studies* dengan matlamat untuk mendefinisikan dan menempatkan suatu ruang untuk pengajian kebudayaan dalam peta kegiatan intelektual. Hasil-hasil penulisan R. Hoggart, Raymond Williams, E.P. Thompson, dan Stuart Hall dari CCCS menjadi teks landasan pengajian kebudayaan. Oleh yang demikian, penulisan mereka terhasil daripada suatu konteks sosial dan sejarah. Pengajian kebudayaan merupakan usaha untuk mengkaji kebudayaan dengan melihat hubung kait antara kebudayaan dengan kuasa sosial. Pengajian ini juga berupaya menghujahkan bahawa keperluan budaya hidup seharian perlu diambil kira secara serius. Maka, kita perlu mempersoalkan cara-cara yang selama ini digunakan untuk memahami budaya seperti yang telah dilakukan oleh disiplin kemanusiaan dan sains sosial.

Perkembangan dunia penyelidikan kebudayaan berlaku apabila para pengkaji memperluas konseptualisasi budaya yang difikirkan harus juga melibatkan penyertaan dimensi antara budaya seperti kajian oleh Edward Said dan G. Spivak pada tahun 1990-an. Maka, pengajian kebudayaan dilihat sebagai suatu peningkatan kualiti penyelidikan berbanding dengan pendekatan oleh pengajian ekonomi, politik, dan komunikasi liberal-pluralis yang kurang memberi perhatian terhadap budaya popular dan budaya bukan Barat. Selain itu, pendekatan pengajian kebudayaan telah menjana persoalan-persoalan politik yang penting: siapa yang berucap, siapa pihak berwibawa yang berkuasa berucap tentang isu-isu kebudayaan, suara siapa yang kedengaran dan siapa yang diketepikan. Pengajian ini turut menangani persoalan tentang wacana dan bagaimana makna dan teks berlegar dalam masyarakat. Kajian feminisme dalam majalah wanita serta drama bersiri di televisyen, kajian imperialisme, patriarki, dan sosiologi media radikal merupakan contoh-contoh yang terlintas dalam pemikiran kita.

Ketika pengajian kebudayaan diperkenalkan di universiti, bidang ini berada antara dua definisi yang bertentangan. Definisi itu adalah seperti yang berikut:

- i. Budaya sebagai suatu cara hidup
- ii. Budaya sebagai suatu standard kecemerlangan

Raymond Williams dan Richard Hoggart memaparkan budaya kelas pekerja dengan penuh simpati dan nostalgik. Namun, budaya ini menekankan bahawa betapa pentingnya kedudukan sastera dan literasi dan memperjuangkan suatu kehidupan yang bermoral tinggi. Hoggart (1996) berpendapat seperti yang berikut:

...without appreciating good literature, no one really understands the nature of society....
...literary critical analysis can be applied to certain social phenomena other than 'academically respectable' literature (e.g. the popular arts, mass communications) so as to illuminate their meanings for individuals and their societies.

INDUSTRI BUDAYA

Istilah ini merujuk kepada industri-industri yang menggabungkan pengkaryaan, pengeluaran, dan proses komersialisasi kandungan (*contents*) yang bercorak kebudayaan dan tidak *tangible*.

Lazimnya, kandungan ini dilindungi hak cipta dan produknya berbentuk barangan atau perkhidmatan. Industri budaya juga dirujuk sebagai industri kreatif atau industri kandungan (*content industries*). Industri budaya termasuklah percetakan, penerbitan multimedia, audio-visual, produksi sinematografi, dan hasil kraf tangan serta reka bentuk. Di negara-negara tertentu, konsep ini merujuk kepada seni bina, seni persembahan, seni visual, sukan, pengeluaran alat muzik, periklanan, dan pelancongan kebudayaan.

PENYELIDIKAN SOSIOBUDAYA

Penyelidikan merupakan suatu penghujahan. Oleh itu, penyelidikan komunikasi dan media yang berkait rapat dengan kajian sosiobudaya merupakan suatu proses menjawab soalan dan percubaan untuk membuat kesimpulan daripada maklumat yang dikumpulkan tentang tingkah laku yang berkaitan dengan mesej. Selain itu, ia merupakan suatu usaha praktikal untuk mendapatkan/mencari jawapan kepada soalan (*research question*) (Reinard 2001).

Matlamat penyelidikan dalam konteks sosiobudaya lebih cenderung kepada penghasilan bukti, data, dan wawasan kajian itu sendiri di samping mendapatkan jawapan yang tepat dalam usaha membina teori dan kaedah. Pada masa yang sama, penekanan terhadap aspek teoritikal dalam penyelidikan turut dilakukan melalui cara-cara yang berikut:

- i. Cara untuk bertanya soalan
- ii. Mencari perhubungan antara pandangan masyarakat dengan budaya
- iii. Bagaimana hasil kajian atau DATA akan ditafsirkan dan dinilai

Terdapat enam langkah asas yang boleh diambil kira sebelum menjalankan penyelidikan sosiobudaya. Langkah-langkah tersebut adalah seperti yang berikut:

- i. Apakah masalahnya?
- ii. Apakah fakta dan maklumat penting yang berkaitan dengan masalah?
- iii. Bagaimana maklumat dapat dikutip/kumpul?
- iv. Pemprosesan data dan analisis
- v. Interpretasi data
- vi. Penyediaan laporan

Kita juga boleh mengambil kira persoalan-persoalan dalam model komunikasi yang telah ditimbulkan oleh sarjana terkenal seperti Harold Lasswell (1948) sebelum menjalankan kajian seperti ini.

MODEL LASSWELL

- WHO
- SAYS WHAT
- TO WHOM
- IN WHICH CHANNEL
- WITH WHAT EFFECT?

KAEDAH PENYELIDIKAN SOSIOBUDAYA

Kaedah penyelidikan dalam konteks sosiobudaya mempunyai objektif untuk mengenal pasti kepentingan reka bentuk penyelidikan yang baik dan berupaya memilih instrumen kajian yang bersesuaian untuk menjawab suatu soalan yang telah dirumuskan. Melalui kaedah penyelidikan yang digunakan, pengkaji juga mampu membina satu strategi kajian yang baik dan bersedia membuat/mengguna/mengeksploit sumber maklumat. Pada akhirnya, pengkaji boleh membuat sintesis serta mempersembahkan hasil kajian yang telah dijalankan.

Terdapat beberapa **pilihan** ketika menjalankan kajian komunikasi dan media. Antaranya adalah seperti yang berikut:

- i. Kajian kesusasteraan: Kaedah kualitatif
- ii. Kajian sejarah: Kaedah pensejarahan
- iii. Psikologi: Eksperimen

Namun, haruslah disedari bahawa kajian dalam bidang media dan komunikasi boleh menggunakan kesemua kaedah di atas untuk menjawab persoalan kajian. Lazimnya, kedua-dua kaedah kualitatif dan kuantitatif akan digunakan.

KAEDAH KUALITATIF

Kaedah ini memberatkan usaha untuk mencari dan memberikan keterangan serta pemerhatian bukan numerikal walaupun terdapat keterangan yang merujuk kepada statistik. Kebanyakan kajian dalam bidang ini memberikan keterangan, interpretasi, atau makna dalam sesuatu proses komunikasi. Kaedah ini juga lebih merupakan usaha untuk memberikan keterangan tentang sifat dan keadaan manusia dengan menggunakan pandangan umum tentang apa-apa saja tindakan sosial. Justeru, penyelidikan kualitatif tidak tertumpu ke arah pengutipan maklumat yang banyak. Sebaliknya, kaedah ini berusaha untuk memperoleh maklumat berkualiti dengan memberikan tumpuan terhadap sampel yang kecil.

Antara kaedah kajian kualitatif yang digunakan dalam pengajian media dan komunikasi adalah seperti yang berikut:

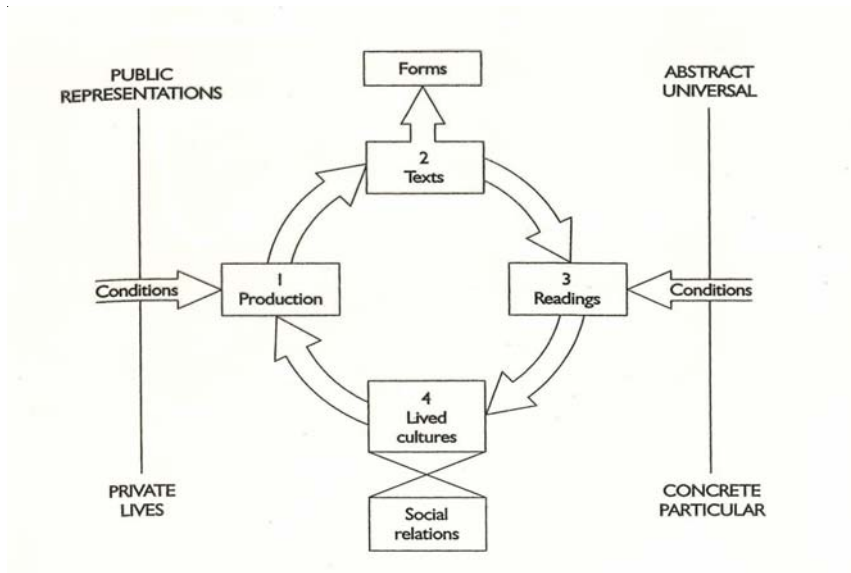
- Kaedah Pensejarahan-Kritikal
Direka untuk memberikan keterangan tentang sesuatu tempoh, orang perseorangan, atau sesuatu fenomena dengan tujuan untuk menginterpretasikan atau menilai komunikasi serta kesannya.
 - i. Pensejarahan—misalnya kajian penerimaan ucapan perdana menteri sama ada negatif atau sebaliknya.
 - ii. Kritikal—misalnya kajian untuk menentukan sama ada akhbar memberikan laporan seimbang tentang penglibatan AS dalam krisis Kosovo-Albania atau krisis Palestin dan Iraq.
- Kajian Kes dan Kajian Interpretatif
Kajian melibatkan pertanyaan intensif tentang peristiwa, pihak, atau unit sosial tertentu; pendekatan ini cuba mencari tema atau cerita yang boleh membantu usaha menginterpretasi atau memahami kes. Contohnya, mengkaji persekitaran komunikasi akhbar yang sedang dijual.

- **Kajian Pemerhatian Penyertaan**
Pengkaji memainkan peranan sebagai agen aktif dalam keadaan yang sedang dikaji. Contohnya, mengkaji proses penghasilan dan penulisan berita untuk stesen televisyen dengan memasuki unit berita untuk menulis berita dari dalam organisasi.
- **Metodologietno**
Kaedah ini diperkembang oleh ahli antropologi untuk mengkaji masyarakat manusia dan memerlukan pengkaji memilih suatu kumpulan etnik dan hidup di kalangan mereka untuk suatu jangka masa tertentu. Contohnya mengkaji tindak balas manusia terhadap televisyen dengan tinggal bersama mereka yang tidak pernah memiliki televisyen dan melihat reaksi kumpulan ini apabila dibekalkan dan didedahkan dengan program televisyen.
- **Kajian Kreatif**
Penggunaan kaedah prestasi atau demonstrasi untuk mengkaji suatu pengalaman estetik atau kreatif. Contohnya mengkaji masalah mengkomunikasikan puisi lama kepada audiens moden dengan mengadakan persembahan khas dan mengkaji interpretasi oleh audiens kontemporari.

KAJIAN PENYELIDIKAN MEDIA DAN KOMUNIKASI

Dalam kajian media, kita tidak boleh melihat media secara terasing daripada konteks sosial, sejarah, dan komersial. Keadaan sosial dan kebudayaan sentiasa berlegar-legar dalam hasil pada skrin, layar, muka surat, rancangan televisyen serta penerimaannya oleh khalayak atau pembaca, pendengar, dan penonton. (Lihat peta sirkulasi kebudayaan.)

Rajah 2: Peta Sirkulasi Kebudayaan



Sumber: O’Sullivan, Dutton dan Rayner 1998

“Peta” sirkulasi kebudayaan merumuskan perhubungan-perhubungan utama yang dikaji dalam pengajian media. Rajah mencadangkan satu pusingan/sirkuit dalam

Pengalaman)	
Sirkulasi)	- produk-produk budaya
Penerimaan)	

Untuk pengajian kita, rajah ini boleh digunakan bagi semua bentuk media. Kekuatannya, ia merupakan satu pendekatan holistik yang menunjukkan suatu sirkuit yang mengaitkan detik serta keadaan pengeluaran teks dan bentuk yang dihasilkan hinggalah kepada pembacaan atau penerimaan yang mengaitkan konteks budaya yang diamati/dipraktikkan serta perhubungan sosial yang lebih luas. Melalui peta tersebut juga kita dapat mengetahui perkara-perkara yang berikut:

- i. Ciri-ciri komunikasi massa dalam kehidupan sosial moden.
- ii. Corak saling hubungan antara budaya dan komunikasi massa.

Melalui peta ini, apakah yang dimaksudkan dengan budaya? Dalam konteks ini, budaya merupakan apa-apa sahaja yang berkenaan dengan perkara-perkara yang berikut:

- | | | |
|--------------------------|---|---------------------------------|
| i. Cara kita memahami | } | diri kita dengan keadaan sosial |
| ii. Cara kita mengaitkan | | |

Bagi sesetengah pihak, kajian dalam bidang media dianggap kurang *valid* atau utama kerana kajiannya merangkumi budaya popular yang kadangkalanya diperkecil lantaran sifatnya yang simplistik dan kurang bernilai. Ada juga yang melihat kajian ini dalam konteks *high* dan *low cultural product*.

- i. Produk budaya bertaraf tinggi
 - penghayatan yang bercorak terpelajar
 - berasal dari klasikal, tradisional
 - balet, opera, sastera, teater, lakon
- ii. Produk budaya bawahan
 - budaya pop
 - kurang halus
 - biasa
 - mudah

Kajian media tidak hanya menangani isu atau persoalan yang luas atau peranan keseluruhannya dalam masyarakat. Kajian media juga memberi fokus terhadap keadaan dan konteks para pengeluar media dan pengeluarannya serta bentuk-bentuk output dan wacana yang terhasil daripada kegiatan masyarakat, iaitu program daripada media massa.

- i. imej/ sirkulasi
- ii. tajuk berita di akhbar muka depan

- iii. penerimaan dan penggunaan oleh audiens media + konsumer

Oleh itu pengeluar/pemilik media, output/teks media dan audiens/khalayak media adalah saling berkaitan dan menjadi asas bagi kajian media yang berbeza-beza.

KAEDAH KAJIAN KUALITATIF

Kaedah perbincangan kumpulan fokus (*Focus Group Discussion*—FGD) merupakan kaedah kualitatif yang popular. Melalui kaedah ini, pengkaji memilih sekumpulan orang yang mempunyai ciri tertentu untuk mengadakan sesi perbincangan. Seorang fasilitator (pemudah cara) yang dilantik akan menentukan hala tuju perbincangan tersebut. Apa-apa yang dikatakan oleh ahli kumpulan merupakan data penting dalam FGD dan kaedah ini memberi peluang untuk berkongsi dan membuat perbandingan tentang pengalaman dan pandangan peserta serta memberi peluang untuk berbual-bual tentang perkara yang terjadi dalam dunia sebenar.

Kaedah ini digunakan untuk mendapat kefahaman lebih mendalam tentang sesebuah tajuk, contohnya motivasi, tingkah laku, perasaan, strategi membuat keputusan, atau pendapat orang-orang tertentu terhadap sesuatu isu atau topik. Selain itu, FGD bertujuan untuk mengkaji sesebuah tajuk penyelidikan secara mendalam dan intensif. Tambahan lagi, FGD merupakan suatu strategi untuk memahami audiens atau sikap dan tingkah laku konsumer.

Langkah pertama yang harus diambil ketika melakukan kaedah FGD ialah mendefinisikan masalah yang diperoleh. Sesuatu masalah yang telah didefinisikan haruslah dikenal pasti. Pengkaji juga perlu memilih suatu sampel bagi menentukan audiens atau khalayak yang akan dikaji dan ia bergantung pada tujuan FGD. Antara enam sehingga 12 orang akan ditemu ramah sekali gus dengan bantuan fasilitator yang bakal menentukan hala tuju perbincangan secara bebas tentang sesuatu tajuk. Selepas itu, jumlah kumpulan FGD akan ditentukan dan bahan kajian disediakan—seperti tempat, jenis dan bahan yang digunakan, contohnya rakaman, bahan *online*, serta bayaran.

Kekuatan dan Kelemahan FGD

Kaedah penyelidikan ini mempunyai kekuatan tersendiri. Antaranya, FGD mampu menghasilkan pengutipan dan pengumpulan data preliminari / awalan tentang sesuatu topik. Justeru, kaedah ini boleh digunakan untuk kajian pilot dan mencari idea yang akan diselidiki. Selain itu, hasil boleh diperoleh dengan cepat di samping kos yang efektif. Reka bentuk soalan amat fleksibel dan pengkaji boleh mengadakan perbincangan susulan dengan meminta ahli kumpulan fokus menjawab soal selidik. Fasilitator yang pakar berupaya memerhatikan gerak laku responden dan mendapat data tambahan.

Perbincangan kumpulan fokus boleh didominasi oleh ahli yang autoritatif atau mana-mana pihak yang melantik diri sendiri sebagai ketua dan cuba menekankan pendapatnya lalu mempengaruhi pendapat ahli lain. FGD juga banyak bergantung pada kepakaran fasilitator kerana ahli kumpulan yang mungkin kurang representatif, berkemungkinan besar akan tenggelam. Alat rakaman yang digunakan juga berkemungkinan besar boleh menakutkan responden.

TEMU BUAL SECARA MENDALAM

Kaedah ini menggunakan penemu ramah yang menjalankan temu bual yang terperinci berdasarkan garis panduan yang telah ditetapkan. Apa-apa yang disebutkan oleh responden merupakan data penting kajian. Tindak balas yang relevan akan dicatatkan kata demi kata.

Melalui kaedah ini seseorang pengkaji boleh memperoleh kefahaman yang meluas dan sempurna dengan cara “mendalami” sesebuah topik tertentu. Pada masa yang sama, pendekatan ini unik atas sebab yang berikut:

- i. Sampel yang lebih kecil akan digunakan.
- ii. Pengkaji boleh memberikan keterangan yang terperinci tentang sebab di sebalik jawapan responden.
- iii. Ia juga mengizinkan pemerhatian yang lebih lama tentang respons.

Terdapat juga pendekatan lain yang sering digunakan dalam penyelidikan sosiobudaya. Antaranya ialah kajian kes, analisis kandungan, *key informant interview*, etnografi, dan lain-lain.

Kadangkala penyelidik menggunakan gabungan kaedah-kaedah di atas kerana kajian perhubungan antara teks media dengan ahli masyarakat semakin kompleks. Kesan daripada teks media bukan lagi berlaku secara segera seperti yang diajukan oleh model suntikan. Ahli masyarakat adakalanya diresapi teks secara perlahan-lahan dan ada yang amat kritikal sekali apabila menerima mesej daripada pengampang.

Blumer (1969) menekankan bahawa penerimaan haruslah dikaji dengan mengambil kira perkaitannya dengan latar dan sejarah kehidupan individu. Pengkaji juga harus sedar bahawa proses menginterpretasi makna oleh audiens mendahului serta mengubahsuai kesan yang dirasakan oleh penerima. Kesan ini juga harus dikaitkan perhubungannya dengan pengaruh lain.

KESIMPULAN

Secara keseluruhannya, para pelajar serta pengkaji harus memahami pentingnya reka bentuk penyelidikan yang baik di samping berusaha memilih instrumen penyelidikan yang sesuai dengan persoalan kajian, supaya pengkaji berupaya membina suatu strategi kajian yang baik dan mampu menghasilkan sintesis serta mempersembahkan hasil kajian.

RUJUKAN

- Ang, I. 1985. *Watching Dallas*. London: Methuen.
- Berelson, B. 1952. *Content Analysis In Communication Research*. New York: Hafner.
- Bragg. 2000. They want us to choose between the Beatles and Beethoven. Why can't we have both? *Guardian*. 12 September.
- Curran, J. dan Gurevitch, M. (eds). 1996. *Mass Media and Society*. London: Methuen.
- Deacon, D., Pickering, M., Golding, P., & Murdock, D. 1999. *Research Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. Loughborough: Loughborough University.
- Fiske, J. 1989. *Reading the Popular*. London: Sage.
- Hogart, R. 1958. *The Uses of Literacy*. Harmondsworth: Penguin.
- Lasswell, H. 1948. *The Structure and Function of Communication in Society*. US: Harper & Row.
- Maxwell, J.A. 1996. *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. California: Sage Publications.
- McQuail, D. 1997. *Audience Analysis*. London: Sage.
- Morley, D. 1992. *Television, Audiences and Cultural Studies*. London: British Film Institute.
- Morrison, D.E. 1998. *The Search for a Method: Focus Groups and the Development of Mass Communication Research*. University of Lutin: Luton Press.
- Moser, C. & Kalton, J. 1971. *Survey Methods in Social Investigation*. London: Heinemann.

- O'Sullivan, T., Dutton, B. & Rayner, P. 1997. *Studying the Media*. New York: OUP.
- Reinard, J.C. 2001. *Introduction to Communication Research*. Singapore: McGraw-Hill.
- Said, E. 1978. *Orientalism*. London: Routledge.
- Throwler, P. 1998. *Investigating Mass Media*. London Collins Educational.
- Van Zoonen, L. 1994. *Feminist Media Studies*. London: Sage.
- Watson, J. 1998. *Media Communication*. Basingstoke: Macmillan Press.
- Williams, R. 1958. *Culture and Society 1780-1950*. London: Chatto and Windus.
- Williams, R. 1989. *On Television*, ed. Alan O'Connor, London: Routledge.
- Wilson, T., Hamzah, A. dan Khattab, U. 2003. The Hypertext Era: Electronic Journalism Reception in Malaysia. *New Media & Society*, Jilid. 5 Bil. 4. London: Sage Publications, hal 523-545.