

Etnografi Virtual sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian

by (jsm) Zainal Abidin Achmad

Submission date: 25-Oct-2021 10:04PM (UTC+0700)

Submission ID: 1683662001

File name: afi_Virtual_sebagai_Metode_Riset_dan_Teknik_Pengumpulan_data.pdf (470.26K)

Word count: 4922

Character count: 32322

ETNOGRAFI VIRTUAL SEBAGAI TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN METODE PENELITIAN

Zainal Abidin Achmad¹, Rachma Ida²

Mahasiswa Program Doktor Ilmu Sosial, FISIP, Universitas Airlangga, Surabaya¹

Departemen Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Airlangga, Surabaya²

E-mail : z.abidinachmad@upnjatim.ac.id

Abstrak

Salah satu teknik pengumpulan data sekaligus metode analisis untuk meneliti masyarakat adalah etnografi. Berbagai karya tulis yang terbit mengenai etnografi, seringkali memunculkan perdebatan mengenai definisi etnografi. Pandangan yang paling umum mengatakan bahwa etnografi sebagai salah satu metode penelitian dalam ilmu antropologi. Sedangkan pandangan lain menyebut etnografi sebagai seperangkat metode, strategi penelitian, paradigma, atau bahkan kerangka pikiran. Namun ada kesamaan dari semua pendapat itu, bahwa jika kita bicara etnografi, maka kita membicarakan sejumlah catatan dan cara menulis catatan tentang masyarakat. Studi pustaka ini bertujuan memberikan kemudahan kepada khalayak untuk memahami persamaan dan perbedaan antara etnografi konvensional, etnografi internet dan etnografi virtual. Serta memahami bagaimana prosedur melakukan penelitian etnografi virtual

Kata kunci: *etnografi, etnografi virtual, kualitatif, metode penelitian*

Abstract

One of the data collection techniques as well as an analytical method for researching society is ethnography. Various papers published on ethnography often raise debates about the definition of ethnography. The most common view says that ethnography is one of the research methods in anthropology. While other views refer to ethnography as a set of methods, research strategies, paradigms, or even a frame of mind. But there are similarities in all of these opinions, that if we talk about ethnography, then we discuss a number of notes and ways to write notes about society. This literature study aims to provide convenience to audiences to understand the similarities and differences between conventional ethnography, internet ethnography and virtual ethnography. As well as understanding how the procedure to do virtual ethnographic research.

Keywords: *ethnography, virtual ethnography, qualitative research methods.*

PENDAHULUAN

Secara ringkas untuk membedakan etnografi dengan teknik pengumpulan data yang lain, adalah bahwa etnografi tidak dapat digunakan secara semena-mena karena ada beberapa perbedaan pendapat, misalnya tentang apa yang layak diamati dan apa yang tidak (Atkinson and Hammersley, 1994). Etnografi adalah penelitian khas yang melibatkan etnografer untuk berpartisipasi sebagai pengamat, baik secara terang-terangan atau diam-diam untuk mengamati apa yang terjadi dalam kehidupan masyarakat sehari-hari (Bate, 1997).

Dalam perkembangannya, bidang praktek etnografis mengalami perubahan yang semakin jelas. Etnografi tidak cukup didefinisikan hanya sebagai sebuah metode atau teknik

pengumpulan data. Bukan sekedar sebagai disiplin penelitian berdasarkan budaya, melainkan sebagai gabungan konsep pengorganisasian antara observasi dan teknik wawancara untuk merekam dinamika perilaku masyarakat (Mariampolski, 1999). Sehingga etnografi memiliki kemampuan untuk melakukan eksplorasi dalam hubungan digital.

Lebih lanjut, penelitian yang mengeksplorasi dunia digital diberi istilah netnografi (Kozinets, 2002). Netnografi merupakan penelitian terbaru komunikasi dan perilaku konsumen yang menggunakan media komputer, memberi sumbangsih dalam perdebatan mengenai definisi etnografi di internet.

Sementara pemberian istilah berbeda diberikan oleh Christine Hine. Etnografi di dunia maya bertujuan untuk memberikan pemahaman yang khas dari signifikansi dan implikasi dari penggunaan Internet dan dinamai etnografi virtual (Hine, 2000). Menurutnya dengan metode antropologi sosial budaya yang diterapkan dengan tepat, dapat memberikan pemahaman teoritis dan membantu menentukan kelancaran dinamika hubungan di dunia online (daring).

Etnografi di internet sebagai metode penelitian kualitatif yang baru dengan melakukan adaptasi beberapa fitur pada etnografi tradisional untuk mempelajari budaya dan praktek-praktek budaya yang muncul dalam komunikasi berbasis teks melalui media komputer (Kozinets, 2009).

Proses etnografi pada tiap penelitian memiliki perbedaan, dan tidak ada konsensus yang mendasari proses etnografi. Hal ini berperan memberikan kegagalan pada etnografer. Secara tegas, Hine menolak untuk mengidentifikasi tahap-tahap tertentu dalam melakukan etnografi (Hine, 2000). Namun sejumlah ahli telah berusaha memberikan beberapa definisi formal terhadap prosedur-prosedur etnografi (Paccagnella, 1997; Hurley, 1998; Nocera, 2006; Kozinets, 2009; Mann and Stewart, 2009)

Digunakannya etnografi, akan menjadi strategi yang konsisten dari sekian banyak metode penelitian media lainnya. Penelitian media baru harus mempertimbangkan beberapa metode alternatif dan mencoba melakukan metode triangulasi (Johnstone and Marcellino, 2010). Itu artinya, konsensus dalam proses etnografi dan pendekatan teoritisnya menjadi semakin jelas.

Beberapa konsensus yang muncul pada prosedur etnografi virtual, antara lain: Pertama, bahwa studi harus berpusat pada komunikasi berbasis teks sebagai sarana fokus penelitian (diadopsi oleh sebagian besar studi netnografi modern) (Kozinets, 2002). Kedua, pada masalah proses, metode tradisional dengan pengambilan catatan lapangan rinci tetap

dilakukan oleh peneliti sebagai pengamat partisipan. Langkah tersebut kemudian diikuti oleh review yang akurat; identifikasi pada pola-pola yang muncul; kajian literatur lokal yang mungkin ada; mengembangkan proposisi lanjutan; serta penggunaan literatur untuk mengembangkan perspektif teoritis (Hurley, 1998).

Banyak etnografer internet (Reid, 1992; Paccagnella, 1997; Kozinets, 2002; Nocera, 2006) mengakui bahwa metode etnografi tradisional perlu dirombak untuk mengatasi berbagai kebutuhan tertentu, sehingga dapat memperkirakan kendala biaya, perkembangan permasalahan penelitian, dan bahkan lokasi penelitian. Dalam kasus penelitian seperti: penelitian terhadap jaringan pengguna komputer atau lingkungan media virtual, maka batasan wilayah penelitian (lokus atau situs) harus dibatasi pada komunikasi yang hanya berlangsung media virtual. Sehingga etnografer dapat menentukan lokasi penelitian yang relevan dan terfokus (yaitu: website tertentu, atau sosial media yang memiliki lalu lintas posting atau kegiatan komunikatif lain yang cukup tinggi; mencermati posting pesan yang bermakna; mendapatkan data deskriptif yang kaya; terdapat interaksi antar anggota pengguna media).

Menilai Kelayakan Penelitian Etnografi

Beberapa tinjauan literatur kualitatif yang berkaitan dengan praktik etnografi mengungkapkan munculnya keresahan dengan penggunaan "trinitas" penelitian positivistik (Janesick, 1998). Yaitu landasan positivis untuk menilai kualitas penelitian didasarkan terutama pada isu-isu yang berkaitan dengan 'kebenaran' dan verifikasi, isu validitas dan reliabilitas (Denzin, 1997).

Ahli etnografi telah dikritik oleh kaum positivis, karena memproduksi hasil penelitian yang terkesan fiksi yang tidak valid dan tidak memiliki cara 'ilmiah'. Ahli etnografi sendiri mengakui bahwa tidak ada dua etnografi yang secara alami sama persis, karena dinilai melakukan peniruan. Dalam penelitian etnografi, meneliti masyarakat yang sama dengan dengan metode yang sama, hasilnya tidak akan pernah sama (bertentangan dengan pandangan positivis, sehingga penelitian etnografi dinilai tidak reliabel)

Pemberian kriteria validitas dan realibilitas mendapatkan penolakan jika digunakan untuk menilai penelitian kualitatif, terutama yang mengusung paradigma anti positivis. Bukanlah validitas dan realibilitas, namun penetapan kriteria secara jelas (Altheide and Johnson, 1994; Denzin, 1997; Denzin and Lincoln, 2000). Sehingga diperlukan cara baru untuk menilai kerja etnografi (Wolcott, 1990; Atkinson and Hammersley, 1994; Kozinets, 2002; Nocera, 2006). Mereka inilah yang lebih mengutamakan konsensus-konsensus dalam penelitian etnografi

sehingga memiliki kriteria layak. Konsensus tersebut antara lain: kredibilitas (lebih dari validitas), transferabilitas (lebih dari generalisasi), ketergantungan (lebih dari kehandalan) dan klaim pengetahuan.

Kredibilitas dan Kehandalan Sebagai Lawan Validitas dan Reliabilitas

Ahli etnografi menekankan pada kredibilitas fenomena, karena dapat menentukan teknik analisis yang digunakan, etnografi juga mengarahkan pengembangan teori yang kredibel.

Etnografer harus mempertanyakan apakah fenomena yang mereka peroleh, cukup mewakili realitas masyarakat. Para etnografer juga harus mempertanyakan pada diri sendiri apakah pengalaman yang diperoleh itu, cukup untuk menunjukkan perkembangan teori dan mampu menghasilkan proposisi.

Transferabilitas Sebagai Lawan Generalisasi.

Beberapa peneliti kualitatif mengacu pentingnya 'generalisasi naturalistik, yaitu kemampuan peneliti untuk menghasilkan detail yang cukup untuk memungkinkan pembaca untuk menilai apakah sebuah studi dapat menjamin generalisasi (Stake and Trumbull, 1982; Shadish, 1995)

Tuntutan tersebut ditentang keras oleh para etnografer, karena generalisasi adalah praktik dalam dunia komersial. Bagi sebagian besar etnografer, mereka sudah tidak lagi terpenjara oleh manajemen "ilmiah" yang ketat dan alasan penelitian harus dapat diimplementasikan. Karena lebih penting memperhatikan penelitian yang lebih nomotetis di alam.

Ketergantungan pada Konteks

Fenomena sosial memiliki ketergantungan terhadap konteks, antara lain seperangkat perilaku, organisasi, hubungan sosial, kehadiran individu atau kelompok dalam lingkungan sosial tertentu, originalitas, narasi kebenaran, dan *verisimilitude* emosional (kemunculan pengaruh emosi peneliti). Hal ini perlu diwaspadai etnografer agar terhindar dari bias pada hasil penelitian.

Kekuatan Analisis dan Triangulasi

Penelitian etnografi dinilai lemah dalam klaim pengetahuan melalui penarikan simpulan, karena mungkin hasilnya tidak memadai atau hasilnya tidak mencerminkan data secara luas. Hal ini antara lain disebabkan oleh terlalu kuatnya pengaruh penjelasan informan kunci, hilangnya bukti *disconfirming* yaitu penjelasan fakta atau argumen, informasi yang menyesatkan, atau malah gagal menjelaskan kepentingan peneliti dalam penelitian.

Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut adalah melalui identifikasi masalah penelitian yang jelas, proses analisisnya harus kuat, konfirmasi informasi secara berulang dan triangulasi data. Pada beberapa bagian, peneliti perlu menggunakan hermeneutika untuk membantu informan terhadap konstruksi realitas sosial. Triangulasi data dilakukan melalui: narasumber, referensi dari peneliti lain, diskusi dengan sesama peneliti/ akademisi/ supervisor penelitian, dan forum diskusi lain. Termasuk di dalamnya mencabar teori (memahami akar teori, sejarah teori, konteks sosial teori, peta jalan teori, menguasai paradigma, menyandingkan dan menandingkan teori). Serta berhati-hati dalam memilih metode pengumpulan data (seperti wawancara mendalam, penguasaan teknik elisitasi atau penyaringan informasi) (Denzin, 1997).

Etnografi Virtual: Konvensional atukah Kritis?

Etnografi konvensional didominasi perspektif yang diadopsi dari interpretivist yaitu melihat masyarakat sebagai situs sosial. Informan atau subyek yang diteliti dipandang sebagai penyusun nalar aktif yang bertujuan untuk menangkap dan menampilkan konsensus budaya dan memiliki kesatuan pandangan dengan peneliti dalam cara yang 'senyatanya' (Alvesson and Deetz, 2000). Tujuan studi etnografi konvensional untuk menunjukkan bagaimana realitas tertentu diproduksi secara sosial dan dipertahankan melalui norma-norma, ritual, ritual dan aktivitas sehari-hari.

Salah satu kritik utama terhadap hasil penelitian Etnografi adalah kurang tampaknya sisi pemanfaatan, terutama dalam konteks manajemen penelitian, yang mengedepankan kebajikan daya tular hasil penelitian dan relevansinya dengan dunia nyata.

Ahli etnografi kritis mengadopsi ontologi didasarkan pada pemahaman bahwa secara historis, suatu organisasi sosial lahir dalam kondisi perjuangan dan dominasi. Bahwa etnografi kritis dimulai dari premis "bahwa struktur dan konten budaya bagi sebagian orang, tidak perlu membuat hidup menjadi lebih kejam, kasar, dan singkat" (Thomas, 1993).

No	Etnografi konvensional	Etnografi Kritis
1	Melakukan deskripsi budaya secara tebal dan dalam (Geertz, 1973)	mengadopsi tujuan politik untuk mengubah budaya
2	Menjelaskan "apa yang ada" di sosial	Bertanya "apa yang bisa" dilakukan sosial (Thomas, 1993)
3	Bertujuan eksplorasi	Bertujuan perubahan sosial

Pada etnografi konvensional sering melibatkan 'ketertarikan' peneliti (Smith, 2001), mengadopsi observasi non partisipan, sehingga memunculkan dilema etika peneliti.

Pendekatan kritis memiliki kepentingan mendasar dalam emansipasi dan pemberdayaan informan untuk terlibat dalam aksi otonom yang timbul dari keotentikan dan pentingnya wawasan (difasilitasi oleh peneliti) dalam konstruksi sosial masyarakat (Grundy, 1987).

Pendekatan kritis juga menganjurkan pengakuan eksplisit agar terhindar dari bias dan subjektivitas peneliti. Harus ada pengakuan dari narasumber (individu atau masyarakat) bahwa mereka diteliti, sehingga peserta yang diteliti memiliki hak pertama terhadap realitas untuk mengartikulasikan fungsi realitas sosial, dan untuk memutuskan bagaimana isu-isu akan diatur dan ditetapkan (McLaren, 1992). Itu artinya etnografi virtual adalah kritis. Pengakuan berasal dari dua pihak, peneliti dan informan yang diteliti. Untuk itulah etnografi virtual bersifat menyadarkan, menawarkan dan memberdayakan.

Isu pertama dalam perdebatan penelitian etnografi virtual, adalah tentang kepercayaan dan keaslian data. Lingkungan daring adalah lingkungan yang dinilai tidak bersahabat, impersonal (saling tidak kenal) dan ketersediaan data valid yang sedikit dan dangkal (Sharf, 1999). Namun beberapa ahli menolak pemahaman tersebut, bahwa dunia daring justru membebaskan, memfasilitasi penelitian, dan menyediakan lapangan yang kaya data (Markham, 1998; Hine, 2000; Rheingold, 2000; Schaap, 2002).

Dalam dua argumen yang bertentangan itu, muncul elemen kunci melakukan penelitian etnografi di dunia daring yaitu waktu yang dihabiskan untuk daring (Parks and Floyd, 1996; Whitty, 2002). Sehingga isu-isu tentang kepercayaan dan keaslian data dapat diatasi dengan memperhatikan cara di mana penduduk atau warga dunia cyber bernegosiasi dan mengembangkan hubungan sosial.

Hasil penelitian tentang persahabatan offline dan daring, menarik untuk disimak. Terdapat temuan hubungan yang dimulai secara daring, jarang akan bertahan dan tetap tinggal di dunia daring (Parks and Floyd, 1996). Dengan demikian, dunia maya memberikan cara untuk memperluas jaringan individu, hubungan pribadi, mengubah cara kita bertemu, bernegosiasi dan menghasilkan persahabatan. Hubungan daring sering berkelanjutan offline, menunjukkan bahwa dunia maya adalah menjadi semakin tertanam dalam kehidupan sehari-hari. Sejatinya diakui, bahwa dunia cyber bukan suatu tempat yang berada di luar kehidupan sehari-hari.

METODE

Melakukan etnografi di internet melibatkan kesediaan untuk belajar bagaimana hidup di dunia maya dan bagaimana memperhitungkan kegiatan di sana dari waktu ke waktu. Hal itu dilakukan agar menunjukkan bahwa mengidentifikasi pola-pola perilaku adalah fitur penting dari suatu etnografi, dan pola-pola kehidupan dan relasi sosial harus dipelajari secara bertahap, kontak langsung dalam waktu lama dengan anggota kelompok sosial (Hymes, 1996; Johnstone and Marcellino, 2010).

Perihal lamanya waktu tidak ada batasan yang pasti, tergantung kebutuhan data dan analisis yang dilakukan. Bisa tiga bulan, satu tahun, tiga tahun dan seterusnya. Kita harus menyiapkan diri berinteraksi dengan sebuah komunitas dengan warga dari seluruh dunia yang melintasi semua zona waktu. Etnografi virtual lebih dari sekedar observasi partisipan. Karena tinggal dan bekerja di dunia cyber, kita bisa menggunakan banyak metode untuk mengumpulkan berbagai data yang kaya. Termasuk dengan kuesioner dan wawancara semi-terstruktur secara tatap muka. Pengumpulan data secara offline ini bermanfaat ketika membahas tentang isu orisinalitas dan kebenaran data.

Kuesioner juga disesuaikan kebutuhan, biasanya berisi campuran pertanyaan terbuka dan tertutup. Tujuannya adalah untuk menangkap motivasi, minat dan persepsi narasumber berkaitan dengan berbagai masalah: terutama bagaimana jaringan sosial diciptakan dan direproduksi di dunia maya. Kedua, itu akan memberikan wawasan ke dalam pembuatan, negosiasi dan reproduksi dari sosialitas pengalaman daring mereka, karena mereka berpindah berada di dunia maya dan di dunia nyata.

Kuesioner dapat diatur dalam beberapa bagian. Bagian pertama untuk menggali informasi latar belakang umum. Bagian kedua, berisikan pertanyaan seputar komunikasi, bahasa dan teknologi. Bagian ketiga, menggali informasi tentang masyarakat dan opini. Bagian keempat, berisikan info sifat realitas kehidupan nyata dan Bagian kelima, relasi sosial mereka di dunia virtual.

Sementara jumlah narasumber disesuaikan dengan tujuan penelitian dan kepentingan analisis. Penting untuk membandingkan pengalaman, dengan mempertimbangkan variabel lain seperti usia, jenis kelamin dan lamanya waktu mengunjungi dunia cyber.

Teknik pengumpulan data yang lain adalah dengan menuliskan cerita pendek atau monolog tentang hubungan pribadi mereka di dunia virtual disesuaikan dengan tema penelitian, sehingga menjadi data yang cukup sebagaimana hasil proses wawancara terbuka.

Dengan mendorong narasumber untuk menulis tentang pengalaman mereka secara rinci, peneliti dapat mengeksploitasi cerita mereka sebagai bentuk penelitian narasi. Cerita mengenai pengalaman seseorang, adalah informasi paling dekat yang dapat kita peroleh dan menjadi bagian pengalaman kita (Clandinin and Connelly, 1994).

Namun bagaimana kita bisa tahu apakah informan atau narasumber di dunia maya itu benar dan asli? Harus hati-hati, karena banyak cara baru yang berkembang di dunia maya, untuk memproduksi atau menyembunyikan identitas sebenarnya (Donath, 1999).

Dalam metode etnografi virtual ditegaskan bahwa verifikasi keaslian data bukanlah topik yang dapat dipisahkan dari etnografi itu sendiri. Dengan kata lain, bahwa kebenaran data dari dunia virtual adalah proses yang situasional yang berlangsung reflexive dan dinegosiasikan, bukan sebuah proses objectivikasi yang akan dilakukan hanya ketika menganalisis data. Tidak ada gunanya menentukan apakah bahwa keaslian seseorang di dunia virtual harus dapat dilihat langsung orangnya dan hal itu dinilai sebagai sebuah syarat mutlak. Pijakan utama bagi seorang etnografer virtual, janganlah membawa kriteria eksternal untuk menilai apakah aman untuk mempercayai apa yang informan katakan, namun datanglah ke dunia virtual untuk memahami bagaimana informan menilai keaslian informasi yang disampaikannya (Hine, 2000).

Pendapat tersebut didukung Monica T. Whitty yang melakukan etnografi virtual pada chat room. Dia mengungkapkan bahwa orang-orang yang menghabiskan waktu lebih sedikit di ruang chatting 'memiliki kecenderungan untuk berbohong'. Sebaliknya, semakin banyak waktu yang dihabiskan orang di chat room mereka lebih terbuka untuk menjadi diri mereka sendiri. Hal ini mengikuti pola yang sama dengan hubungan tatap muka di mana kepercayaan orang berkembang secara bertahap dan menjadi akrab satu dengan yang lain (Whitty, 2002).

Untuk mengatasi masalah penipuan identitas, ada saran menarik. Dalam diskusinya tentang julukan atau identitas di dunia maya, informan atau narasumber di dunia daring yang mempertahankan julukan yang sama (id name) dan tidak pernah berganti selama beberapa waktu, adalah orang-orang yang memiliki kepribadian relatif konsisten sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji kebenaran terhadap pola interaksi secara reguler (Mann and Stewart, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Isu Etika Penelitian

Etnografi virtual mirip dengan etnografi konvensional karena empat kewajiban moral utama, ketika penelitian melibatkan subjek manusia, yaitu: prinsip *non-maleficence* (tidak bertujuan melakukan tindakan kejahatan), perlindungan anonimitas (nama narasumber dilindungi), kerahasiaan data, dan memperoleh *informed consent* (instrumen komunikasi timbal balik antara peneliti dengan informan, dengan otorisasi atau izin oleh informan agar peneliti dapat bertindak dengan cara tertentu).

Karena berada di dunia maya, maka etnografer virtual juga harus mematuhi berbagai hukum internasional mengenai privasi internet, terutama dalam kaitannya dengan orang-orang di bawah usia 13 tahun, yang tidak dapat memberikan *informed consent*. Pada masalah ini, terkait erat dengan kurangnya petunjuk visual tentang usia yang biasanya akan menginformasikan penelitian etnografi. Untuk mengatasi masalah ini, kita wajib secara aktif meminta orang-orang di bawah usia 13 tahun untuk tidak menanggapi, dan termasuk pada kuesioner, ada tambahan catatan bahwa peneliti siap mematuhi Undang-Undang Perlindungan Privasi Online Anak 1998 (COPPA), Undang-Undang Perlindungan Anak (Indonesia), dan rekomendasi dari komunitas Internet Crime Forum (IRC), dan sebagainya.

Prosedur Melakukan Etnografi Virtual

Langkah Pertama: Identifikasi Masyarakat Secara Proaktif

Kesulitan utama etnografer virtual adalah memasuki komunitas virtual yang sudah mapan (yang sudah tertata baik). Umumnya terdapat peran gatekeeper sebagai penghadang, seperti pemilik situs, moderator grup atau penegak aturan di komunitas (Foster, 1994, 2006). Mereka secara aktif, akan sangat mencermati perihal privasi. Isu utama para gate keeper adalah dukungan untuk melindungi keamanan anggotanya (Mann and Stewart, 2009; Seidman, 2013; Flick, 2014).

Oleh karena itu, strategi yang dipilih oleh kebanyakan etnografer agar sukses memasuki komunitas virtual adalah dengan agenda emansipatoris, yaitu memberikan kesempatan kepada komunitas untuk melakukan identifikasi terhadap studi kita, mereka akan membuat keputusan apakah studi ini memberikan pengharapan atau keuntungan terhadap kehidupan nyata mereka, sehingga mereka dapat berposisi menjadi agen dalam perubahan atau penciptaan nilai sosial (Comstock, 1982).

Langkah Kedua: Melakukan Negosiasi Akses

Setelah melakukan observasi dalam pemilihan komunitas, peneliti dapat memasuki komunitas dengan mendapatkan izin dari anggota komunitas (bertentangan dengan praktik pada etnografi konvensional yang melakukan penelitian dan pengamatan tanpa perlu mendapatkan pengakuan kehadiran mereka dari masyarakat). Beberapa ahli etnografi virtual tidak mencari izin dulu untuk memasuki komunitas virtual tertentu untuk belajar budaya, itu artinya mereka gagal untuk menegakkan prinsip-prinsip dasar etika penelitian yang terbuka dan jujur.

Peneliti etnografi virtual harus kritis dengan melakukan tahapan untuk menjelaskan riset mereka, peran peneliti dan yang diteliti serta menawarkan manfaat penelitian bagi mereka yang diteliti. Misalnya dengan menunjukkan manfaat bagi komunitas, di mana ada keuntungan keanggotaan dalam hal wawasan, pengetahuan dan pengalaman belajar pada akhirnya berdampak memberikan perubahan. Juga harus dibuat jelas bahwa penelitian etnografi yang kita lakukan adalah tentang mereka, dan bagi mereka.

Kontak awal ini dapat dilakukan melalui sarana elektronik baik secara terbuka melalui komunitas di mana aktivitas relasional berlangsung, atau secara pribadi melalui email kepada individu. Harus dicatat bahwa “calon informan atau narasumber yang diteliti” bebas untuk menarik diri dari penelitian setiap saat, baik tanpa alasan dan ataupun dengan alasan.

Langkah Ketiga: Melakukan Kontak

Bagi etnografer virtual harus menggunakan observasi partisipan dimana peneliti wajib memperoleh pengalaman dari tangan pertama dalam budaya daring. Observasi partisipan adalah fitur kunci dari penelitian dalam masyarakat jaringan, elektronik dan internet (Rheingold, 1995; Horn, 1998; Turkle, 2011) dan dalam etnografi virtual (Myers, 1987; Meyer and Thomas, 1990; Reid, 1992; Kendall, 1999; Sharf, 1999).

Keterlibatan langsung di wilayah daring ini akan menumbuhkan kesadaran lebih besar dalam melakukan pengamatan terhadap fenomena relasional, pola konflik dan atau tindakan penindasan yang muncul. Pengamatan intens pada perilaku dan peristiwa yang diamati, memungkinkan peneliti untuk berspekulasi mengenai kondisi yang diperlukan dan kemudian mencari bukti konfirmasi dan disconfirmatory tentang fenomena tersebut (Singh and Dickson, 2002).

Sebagaimana syarat yang dimiliki seorang peneliti untuk memahami setiap kasus individual dan mendapatkan kedalaman informasi yang layak, hal ini bermanfaat untuk mengubah metode pengumpulan data jika perubahan tersebut dapat memperbaiki

pemanfaatan teori atau untuk memberikan wawasan teoritis baru (Eisenhardt, 1989). Sehingga penelitian etnografi, tidak perlu kuatir “dituduh” tidak sistematis. Terpenting, peneliti etnografi harus sadar pilihan dan mengambil manfaat dari kasus atau informasi unik yang muncul, karena “dimungkinkan” para peneliti ini dapat menghubungkan tema baru dan penggunaan teori lain yang lebih representatif. Untuk itu selama periode penelitian, catatan lapangan rinci harus dikumpulkan, termasuk berbagai pengalaman yang dibuktikan dalam bentuk komunikasi dan wawancara dialogis.

Langkah Keempat: Wawancara Mendalam (Elektronik dan atau Tatap Muka)

Praktik wawancara etnografi konvensional dan etnografi virtual sama-sama digunakan untuk memudahkan pemahaman tentang makna. Keduanya menggunakan wawancara dialogis yang interaktif, peneliti mengeksplorasi makna tersembunyi bersama subyek, peneliti memverifikasi setiap pemahaman, sebelum peneliti memberikan analisis lebih lanjut dan memberikan kritik. Proses ini disebut sebagai berbagi pengalaman bersama (Anderson and Weitz, 1989) dan inilah yang menandai jenis wawancara yang sangat berbeda dari praktek wawancara penelitian lainnya, karena wawancara dalam etnografi memberi manfaat dalam hal kedalaman dan kekayaan hasil.

Bentuk wawancaranya bisa terstruktur dan semi terstruktur. Wawancara terstruktur yang dilakukan secara daring baik menggunakan bentuk sinkron chatting (interaksi real time) dan atau wawancara melalui email (delayed time, memberi kesempatan subyek untuk berpikir dan merenung). Juga dapat dilakukan dengan wawancara tatap muka. Peran wawancara terstruktur dalam meneliti pengalaman subjektif dari individu, sangat cocok dan baik untuk, terutama untuk penelitian etnografi virtual (Clandinin and Connelly, 1994, 2004) .

Ada catatan khusus terhadap wawancara yang dilakukan melalui email, dimana subyek memberikan jawaban melalui tulisan. Penggunaan email memungkinkan informan untuk menjawab pertanyaan dalam waktu yang cukup lama, karena memungkinkan mereka untuk berpikir dan meralat tulisannya. Penggunaan email ini dapat meringkas 10 hingga 100 jam dialog per diwawancara, memungkinkan mendapat informasi lebih dalam, terdokumentasi dengan baik, wawasan yang lebih kaya (Anderson and Weitz, 1989; Mann and Stewart, 2009).

Penggunaan email sebagai bentuk wawancara terstruktur, meskipun email membatasi tatap muka antara peneliti dan diteliti, tetapi proses produksi pengetahuan lebih tertata, tanggapan pihak yang diteliti lebih mudah diadopsi, memudahkan identifikasi informasi, tanggapan, komentar dan umpan balik. Penggalan data semacam ini menurutnya 'sangat

interaktif', 'dengan data yang kompleks dan kaya,' menambahkan itu, 'cara praktis dan tepat untuk memfasilitasi penelitian partisipatif' (Schonlau *et al.*, 2002; Seidman, 2013)

Langkah Kelima: Mengembalikan Hasil dan Analisis Riset untuk Masyarakat

Berbeda dengan etnografi konvensional, yang sekedar cenderung mengikuti alur wawancara dan dilakukan analisis, maka etnografi virtual yang kritis, memastikan bahwa setiap perkembangan teori dan temuan dikembalikan ke para pihak yang diteliti untuk mendapatkan komentar balik dan dimungkinkan dilakukan kerja ulang. Hal ini penting dilakukan, jika penelitiannya bertujuan untuk menghasilkan perubahan emansipatoris dan meningkatkan kemampuan belajar komunitas.

KESIMPULAN

Etnografi virtual digunakan sebagai metode pengumpulan data dengan beberapa langkah. Langkah tersebut diantaranya yaitu : Identifikasi Masyarakat Secara Proaktif, Melakukan Negosiasi Akses, Melakukan Kontak dengan melakukan observasi partisipan, Wawancara Mendalam (Elektronik dan atau Tatap Muka) baik menggunakan wawancara terstruktur maupun semi terstruktur, dan mengembalikan hasil beserta analisis riset untuk masyarakat.

REFERENSI

- ² Altheide, D. L. and Johnson, J. M. (1994) "Criteria for Assessing Interpretative Validity in Qualitative Research," in Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. (eds.) *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc., pp. 485–499.
- Alvesson, M. and ³⁹ Kärreman, A. (2000) *Doing Critical Management Research*. London: Sage Publications Ltd.
- ²⁹ Anderson, E. and Weitz, B. (1989) "Determinants of Continuity in Conventional Industrial Channel Dyads," *Marketing Science*, 8(4), pp. 310–323. Available at: <http://www.jstor.org/stable/183978>.
- ⁸ Atkinson, P. and Hammersley, M. (1994) "Ethnography and participant observation," in Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. (eds.) *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc., pp. 248–261.

- ⁴¹ Bate, S. P. (1997) "Whatever Happened to Organizational Anthropology? A Review of the Field of Organizational Ethnography and Anthropological Studies," *Human Relations*, 50(9), pp. 1147–1175. doi: 10.1177/001872679705000905.
- ¹² Clandinin, D. J. and Connelly, F. M. (1994) "Personal Experience Methods," in Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. (eds.) *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc., pp. 413–427.
- ²⁰ Clandinin, D. J. and Connelly, F. M. (2004) *Narrative Inquiry: Experience and Story in Qualitative Research*. Wiley-Blackwell.
- ⁶ Comstock, D. (1982) "A Method for Critical Research," in Bredo, E. and Feinberg, W. (eds.) *Knowledge and Values in Social and Educational Research*. Philadelphia: Temple University Press, pp. 370–390.
- ⁷ Denzin, N. K. (1997) *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. McGraw-Hill.
- ³⁶ Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. (2000) *Handbook of Qualitative Research*. 2nd ed. Edited by N. K. Denzin and Y. S. Lincoln. London: Sage Publications Ltd.
- ¹¹ Donath, J. S. (1999) "Identity and Deception in the Virtual Community," in Smith, M. A. and Kollock, P. (eds.) *Communities in Cyberspace*. London: Routledge, pp. 29–59.
- ² Eisenhardt, K. M. (1989) "Building Theories from Case Study Research," *The Academy of Management Review*, 14(4), p. 532. doi: 10.2307/258557.
- ²⁷ Flick, U. (2014) *An Introduction to Qualitative Research*. 5th ed. London: SAGE Publications Ltd.
- ¹⁷ Foster, G. (1994) "Fishing with the net for research data," *British Journal of Educational Technology*, 25(2), pp. 91–97. doi: 10.1111/j.1467-8535.1994.tb00094.x.
- ³³ Foster, P. (2006) "Observational Research," in Sapsford, R. and Jupp, V. (eds.) *Data Collection and Analysis*. 2nd ed. 1 Oliver's Yard, 55 City Road, London England EC1Y 1SP United Kingdom: SAGE Publications Ltd, pp. 58–92. doi: 10.4135/9781849208802.n3.
- ³¹ Geertz, C. (1973) *The Interpretation Of Cultures*. New York: Basic Books.
- ⁴ Grundy, S. (1987) *Curriculum: Product Or Praxis?* 1st ed. London: Falmer Press.
- Hine, C. (2000) *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications Ltd.

- ⁴ Horn, S. (1998) *Cyberville: Clicks, Culture, and the Creation of an Online Town*. New York: Warner Books, Inc.
- Hurley, S. L. (1998) *Consciousness in Action*. Cambridge: ¹³ Harvard University Press.
- Hymes, D. (1996) *Ethnography, Linguistics, Narrative Inequality: Toward an Understanding of Voice*. London: Taylor & Francis.
- ¹⁰ Janesick, V. J. (1998) "The Dance of Qualitative Research Design: Metaphor, Methodolatry, and Meaning," in Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. (eds.) *Strategies of Qualitative Inquiry*. London: Sage Publications Ltd., pp. 35–55.
- ³⁰ Johnstone, B. and Marcellino, W. (2010) *Dell Hymes and the Ethnography of Communication*. Pittsburgh.
- ⁴⁰ Kendall, L. (1999) "Recontextualizing 'Cyberspace': Methodological Considerations for on-Line Research," in Jones, S. (ed.) *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. 2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320 United States: SAGE Publications, Inc., pp. 57–74. doi: 10.4135/9781452231471.n3.
- ³² Kozinets, R. V. (2002) "The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities," *Journal of Marketing Research*, 39(1), p. ⁹ 61–72. doi: 10.1509/jmkr.39.1.61.18935.
- Kozinets, R. V. (2009) *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. 1st ed. London: Sage Publications Ltd.
- ¹⁸ Mann, C. and Stewart, F. (2009) *Internet Communication and Qualitative Research: A Handbook for Researching Online*. Los Angeles: Sage Publications Ltd.
- Mariampolski, H. (1999) "The Power of Ethnography," *International Journal of Market Research*, 41(1), p. 12.
- ²⁵ Markham, A. N. (1998) *Life Online: Researching Real Experience in Virtual Space*. London: Alta Mira Press.
- ³⁴ McLaren, P. (1992) "Collisions with otherness: 'traveling' theory, post-colonial criticism, and the politics of ethnographic practice the mission of the wounded ethnographer," *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 5(1), pp. 77–92. doi: 10.1080/0951839920050109.

- ¹⁴ Meyer, G. and Thomas, J. (1990) "The Baudy World of the Byte Bandit: A Postmodernist Interpretation of the Computer Underground," in Schmallegger, F. (ed.) *Computers in Criminal Justice: Issues and Applications*. Bristol: Wyndham Hall Press, Inc.
- ¹⁹ Myers, D. (1987) "'Anonymity is part of the magic': Individual manipulation of computer-mediated communication contexts," *Qualitative Sociology*, 10(3), pp. 251–266.
- ¹ Nocera, J. L. A. (2006) "Ethnography and Hermeneutics in Cybercultural Research Accessing IRC Virtual Communities," *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(2). doi: 10.1111/j.1083-6101.2002.tb00146.x.
- ¹ Paccagnella, L. (1997) "Getting the Seats of Your Pants Dirty: Strategies for Ethnographic Research on Virtual Communities," *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(1). doi: 10.1111/j.1083-6101.1997.tb00065.x.
- ²¹ Parks, M. R. and Floyd, K. (1996) "Making Friends in Cyberspace," *Journal of Communication*, 46(1), pp. 80–97.
- Reid, E. M. (1992) "Electropolis: Communication and Community on Internet Relay Chat," p. 31.
- ²² Rheingold, H. (1995) *The Virtual Community: Finding Connection in a Computerized World*. London: Minerva Press.
- ³ Rheingold, H. (2000) *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Revised. Cambridge: The MIT Press.
- Schaap, F. (2002) *The Words That Took Us There. Ethnography in a Virtual Reality*. Amsterdam: Aksant Academic Publishers.
- Schonlau, M. et al. (²⁶2002) *Conducting Research Surveys via E-mail and the Web*. Santa Monica: RAND.
- ⁵ Seidman, I. (2013) *Interviewing as Qualitative Research: a Guide for Researchers in Education and the Social Sciences*. 4th ed. New York: Teachers College Press, Columbia University.
- ²⁴ Shadish, W. R. (1995) "The logic of generalization: Five principles common to experiments and ethnographies," *American Journal of Community Psychology*, 23(3), pp. 419–428. doi: 10.1007/BF02506951.
- ²³ Sharf, B. F. (1999) "Beyond Netiquette: The Ethics of Doing Naturalistic Discourse Research on the Internet," in Jones, S. (ed.) *Doing Internet Research: Critical Issues and*

Methods for Examining the Net. 2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320 United States: SAGE Publications, Inc., pp. 243–256. doi: 10.4135/9781452231471.n12.

42

Singh, V. and Dickson, J. (2002) “Ethnographic Approaches to the Study of Organizations,” in Partington, D. (ed.) *Essential Skills for Management Research*. 1 Oliver’s Yard, 55 City Road, London EC1Y 1SP United Kingdom: SAGE Publications Ltd, pp. 117–135. doi: 10.4135/9781848605305.n7.

37

Smith, V. (2001) “Ethnographies of Work and the Work of Ethnographers,” in Atkinson, P. et al. (eds.) *Handbook of Ethnography*. London: SAGE Publications Ltd, pp. 220–233. doi: 10.4135/9781848608337.n15.

16

Stake, R. E. and Trumbull, D. J. (1982) “Naturalistic Generalizations,” *Review Journal of Philosophy and Social Science*, 7, pp. 1–12.

35

Thomas, J. (1993) *Doing Critical Ethnography*. Newbury Park: Sage Publications Ltd.

15

Turkle, S. (2011) *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon and Schuster.

28

Whitty, M. T. (2002) “Liar, liar! An examination of how open, supportive and honest people are in chat rooms,” *Computers in Human Behavior*, 18(4), pp. 343–352. doi: 10.1016/S0747-5632(01)00059-0.

1

Wolcott, H. F. (1990) “MAKING A STUDY ‘MORE ETHNOGRAPHIC,’” *Journal of Contemporary Ethnography*, 19(1), pp. 44–72. doi: <https://doi.org/10.1177/089124190019001003>.

Etnografi Virtual sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1** Dariusz Jemielniak. "Common Knowledge?", Walter de Gruyter GmbH, 2020 1 %
Publication
- 2** Management Research News, Volume 21, Issue 6 (2012-08-06) 1 %
Publication
- 3** Denise Carter. "Living in virtual communities: an ethnography of human relationships in cyberspace", Information, Communication & Society, 2005 1 %
Publication
- 4** Crowe, Nic. "'Hanging with the 'Cathaby Shark Gurlz' and other Runescape stories: Young people, identity and community in a virtual world", Brunel University School of Sport and Education PhD Theses, 2010. 1 %
Publication
- 5** Keith C. Barton. "Elicitation Techniques: Getting People to Talk About Ideas They Don't <1 %

Usually Talk About", Theory & Research in Social Education, 2015

Publication

6

Saša Baškarada, Andy Koronios. "A philosophical discussion of qualitative, quantitative, and mixed methods research in social science", *Qualitative Research Journal*, 2018

Publication

<1 %

7

Antonella Delle Fave, Ingrid Brdar, Teresa Freire, Dianne Vella-Brodrick, Marié P. Wissing. "The Eudaimonic and Hedonic Components of Happiness: Qualitative and Quantitative Findings", *Social Indicators Research*, 2010

Publication

<1 %

8

Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers, Volume 16, Issue 4 (2015)

Publication

<1 %

9

Daiane Scaraboto, Carlos Alberto Vargas Rossi, Diego Costa. "How consumers persuade each other: rhetorical strategies of interpersonal influence in online communities", *BAR - Brazilian Administration Review*, 2012

Publication

<1 %

10

Stephen Wigley, Christopher M. Moore. "The operationalisation of international fashion retailer success", Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, 2007

Publication

<1 %

11

European Journal of Marketing, Volume 47, Issue 10 (2013-09-28)

Publication

<1 %

12

Ilene B. Harris. "Chapter 3 Qualitative Methods", Springer Science and Business Media LLC, 2002

Publication

<1 %

13

Julia Davies. "Display, Identity and the Everyday: Self-presentation through online image sharing", Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education, 2007

Publication

<1 %

14

Kimberly A. McCabe, Sharon S. Gregory. "Recognizing the Illegal Activities of Computer Users", Social Science Computer Review, 2016

Publication

<1 %

15

Tom Boellstorff, Bonnie Nardi, Celia Pearce, T.L. Taylor, George E. Marcus. "Ethnography and Virtual Worlds", Walter de Gruyter GmbH, 2013

Publication

<1 %

16

Jennifer M. Case, Delia Marshall, Cedric J. Linder. "Being a student again: a narrative study of a teacher's experience", Teaching in Higher Education, 2010

Publication

<1 %

17

Michelle M. Kazmer, Bo Xie. "QUALITATIVE INTERVIEWING IN INTERNET STUDIES: Playing with the media, playing with the method", Information, Communication & Society, 2008

Publication

<1 %

18

Monica T. Whitty. "chapter 196 Ethical Implications of Investigating Internet Relationships", IGI Global, 2005

Publication

<1 %

19

"Soziale Medien", Springer Science and Business Media LLC, 2020

Publication

<1 %

20

Nalita James, Hugh Busher. "Ethical issues in online educational research: protecting privacy, establishing authenticity in email interviewing", International Journal of Research & Method in Education, 2007

Publication

<1 %

21

Patricia Weerakoon. "E-learning in sexuality education", Medical Teacher, 2014

Publication

<1 %

22 Alphia Possamai-Inesedy, Alan Nixon. "A place to stand: Digital sociology and the Archimedean effect", Journal of Sociology, 2017
Publication <1 %

23 Journal of Organizational Ethnography, Volume 2, Issue 1 (2014-03-28)
Publication <1 %

24 C. Shdaimah. "Collaboration Between Community Advocates and Academic Researchers: Scientific Advocacy or Political Research?", British Journal of Social Work, 07/31/2007
Publication <1 %

25 Jörn Lamla. "Zugänge zur virtuellen Konsumwelt", „Auf unsicherem Terrain“, 2010
Publication <1 %

26 Roberto Furlan, Diego Martone. "Web Surveys", Wiley, 2011
Publication <1 %

27 Carlos de Castro, Alicia Reigada, Elena Gadea. "The devaluation of female labour in fruit and vegetable packaging plants in Spanish Mediterranean agriculture", Organization, 2019
Publication <1 %

28

Gwyneth Hughes, Catherine Scott. "No Pain, No Game: Use of an Online Game to Explore Issues of Online Identity and the Implications for Collaborative E-Learning", E-Learning and Digital Media, 2016

Publication

<1 %

29

María Victoria Bordonaba-Juste, Yolanda Polo-Redondo. "Relationships in Franchised Distribution System: the Case of the Spanish Market", The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 2004

Publication

<1 %

30

Zoi Kalou, Eugene Sadler-Smith. "Using Ethnography of Communication in Organizational Research", Organizational Research Methods, 2015

Publication

<1 %

31

Given. The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods

Publication

<1 %

32

Judit Simon. "Kutatás-módszertani trendek a marketingben", Vezetéstudomány / Budapest Management Review, 2016

Publication

<1 %

33

Peter Gibbings, John Lidstone, Christine Bruce. "Students' experience of problem-

<1 %

based learning in virtual space", Higher Education Research & Development, 2014

Publication

34

Valerie-Lee Chapman. "Teaching as a Site of Re-presentation. Metaphors, Tropes and Texts", Reflective Practice, 6/1/2002

Publication

<1 %

35

Yoon, Hyun-Min, and Eun-Ja Hyun. "Young Children's Perception of Intelligent Service Robots and Child-Robot Interactions", Korean Journal of Child Studies, 2012.

Publication

<1 %

36

Robin C. Wills. "A new and different space in the primary school: single - gendered classes in coeducational schools", Educational Studies, 2007

Publication

<1 %

37

Rosalind E. Hurworth. "Teaching Qualitative Research", Brill, 2008

Publication

<1 %

38

Khe Foon Hew, Dennis Knapczyk. "Analysis of ill-structured problem solving, mentoring functions, and perceptions of practicum teachers and mentors toward online mentoring in a field-based practicum", Instructional Science, 2006

Publication

<1 %

39

Lewis. SAGE Encyclopedia of Social Science Research Methods

Publication

<1 %

40

Marko Siitonen. "chapter 33 Participant Observation in Online Multiplayer Communities", IGI Global, 2011

Publication

<1 %

41

Peter Lugosi. "Ethnography, Ethnographers and Hospitality Research: Communities, Tensions and Affiliations", Tourism and Hospitality Planning & Development, 2009

Publication

<1 %

42

John Walsh. "Business strategies used by Micro-SMEs in a Bangkok street market", Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 2014

Publication

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 4 words

Exclude bibliography On