

Ringkasan Kelompok 275
**Communication Richness in Electronic Mail : Critical Social Theory
and the Contextuality of Meaning**

Penulis : Ojelanki K. Ngwenyama and Allen S. Lee
Peringkas : Bobby Alexander W (1205000231)
Keywords : *Computer mediated communication, critical social theory, media richness, qualitative research, organizational communication.*
Sumber : *MIS Quarterly June 1997*

Abstraksi

Information Richness Theory (IRT) telah diterima oleh peneliti sistem informasi (SI) dalam beberapa dekade terakhir, namun fakta terakhir menyatakan hal itu telah bergeser dan membutuhkan teori baru. Sejak saat itu penelitian SI pada *communication richness* dibatasi pada pandangan *positivism* dan *interpretivism* saja. Pada pembelajaran kali ini diperkenalkan *critical social theory* (CST) sebagai pandangan baru dalam *communication richness*. Paper ini berisi definisi dari CST dan perbandingannya dengan *positivism* dan *interpretivism*, kemudian menjelaskan CST berdasarkan kerangka kerja aksi sosial untuk mempelajari komunikasi organisasi dalam berbagai media, dan yang terakhir penulis menyimpulkan mengenai penelitian potensial dibidang SI berdasarkan pandangan CST.

Tinjauan Kritis dari IRT

IRT pertama kali diperkenalkan oleh Daft dan Lengel (1986) untuk menjawab pertanyaan kenapa organisasi melakukan pemrosesan informasi? Draft IRT yang ada saat itu menyediakan konseptual kerangka kerja untuk mengurutkan media komunikasi dari *richest* sampai *leanest*. Urutan *richness* dari berbagai media komunikasi tersebut bersifat tetap dan tidak tergantung pada individu dan konteks organisasi dimana media komunikasi digunakan.

Fokus dari IRT kemudian berangsur-angsur bergeser dari konteks organisasi menjadi manajer individu, pilihan media, dan pertukaran berita. Pada tahun 1994, Markus melakukan sejumlah empirikal studi berkaitan dengan IRT. Namun justru hasil penelitian yang diberikan bertolak belakang dengan teori IRT saat itu. Kesimpulan yang didapatnya adalah penggunaan beberapa media komunikasi tidak konsisten dengan teori IRT. Hal ini diperkuat dengan penelitian lain yang memberikan kesimpulan yang sama. Akibat hal ini muncul pendapat untuk menolak ide bahwa *richness communication* bersifat invarian, dan hanya sebagai properti dari media komunikasi itu sendiri.

Pandangan Positivist dan Interpretivist

Penelitian-penelitian yang berkaitan dengan *communication richness*, kebanyakan riset akan terbagi dalam dua pandangan yaitu *positivism* dan *interpretivism*. *Positivism* pada

dasarnya adalah metodologi penelitian *natural science* yang diterapkan dalam bidang *social science*. Seperti teori *natural science* teori *social science* harus dimodelkan kedalam logika formal dan aturan-aturan. Berdasarkan pandangan ini *information richness* didefinisikan sebagai kemampuan informasi untuk bertukar pemahaman dalam interval waktu tertentu. Menurut teori ini, interaksi secara tatap muka dianggap sebagai media komunikasi yang paling kaya dan interaksi menggunakan dokumen (e-mail) sebagai yang paling miskin (*leanest*). Kelemahan utama memaksakan *social science* kedalam *natural science* adalah aspek subjektif tidak diperhatikan.

Mengetahui keterbatasan dari pandangan *positivism*, beberapa peneliti SI mengenalkan pandangan baru dalam memandang *communication richness* yaitu pandangan *interpretivism*. Pandangan ini memberikan pengenalan terhadap dunia nyata. Pandangan ini memperhitungkan kapasitas pengirim dan penerima dalam mengolah pesan. Ide sentral dari perspektif ini adalah *mutual understanding* antara pihak yang bertukar pesan.

Pandangan *positivism* sangat bertolak belakang dengan pandangan *interpretivism*. Pandangan *positivism* menggambarkan komunikasi sebagai proses fisika dengan mentransportasikan materi antar manusia melalui sebuah saluran sedangkan pandangan *interpretivism* menganggap manusia bukanlah penerima yang pasif diperlukan pemahaman bersama.

Pandangan CST

Critical social theory (CST) yang disebutkan disini mengikuti framework CST yang telah ditetapkan oleh Jurgen Habermas, karena pemikirannya memberikan dampak besar dalam bidang SI.

CST mengkritisi 2 hal dari pandangan *positivism* yaitu ada perbedaan ketika meneliti alam dengan meneliti manusia, dan ketika menyelidiki aktivitas sosial seharusnya fokus kepada arti mereka dalam konteks sosial.

CST juga tidak sama dengan pandangan *interpretivism*, karena CST tidak berhenti sampai *mutual understanding* tetapi mengambil langkah lebih jauh dengan memperhitungkan faktor sikap resistansi dari aktor akibat berita, asumsi, dan konstrain.

Konteks Organisasi

Dalam CST, istilah *social action* berarti orientasi seseorang untuk mengeksekusi suatu aksi terhadap orang lain maupun aksi yang dilakukan dalam konteks organisasi.

Organizational context sendiri didefinisikan untuk semua aktor organisasi, kemungkinan atau potensi *social action* yang diambil. Namun ketika mengeksekusi *social action*, suatu aktor harus sadar bahwa dia berbagi banyak aspek *organizational context* dengan aktor lain yang terdapat pada organisasi tersebut.

Norma Aksi Sosial

Menurut teori yang dibawakan Habermas, aksi yang komunikatif mengharuskan semua *social action* mengambil asumsi seperangkat norma dasar. Norma-norma ini berperan sebagai aturan yang membolehkan seorang aktor mengekspresikan pendapat mereka secara bebas, tetapi sekaligus mengharuskan untuk menghargai hasil yang dihasilkan dari diskusi secara rasional dan terbuka.

Menurut teori ini, kegagalan komunikasi muncul saat seorang aktor gagal mengobservasi norma-norma atau gagal dalam menangkap maksud dari aksi yang diambil aktor lain.

Tipe Dasar Aksi Sosial

Kita akan melihat bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi perspektif CST dalam memandang *communication richness*, yaitu

1. *Instrumental Action*, yaitu perilaku yang menganggap bahwa orang lain yang berkomunikasi dengannya adalah bawahannya dan ia berusaha untuk membuat orang tersebut melakukan apapun permintaannya.
2. *Communicative Action*, yaitu perilaku yang berusaha mengerti apa yang orang lain maksudkan tanpa adanya pemaksaan kehendak.
3. *Discursive Action*, yaitu perilaku yang biasanya terdapat dalam komunikasi yang bertujuan untuk mendapatkan persetujuan dari pihak lain dalam suatu hal. Jenis perilaku ini biasanya ditandai dengan adanya debat.
4. *Strategic Action*, yaitu perilaku yang biasanya terdapat pada komunikasi untuk tawar menawar atau negosiasi. Jenis perilaku ini memiliki kecenderungan untuk mempengaruhi orang lain.

Empat faktor yang diatas adalah *social action*, lebih lanjut mengenai hal ini akan dijelaskan pada bagian berikutnya. Sampai di sini dapat kita simpulkan bahwa perspektif CST tidak melihat kapasitas kanal dari suatu medium komunikasi atau seberapa baik seseorang memahami pesan yang orang lain maksudkan. Tetapi seberapa baik seseorang, melalui pengukuran klaim validitas dari individu yang berkomunikasi dengannya sukses, sukses dalam membentengi dirinya dari distorsi komunikasi.

berikut ini ditampilkan tabel penjelasan klaim validitas apa saja yang harus dipakai ketika mengeksekusi *social action* tertentu,

Table 1. Types of Social Action and Applicable Validity Claims

Social Action Types	Validity Claims						
	Completeness	Truthfulness	Sincerity	Clarity, Comprehensibility	Contextuality, Appropriateness	Efficiency	Effectiveness
Instrumental Action					Does Apply	Does Apply	Does Apply
Communicative Action	Does Apply	Does Apply		Does Apply	Can Apply		
Discursive Action		Can Apply	Can Apply	Does Apply	Does Apply		
Strategic Action			Can Apply		Does Apply	Can Apply	Can Apply

Tabel diambil dari paper asli

Klaim validitas merupakan hal yang penting dari perspektif CST, aktor yang saling berkomunikasi harus pertama kali memperhatikan klaim validitas lawan bicaranya kemudian menilai apakah validitas yang diberikan tidak lengkap, kabur, atau tidak sesuai.

Diskusi dan Kesimpulan

Paper ini berdasarkan pandangan penelitian CST masalah signifikan sudah dicoba untuk dibandingkan bahkan dikontraskan dengan pandangan-pandangan sebelumnya. Motivasi studi ini adalah untuk memberikan kontribusi berupa perspektif baru dalam makna *communication richness*. Namun demikian *paper* ini tidak dimaksudkan untuk mengganti sama sekali teori IRT yang telah ada sejak lama, tetapi hanya mengambil selangkah lebih jauh dengan mengusulkan definisi yang lebih baik tentang makna *communication richness*.

Penelitian CST masa depan dalam komputer sebagai media komunikasi akan menginvestigasi bagaimana aktor dalam organisasi menggunakan media elektronik dalam memformulasi tipe-tipe dari aksi sosial; apa tipe media itu; bagaimana kekuatan dan hubungan status yang diproduksi media; bagaimana jaringan yang terbentuk dengan adanya media itu.