

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. Kegiatan ini juga bermula dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci oleh peneliti.

Peran paradigma dalam penelitian sangat penting karena merupakan pedoman yang menjadi dasar bagi para saintis dan peneliti di dalam mencari fakta-fakta melalui kegiatan penelitian yang dilakukan. (Arifin, 2012: 146) Paradigma yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivisme ialah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bisa disebut berada diantara teori fakta sosial dan definisi sosial (Eriyanto, 2004:13)

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis karena peneliti ingin mendapatkan pengembangan pemahaman yang membantu proses interpretasi

suatu peristiwa yang merupakan sebuah kajian yang unik dan menarik untuk diteliti. Jadi, konstruktivis mempelajari bermacam realita yang dikonstruksikan manusia dan implikasi dari konstruksi tersebut terhadap hidup serta interaksi antar manusia.

3.2 Pendekatan Penelitian

Sesuai dengan paradigma dan permasalahan yang dipilih dalam penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Miles and Huberman, bahwa metode kualitatif berusaha mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. (Sukidin, 2002:2) Sedangkan Bogdan dan Taylor mengemukakan bahwa metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. (Moleong, 2004:3)

Penelitian kualitatif dapat memperlihatkan pengalaman individu menghadapi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari dan mempelajari tentang kelompok dan pengalaman-pengalaman yang mungkin tidak diketahui sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti sebagai pengumpul data akan turun langsung ke lapangan untuk pengumpulan data. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara wawancara mendalam, kepustakaan dan observasi. Untuk analisis komunikasi antar budaya mahasiswa job training, peneliti akan menggunakan wawancara mendalam. Peneliti menggunakan metode ini agar memberikan ruang bicara yang luas kepada para

narasumber dalam memberikan jawaban, sesuai dengan fakta mereka. Peneliti berusaha menangkap sepehuh mungkin dan berdasarkan perspektif orang yang diteliti, cara orang menggunakan simbol dalam konteks spesifik. Dalam paradigma konstruktivis peneliti akan memanfaatkan metode apapun yang membantu agar mencapai tujuan penelitian yang baik.

Penelitian kualitatif mampu melukiskan kejadian atau realitas sosial dari sudut pandang subyek bukan dari sudut pandang peneliti sebagai pengamat. Hal-hal yang diteliti meliputi perilaku, perasaan dan emosi dari subyek penelitian. Demi mendapatkan pemahaman otentik, pengamatan dan wawancara mendalam (dengan tujuan pertanyaan-pertanyaan terbuka) dianggap sesuai dan potensial dengan tujuan penelitian tersebut. (Mulyana, 2001:156)

Peneliti juga berkeyakinan bahwa dengan pendekatan alamiah, penelitian ini akan menghasilkan informasi yang lebih kaya sehingga peneliti dapat memahami subjek penelitian secara mendalam. Penelitian ini tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya: peristiwa komunikasi, tindakan, situasi, persepsi, hambatan, tindakan, dan lain lain. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan serba metode alamiah.

Pada penelitian kualitatif, penelitian dilakukan pada objek yang alamiah maksudnya, objek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak begitu mempengaruhi dinamika pada objek tersebut.

Kriteria data dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti. Data yang pasti adalah data yang sebenarnya terjadi sebagaimana adanya, bukan data yang sekedar terlihat, terucap, tetapi data yang mengandung makna di balik yang terlihat dan terucap tersebut. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. (Sugiono, 2010:1-3)

Creswell (2010:20) menerangkan bahwa metodologi kualitatif dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan antara lain: penelitian partisipatoris, analisis wacana, etnografi, *grounded theory*, studi kasus, fenomenologi dan naratif. Adapun menurut Creswell penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Secara umum pendekatan kualitatif memiliki ciri-ciri, sebagai berikut:

1. Studi dalam situasi alamiah: Desain penelitian kualitatif bersifat ilmiah, artinya peneliti tidak berusaha untuk memanipulasi setting penelitian, melainkan melakukan studi terhadap suatu fenomena dalam situasi sebenarnya dimana fenomena itu ada.
2. Kontak personal langsung: Aktivitas sentral dari peneliti kualitatif adalah kegiatan lapangan. Mengembangkan kegiatan lapangan ini berarti mengembangkan hubungan personal langsung dengan orang-orang yang diteliti.
3. Orientasi pada kasus unik: Penelitian kualitatif yang baik akan menampilkan kedalaman dan detail, karena fokusnya memang

penyelidikan yang mendalam pada sejumlah kasus kecil. Kasus dipilih sesuai dengan minat dan tujuan khusus yang diuraikan dalam tujuan penelitian. (Creswell, 2010:4)

3.3 Metode Penelitian

3.3.1 Metode Etnografi Komunikasi

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu penelitian kualitatif dengan metode etnografi komunikasi. Etnografi komunikasi adalah uraian dan penafsiran suatu budaya atau sistem kelompok sosial, peneliti menguji kelompok tersebut dan mempelajari pola perilaku, kebiasaan dan cara hidup.

Kata etnografi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *ethnos* dan *graphein*. *ethnos* (bangsa) berarti orang, sementara *graphein* (menguraikan) mengacu pada penggambaran sesuatu. Oleh karena itu, etnografi merupakan penggambaran suatu budaya atau cara hidup orang-orang dalam sebuah komunitas tertentu. Secara lebih khusus, etnografi berusaha memahami tingkah laku manusia ketika mereka berinteraksi dengan sesamanya di suatu komunitas. Menurut Hymes istilah etnografi komunikasi merupakan pengembangan dari etnografi berbahasa (*ethnography of speaking*). (Sumarsono, 2002: 325-335)

Etnografi merupakan suatu bentuk penelitian yang berfokus pada makna sosiologi melalui observasi lapangan dari fenomena sosiokultural. Penelitian ini membutuhkan observasi partisipatoris peneliti dan deskripsi tertulis (Emzir, 2008: 144). Etnografi komunikasi juga merupakan salah satu dari sekian metode penelitian bidang komunikasi yang beranjak dari paradigma interpretatif atau konstruktivis. Metode ini mengkhususkan diri pada kajian mengenai pola

komunikasi yang digunakan oleh manusia dalam suatu masyarakat tutur. Paradigma konstruktivis mengakui bahwa konstruk memiliki asal-usul sosial dan dipelajari melalui interaksi dengan orang. Dalam kerangka ini kemudian menjadi signifikan dalam menentukan makna sebuah peristiwa. Budaya berpengaruh pada cara mendefinisikan tujuan-tujuan komunikasi, termasuk cara mencapai tujuan-tujuan itu. Penelitian konstruktivis menunjukkan pula bahwa kompleksitas kognitif dapat menyebabkan terjadinya pemahaman yang lebih besar atas perspektif yang digunakan oleh orang lain. Kompleksitas kognitif juga dapat meningkatkan kemampuan komunikator dalam membingkai pesan-pesan yang disampainya. Pemahaman yang besar dan kemampuan membingkai pesan memungkinkan seseorang untuk memahami orang lain. (Kuswarno, 2008:2)

Etnografi merupakan salah satu rancangan penelitian kualitatif yang mengkaji suatu kebudayaan dalam konteks lingkungan yang alamiah dalam periode waktu yang cukup lama dalam pengumpulan data primer atau utama, data observasi, dan data wawancara (Creswell, 2013: 20). Sri Rejeki mengemukakan bahwa etnografi selain dapat dipandang sebagai sebuah tipe penelitian, juga dapat diperlakukan sebagai metode penelitian. Jika dilihat dalam konteks yang lebih besar, maka etnografi adalah sebuah metode penelitian yang berpayung di bawah paradigma konstruktivisme dan di dalam perspektif teoretik interpretivisme. Paradigma konstruktivis dalam etnografi komunikasi teknik utamanya adalah pengamatan berperan serta (*participant observation*). Pada dasarnya paradigma konstruktivis adalah kegiatan peneliti untuk memahami cara orang-orang berinteraksi dan bekerja sama melalui fenomena teramati kehidupan sehari-hari.

Bertujuan menguraikan suatu budaya, baik yang bersifat material seperti artefak budaya dan yang bersifat abstrak, seperti pengalaman, kepercayaan, norma, dan sistem kelompok yang diteliti.³

Sebagai sebuah metode yang relatif baru di Indonesia, metode penelitian etnografi ini sebenarnya sudah diperkenalkan jauh-jauh hari, tepatnya pada tahun 1962 oleh penggagas awalnya, yakni Dell Hymes. Pendekatan ini lahir sebagai kritik dari ilmu linguistik yang lebih menekankan pada segi fisik bahasanya saja. Definisi etnografi komunikasi secara sederhananya adalah pengkajian peranan bahasa dalam perilaku komunikasi suatu masyarakat, yaitu cara-cara bagaimana bahasa dipergunakan dalam masyarakat yang berbeda-beda kebudayannya. (Kuswarno, 2008:11)

3.3.2 Ciri-Ciri Penelitian Etnografi

Ciri-ciri penelitian etnografi adalah analisis data yang dilakukan secara holistik, bukan parsial. Ciri-ciri lain seperti dinyatakan Hutomo (Sudikin, 2001:85-86) antara lain:

- 1) Sumber data bersifat ilmiah, artinya peneliti harus memahami gejala empirik (kenyataan) dalam kehidupan sehari-hari dan menganalisis bersifat induktif.
- 2) Peneliti sendiri merupakan instrumen yang paling penting dalam pengumpulan data. Di lapangan, peneliti harus berperilaku seperti masyarakat yang ditelitinya.
- 3) Bersifat deskripsi, artinya, mencatat secara teliti fenomena budaya yang dilihat, dibaca, lewat apa pun termasuk dokumen resmi, kemudian mengkombinasikan, mengabstrakkan, dan menarik kesimpulan.

³ Kiki Zakia. Penelitian Etnografi Komunikasi: Tipe dan Mode (MEDIATOR, Vol.9. No 1. Juni 2008).

- 4) Data dan informan harus berasal dari tangan pertama. Dan kebenaran data harus dicek dengan data lain (data lisan dicek dengan data tulis).
- 5) Orang yang dijadikan subyek penelitian disebut partisipan (buku termasuk partisipan juga), konsultan serta teman sejawat.
- 6) Titik berat perhatian harus pada pandangan emik, artinya, peneliti harus menaruh perhatian pada masalah penting yang diteliti dari orang yang diteliti, dan bukan dari etik dan dalam pengumpulan data menggunakan *purposive sampling* dan bukan probabilitas statistik.

3.3.3 Ruang Lingkup Etnografi Komunikasi

Adapun ruang lingkup kajian etnografi komunikasi menurut Hymes (Kuswarno, 2008:14), ada enam lingkup kajian etnografi komunikasi, yaitu :

- 1) Pola dan fungsi komunikasi (*patterns and functions of communication*)
- 2) Hakikat dan definisi masyarakat tutur (*nature and definition of speech community*).
- 3) Cara-cara berkomunikasi (*means of communicating*).
- 4) Komponen-komponen kompetensi komunikatif.
- 5) Hubungan bahasa dengan pandangan dunia dan organisasi sosial (*relationship of language to world view and sosial organization*).
- 6) Semesta dan ketidaksamaan linguistik dan sosial (*linguistic and sosial universals and inequalities*).

3.3.4 Tujuan Etnografi Komunikasi

James P. Spradley mengemukakan bahwa etnografi merupakan pekerjaan mendeskripsikan suatu kebudayaan. Adapun tujuan dari aktivitas ini adalah untuk memahami suatu pandangan hidup dari sudut pandang penduduk asli. Pandangan Spradley ini berdasarkan pendapat Bronislaw Malinowski yang memandang

bahwa tujuan etnografi adalah memahami sudut pandang penduduk asli, hubungannya dengan kehidupan, untuk mendapatkan pandangannya mengenai dunianya. Tujuan utama etnografi komunikasi adalah menghimpun data deskriptif dan analisis terhadap bagaimana makna-makna sosial dipergunakan (tentu saja dalam konteks komunikasi atau ketika makna itu dipertukarkan). Sehingga menghasilkan deskripsi etnografis tentang bagaimana “cara-cara berbicara” dan saluran komunikasinya, digunakan dalam masyarakat yang berbeda-beda. (Kuswarno, 2008:15)

Etnografi komunikasi juga memiliki dua tujuan yang berbeda arah secara sekaligus. Etnografi komunikasi bisa bersifat spesifik/*particularistic* karena mencoba menjelaskan dan memahami perilaku komunikasi dalam kebudayaan tertentu sehingga sifat penjelasannya terbatas pada suatu konteks tempat dan waktu tertentu. Etnografi komunikasi juga bisa bersifat global/*generalizing* karena mencoba memformulasikan konsep-konsep dan teori untuk kebutuhan pengembangan metateori global komunikasi antarmanusia. (Kuswarno, 2008:14). Namun, dalam penelitian ini peneliti menggunakan etnografi komunikasi yang bersifat spesifik/*particular* karena hanya menjelaskan dan memahami bagaimana perilaku komunikasi mahasiswa job training asal Korea pada waktu yang telah ditentukan.

3.3.5 Model Komunikasi Etnografi Komunikasi

Etnografi komunikasi memandang perilaku komunikasi sebagai perilaku yang lahir dari integrasi tiga keterampilan yang dimiliki setiap individu sebagai makhluk sosial. Ketiga keterampilan ini terdiri dari keterampilan linguistik,

keterampilan interaksi dan keterampilan budaya. Ketiga keterampilan ini pada dasarnya menggambarkan ruang lingkup etnografi komunikasi atau bidang apa saja yang menjadi objek kajian etnografi komunikasi. Sehingga melalui penjelasan tersebut dapat digambarkan model komunikasi etnografi komunikasi, sebagai sebuah model untuk melihat perilaku komunikasi dalam sebuah peristiwa komunikasi. (Kuswarno, 2008:18). Berikut adalah model komunikasi etnografi komunikasi:

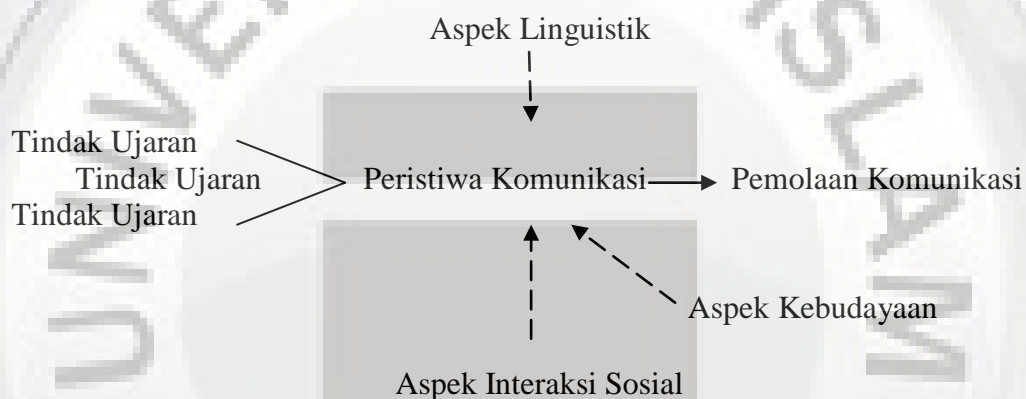


Diagram 3.2 Model Etnografi Komunikasi
(Sumber: Dikembangkan oleh penulis dari Ihromi, 1990 dan Ibrahim, 1992)

Keterangan Gambar:

- 1) Tindak ujaran adalah tindakan yang berfungsi interaksi tunggal, seperti pernyataan, permohonan, perintah atau bahasa non verbal
- 2) \dashrightarrow Menggambarkan aspek-aspek yang mempengaruhi sebuah peristiwa komunikasi.
- 3) Peristiwa komunikasi adalah keseluruhan perangkat komponen komunikasi yang utuh. Dimulai dari tujuan umum komunikasi, topik umum yang sama, partisipan yang sama, varietas bahasa umum yang sama, mempertahankan tone yang sama dan kaidah-kaidah yang sama

untuk melakukan interaksi dalam setting yang sama. Hymes mengemukakan bahwa peristiwa komunikasi merupakan peristiwa yang dipengaruhi oleh kaidah-kaidah penggunaan bahasa.

- 4) Aspek linguistik mencakup elemen-elemen verbal, non verbal, pola elemen-elemen dalam peristiwa tutur tertentu, rentang varian yang mungkin (dalam semua elemen dan pengorganisasian elemen-elemen itu) dan makna varian-varian dalam situasi tertentu.
- 5) Aspek interaksi sosial mencakup persepsi ciri-ciri penting dalam situasi komunikatif, seleksi dan interpretasi bentuk-bentuk yang tepat untuk situasi, peran dan hubungan tertentu (kaidah untuk penggunaan ujaran), norma-norma interaksi dan interpretasi dan strategi untuk mencapai tujuan
- 6) Aspek kebudayaan mencakup struktur sosial, nilai dan sikap, peta atau skema kognitif, proses enkulturasi (transmisi pengetahuan dan keterampilan)
- 7) — — ► Sebagai kata ganti menghasilkan
- 8) Pola komunikasi adalah hubungan-hubungan khas dan berulang antar komponen komunikasi. (Kuswarno, 2008:19-20)

3.3.6 Objek Penelitian Etnografi Komunikasi

Adapun obyek penelitian etnografi komunikasi ada beberapa istilah-istilah yang akan menjadi kekhasan dalam penelitian etnografi komunikasi dan istilah ini nantinya akan menjadi “obyek penelitian” etnografi komunikasi:

1. Masyarakat tutur (*speech community*)

Hymes memberi batasan mengenai masyarakat tutur adalah suatu kategori masyarakat di mana anggota-anggotanya tidak saja sama-sama memiliki kaidah untuk berbicara, tetapi juga satu variasi linguistik tertentu. Sementara menurut Seville-Troike, yang dimaksud masyarakat tutur tidak harus memiliki satu bahasa, tetapi memiliki kaidah yang sama dalam berbicara (Kuswarno, 2008:39,40). Jadi batasan utama yang membedakan masyarakat tutur satu dengan yang lain adalah kaidah-kaidah untuk berbicara. Sehingga suatu suku bangsa atau kebudayaan bisa saja memiliki dua atau lebih masyarakat tutur.

2. Aktivitas komunikasi.

Tahap selanjutnya adalah menemukan aktivitas komunikasinya atau mengidentifikasi peristiwa komunikasi atau proses komunikasi. Menurut Hymes, tindak tutur atau tindak komunikasi mendapatkan statusnya dari konteks sosial, bentuk gramatika dan intonasinya. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis aktivitas komunikasi dalam etnografi komunikasi, maka kita memerlukan pemahaman mengenai unit-unit diskrit aktivitas komunikasi. Adapun Hymes dalam buku Engkus Kuswarno, mengatakan bahwa aktivitas komunikasi, yakni:

“Aktivitas yang khas atau kompleks, yang didalamnya terdapat peristiwa-peristiwa khas komunikasi yang melibatkan tindak-tindak komunikasi tertentu dan dalam konteks komunikasi yang tertentu pula, sehingga proses komunikasi dalam etnografi komunikasi, adalah peristiwa-peristiwa yang khas dan berulang.”
(Kuswarno, 2008:42)

Hymes juga mengemukakan unit diskrit aktivitas komunikasi itu adalah

(Kuswarno, 2008:41) yaitu:

- 1) Situasi komunikatif merupakan konteks terjadinya komunikasi. Situasi bisa tetap sama walaupun lokasinya berubah atau bisa berubah dalam lokasi yang sama apabila aktivitas-aktivitas yang berbeda berlangsung di tempat tersebut pada saat yang berbeda.

Situasi yang sama bisa mempertahankan konfigurasi umum yang konsisten pada aktivitas dan ekologi yang sama di dalam komunikasi yang terjadi, meskipun terdapat perbedaan dalam jenis interaksi yang terjadi di sana.

- 2) Peristiwa komunikatif yang di mulai dengan tujuan umum komunikasi, topik umum yang sama dan melibatkan partisipan yang secara umum menggunakan varietas bahasa yang sama, mempertahankan tone yang sama dan kaidah-kaidah yang sama untuk interaksi, dalam setting yang sama. Sebuah peristiwa komunikatif dinyatakan berakhir, ketika terjadi perubahan partisipan, adanya periode hening atau perubahan posisi tubuh.
- 3) Tindak komunikatif, yaitu fungsi interaksi tunggal seperti pernyataan, permohonan, perintah ataupun perilaku non verbal. Didalam peristiwa ada kalimat-kalimat tindak komunikasi dalam berkomunikasi tidak hanya digunakan untuk mengatakan sesuatu atau untuk memberikan sesuatu, tetapi juga dimaksudkan untuk melakukan sesuatu secara aktif. Secara aktif disini berupa pernyataan permohonan atau perintah, dan bisa bersifat verbal atau nonverbal.

Singkatnya, yang dimaksud aktivitas komunikasi dalam etnografi komunikasi tidak lagi bergantung atau bertumpu pada pesan, komunikator, komunikan, media dan efeknya melainkan aktivitas khas yang kompleks di mana di dalamnya terdapat peristiwa-peristiwa khas komunikasi yang melibatkan tindak-tanduk komunikasi khusus dan berulang.

3. Komponen Komunikasi

Komponen komunikasi merupakan bagian yang paling penting dalam kajian etnografi komunikasi. Sehingga peristiwa komunikasi dapat diidentifikasi dan dapat ditemukan pola komunikasi sebagai hasil hubungan antarkomponen komunikasi itu. Komponen komunikasi menurut perspektif etnografi komunikasi, yaitu:

- a. Genre atau tipe peristiwa komunikasi. Misalnya, lelucon, salam, perkenalan, dongeng dan gosip.

- b. Topik peristiwa komunikasi, yakni tujuan dan fungsi peristiwa secara umum dan juga fungsi dan tujuan partisipan secara individual.
- c. Setting termasuk lokasi, waktu, musim dan aspek fisik situasi yang lain.
- d. Partisipan, termasuk usianya, jenis kelamin, etnik, status sosial, atau kategori lain yang relevan dan hubungannya satu sama lain.
- e. Bentuk pesan, termasuk saluran verbal, non verbal dan hakikat kode yang digunakan, misalnya bahasa mana dan varietas mana.
- f. Isi pesan, mencakup apa yang dikomunikasikan termasuk level konotatif dan referensi denotatif.
- g. Urutan tindakan atau urutan tindak komunikatif atau tindak tutur termasuk alih giliran atau fenomena percakapan.
- h. Kaidah interaksi.
- i. Norma-norma interpretasi, termasuk pengetahuan umum, kebiasaan, kebudayaan, nilai dan norma yang dianut, tabu-tabu yang harus dihindari, dan sebagainya. (Kuswarno, 2008: 42,43)

4. Kompetensi Komunikasi

Tindak komunikasi individu sebagai bagian dari suatu masyarakat tutur dalam perspektif etnografi komunikasi lahir dari integrasi tiga keterampilan, yaitu keterampilan linguistik, keterampilan interaksi dan keterampilan kebudayaan. Kompetensi inilah yang akan sangat memengaruhi penutur ketika mereka menggunakan atau menginterpretasikan bentuk-bentuk linguistik. Kompetensi komunikasi akan menjangkau: pengetahuan dan harapan tentang siapa yang bias atau tidak bisa berbicara dalam *setting* tertentu, kapan mengatakannya, bilamana

harus diam, siapa yang bisa diajak bicara dan bagaimana berbicara kepada orang-orang. (Kuswarno, 2008:43)

5. Varietas Bahasa

Pemolaan komunikasi (*communication patterning*) akan lebih jelas bila diuraikan dalam konteks varietas bahasa. Hymes menjelaskan bahwa dalam setiap masyarakat terdapat varietas kode bahasa dan cara-cara berbicara yang bisa dipakai oleh anggota masyarakat atau sebagai repertoire komunikatif masyarakat tutur. Variasi ini akan mencakup semua varietas dialek atau tipe yang digunakan dalam populasi sosial tertentu dan faktor-faktor sosiokultural yang mengarahkan pada seleksi dari salah satu variasi bahasa yang ada. Sehingga pilihan varietas yang dipakai akan menggambarkan hubungan yang dinamis antara komponen-komponen komunikatif dari suatu masyarakat tutur, atau yang dikenal sebagai pemolaan komunikasi. (Kuswarno, 2008:45)

Adapun menurut Saville-Troike, aktivitas berkomunikasi dapat dianalisis dari tiga jenis unit analisis, yaitu situasi komunikasi (*communicative situation*), peristiwa komunikasi (*communicative event*) dan tindak komunikasi (*communicative act*). Ketiga konsep ini terstruktur secara hierarkis. Artinya, situasi komunikasi adalah komponen terbesar dari sebuah kegiatan komunikasi, kemudian secara berturut-turut peristiwa komunikasi dan tindakan komunikasi berada di bawah situasi komunikasi. Selain itu, hubungan ketiganya juga dapat dikatakan sebagai hubungan *inclusive*. Artinya, di dalam situasi komunikasi bisa jadi terdapat lebih dari satu peristiwa komunikasi dan masing-masing peristiwa

komunikasi diwujudkan oleh mitra tuturnya (*participant*) dalam wujud tindak tutur (*communicative act*).⁴

1) Peristiwa Komunikasi

Dalam budaya merupakan unit dasar dari tujuan deskriptif. Dell Hymes (1972) mengemukakan bahwa, “Peristiwa komunikasi merupakan peristiwa yang dipengaruhi oleh kaidah-kaidah penggunaan bahasa. Sebuah peristiwa komunikasi terjadi dalam situasi komunikasi dan terdiri dari satu tindak atau lebih kegiatan atau ritual budaya”.

Analisis komponen-komponen tersebut diharapkan dapat menelaah komunikasi antar budaya mahasiswa job training asal Korea sebagai peristiwa komunikasi seperti yang diutarakan oleh beberapa responden. Dengan kata lain, analisis peristiwa komunikasi merupakan pengidentifikasian perilaku komunikasi secara mendasar. Sebuah peristiwa komunikasi dinyatakan berakhir, ketika terjadi perubahan partisipan, adanya periode hening atau perubahan posisi tubuh. (Kuswarno, 2008:11)

Menurut Dell Hymes (Chaer dan Agustin, 2004:48) untuk menganalisis peristiwa komunikasi terdapat beberapa komponen, yaitu: *Setting and scene*, *Participants*, *Ends*, *Act sequence*, *Key*, *Instrumentalis*, *Norm on Interaction and Interpretation* dan *Genre*. Yakni sebagai berikut:

- 1) *Setting and scene*: *Setting* mengacu pada tempat dimana peristiwa komunikasi berlangsung dan *scene* mengacu pada waktu kapan peristiwa tersebut berlangsung.

⁴ [http://digilib.unimed.ac.id/public/UNIMED-Article-28842-4.%20BERLIN Prilaku%20Komunikasi%20Verbal.pdf](http://digilib.unimed.ac.id/public/UNIMED-Article-28842-4.%20BERLIN%20Prilaku%20Komunikasi%20Verbal.pdf)

- 2) Participants: Pihak-pihak yang terlibat dalam peristiwa komunikasi
- 3) Ends: Mengacu pada maksud dan tujuan komunikasi
- 4) Act sequence: mengacu pada bentuk ujaran dan isi ujaran yang ada pada komunikasi tersebut.
- 5) Key: Mengacu pada nada, cara dan semangat dimana suatu pesan disampaikan.
- 6) Instrumentalis: Mengacu pada jalur bahasa yang digunakan, baik lisan maupun tertulis.
- 7) Norm on Interaction and Interpretation : Mengacu pada norma atau aturan dalam berinteraksi.
- 8) Genre : Mengacu pada jenis bentuk penyampaian, seperti narasi, puisi, sapaan dan salam.

2) Situasi Komunikasi

Menurut Savilla-Troike, situasi komunikasi adalah konteks di mana sebuah kegiatan komunikasi terjadi. Di dalam situasi komunikasi tersebut terdapat satu atau lebih peristiwa komunikasi sedangkan konteks di mana peristiwa komunikasi tersebut terjadi merujuk pada tempat, waktu, situasi dan *participant* (mitra tutur). Beberapa contoh situasi komunikasi dalam komunitas kampus adalah kuliah, rapat, seminar, pelatihan dan diskusi. Pada masing-masing situasi itu terdapat struktur pola komunikasi yang berbeda-beda yang diatur dengan kaidah (*rules*) komunikasi yang berbeda-beda pula. Penyampaian pesan atau makna oleh penutur serta interpretasi oleh pendengar sangat dipengaruhi kesamaan pengetahuan mengenai situasi komunikasi, struktur pola dan kaidahnya.

Selain itu, kesadaran terhadap mitra tutur dalam situasi komunikasi tertentu juga berpengaruh terhadap bentuk tindak tutur yang akan dilakukan.⁵

Etnografi komunikasi melihat perilaku dalam konteks sosiokultural, mencoba menemukan hubungan antara bahasa, komunikasi dan konteks kebudayaan dimana peristiwa komunikasi itu berlangsung. Pada etnografi komunikasi, yang menjadi fokus perhatian adalah perilaku komunikasi dalam tema kebudayaan tertentu, jadi bukan keseluruhan perilaku seperti dalam etnografi. Karena metode ini dapat menjelaskan secara rinci suatu hubungan dari kategori-kategori dan data yang ditemukan. Hal ini sesuai dengan tujuan dari studi etnografi komunikasi untuk menggambarkan, menganalisis dan menjelaskan perilaku komunikasi dari suatu kelompok sosial. Sesuai dengan dasar pemikiran etnografi komunikasi, yang menyatakan bahwa saluran komunikasi yang berbeda akan mengakibatkan perbedaan struktur berbicara dan kebudayaan suatu kelompok masyarakat. Dengan demikian, etnografi komunikasi membutuhkan alat atau metode penelitian yang bersifat kualitatif untuk dapat memahami objek kajiannya itu. (Kuswarno, 2008:30)

3.3.7 Ruang Lingkup Kajian Etnografi Komunikasi

Hymes menjelaskan ruang lingkup kajian etnografi komunikasi, sebagai pola dan fungsi komunikasi, hakikat dan definisi masyarakat tutur (*nature and definition*), cara-cara berkomunikasi, komponen-komponen kompetensi

⁵<http://digilib.unimed.ac.id/public/UNIMED-Article-28842-4.%20BERLIN-Prilaku%20Komunikasi%20Verbal.pdf>

komunikatif, hubungan bahasa dengan pandangan dunia dan organisasi sosial dan semesta dan ketidaksamaan linguistik dan sosial

Creswell mengemukakan beberapa elemen-elemen inti dari penelitian etnografi (Kuswarno, 2008:34), yakni:

- 1) Penggunaan penjelasan yang detail.
- 2) Gaya laporan bersifat cerita (*story telling*)
- 3) Menggali tema-tema kultural, seperti tema-tema tentang peran dan perilaku masyarakat.
- 4) Menjelaskan kehidupan keseharian orang-orang (*everyday life of persons*) bukan peristiwa khusus yang menjadi pusat perhatian.
- 5) Laporan keseluruhan perpaduan antara deskriptif, analitis dan interpretatif.
- 6) Hasil penelitian memfokuskan bukan pada apa yang menjadi agen perubahan tetapi pada pelopor untuk berubah yang bersifat terpaksa.

Gerry Philipsen menyebut 4 asumsi yang terdapat dalam etnografi komunikasi, yaitu:

- 1) Seluruh partisipan dalam masyarakat budaya tertentu turut menciptakan pengertian yang dimiliki bersama dengan menggunakan kode-kode yang dipahami oleh semua pihak.
- 2) Setiap peserta komunikasi dalam kelompok budaya harus mengkoordinasikan tindakan mereka dengan adanya aturan atau sistem dalam berkomunikasi.
- 3) Makna dan tindakan bersifat khas bagi masing-masing kebudayaan.
- 4) Cara memahami kode dan tindakan dalam setiap budaya bisa jadi berbeda. (Rejeki, 2004:112)

Dalam sebuah penelitian etnografi komunikasi, ada tiga pertanyaan yang harus dikejar, yaitu pertanyaan tentang norma, bentuk dan kode-kode budaya. Pertanyaan tentang norma adalah pertanyaan yang menyangkut dengan pencarian cara-cara komunikasi yang digunakan untuk memantapkan seperangkat patokan dan gagasan tentang benar dan salah yang mempengaruhi pola-pola komunikasi. Pertanyaan tentang bentuk adalah pertanyaan yang terkait dengan jenis

komunikasi yang digunakan dalam komunitas, yaitu menyangkut suatu perilaku yang dapat dikategorikan sebagai komunikasi. Pertanyaan tentang kode-kode budaya memberikan perhatian pada makna simbol dan perilaku yang digunakan sebagai komunikasi dalam komunitas budaya. (Mudjiyanto, 2009:84)

3.3.8 Langkah Penelitian Etnografi

Sebagai sebuah model penelitian, etnografi memiliki karakteristik dan langkah-langkah tersendiri, Spradley (2007:119-210) mengemukakan langkah-langkahnya sebagai berikut;

- 1) Menetapkan Informan : Ada lima syarat minimal yang harus dipenuhi untuk memilih informan. Yang pertama adalah enkulturasi penuh, artinya dapat mengetahui budayanya dengan baik. Kedua, keterlibatan langsung. Ketiga, suasana budaya yang tidak dikenal, biasanya akan semakin menerima tindak budaya sebagaimana adanya, dia tidak akan basa-basi. Keempat, memiliki waktu yang cukup. Dan kelima, non-analitis. Kelima syarat minimal tersebut hanyalah idealnya dalam memilih informan, jika seorang peneliti hanya memenuhi beberapa kriteria saja tidak mempunyai kendala yang berarti. Peneliti juga harus melakukan penduga-dugaan siapa yang layak menjadi informan yang tepat sesuai dengan penelitiannya.
- 2) Mewawancarai Informan : Dilakukan dengan wawancara penuh kekerabatan supaya tidak menimbulkan kecurigaan yang berarti pada informan. Dengan artian ketika melakukan wawancara disampaikan tujuannya, penjelasan etnografi (meliputi perekaman, model wawancara,

waktu dan dalam suasana bahasa asli), menjelaskan pertanyaan (meliputi pertanyaan deskriptif, struktural dan kontras).

- 3) Membuat Catatan Etnografis : Catatan etnografi dapat berupa laporan ringkasan, laporan yang diperluas, jurnal lapangan dan perlu diberikan analisis atau interpretasi. Catatan ini juga sangat fleksibel, tidak harus menggunakan kertas ini itu atau buku ini itu, melainkan cukup sederhana saja. Yang penting penelitian bisa mencatat jelas tentang identitas informan.
- 4) Mengajukan Pertanyaan Deskriptif : Dalam hal ini, dibutuhkan untuk membangun hubungan dengan informan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Salah satu model pertanyaan deskriptif umum ialah seorang peneliti yang menggali permasalahan dengan cara meminta informan untuk membicarakan suatu lingkup budaya tertentu. Prinsip utama dalam mengajukan pertanyaan deskriptif ialah dengan memperluas pertanyaan cenderung memperluas jawaban.
- 5) Melakukan analisis wawancara etnografis : Analisis dalam hal ini bisa memungkinkan bagi kita guna menemukan berbagai permasalahan untuk ditanyakan kembali dalam wawancara berikutnya. Hal penting dalam penelitian etnografi ialah bahwa informan telah memahami secara keseluruhan budaya mereka, sehingga analisis lebih ditekankan pada penyelidikan berbagai bagian budaya sebagaimana yang telah dikonseptualisasikan oleh informan.

- 6) Mengajukan pertanyaan kontras : Pertanyaan kontras (perbedaan) diajukan biasanya untuk memperjelas domain-domain yang disebutkan oleh informan. Selain itu juga berguna untuk menemukan hubungan-hubungan yang tersembunyi dari simbol-simbol yang digambarkan oleh informan.
- 7) Membuat analisis komponen
- 8) Menemukan tema-tema budaya
- 9) Menulis etnografi

3.3.9 Subjek-Objek & Wilayah Penelitian dan Sumber Data

Yang menjadi *key informan* dalam penelitian ini adalah mahasiswa job training asal Korea, yaitu Kim Jerad. Peneliti memilih Kim Jerad karena ia adalah mahasiswa yang berasal dari Negara Korea dan selalu berinteraksi sosial dengan individu lainnya di PT. Pindad (Persero). Peneliti mengadakan penelitian di PT.Pindad (Persero) Jalan Gatot Subroto No. 517 Bandung sesuai dengan lokasi terlaksananya kegiatan job training tersebut. Dalam penelitian ini juga peneliti melakukan observasi partisipan yang juga berperan sebagai mahasiswa job training di PT. Pindad (Persero). Selanjutnya bilamana dalam proses pengumpulan data dan sudah tidak lagi ditemukan variasi informasi, maka peneliti tidak perlu lagi untuk mencari informan baru, proses pengumpulan informasi dianggap sudah selesai.

3.3.10 Teknik Pengumpulan Data

Sementara itu teknik-teknik yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain adalah :

1. Observasi Partisipan

Metode ilmiah untuk mengumpulkan data dalam bentuk pengamatan, pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang sedang diteliti, dilakukan melalui observasi. Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. (Ridwan, 2004:104)

Bogdan mendefinisikan observasi partisipan sebagai penelitian yang bercirikan interaksi sosial yang memakan waktu cukup lama antara peneliti dengan subjek penelitian dalam lingkungan subjek dan selama itu data dalam bentuk catatan lapangan dikumpulkan secara sistematis dan berlaku tanpa gangguan. Namun peneliti tidak perlu berada selamanya di lapangan atau terus mengikuti subjek penelitiannya itu. Peneliti cukup berada pada setiap situasi yang diinginkannya untuk dipahami. (Kuswarno, 2008:49). Peneliti melaksanakan observasi langsung di PT.Pindad (Persero) Jalan Gatot Subroto No. 517 Bandung.

2. Wawancara

Definisi wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil tatap muka antara pewawancara dengan responden dengan atau tanpa

menggunakan pedoman wawancara (Bungin, 2005:126). Agar mendapat data yang akurat, peneliti melakukan wawancara dengan informan. Adapun wawancara yang dilakukan adalah wawancara mendalam (*indepth interview*). Tujuan dari wawancara mendalam ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2005:73), wawancara juga dilakukan untuk memverifikasi keabsahan data. Peneliti mengadakan wawancara dengan mahasiswa job training asal Korea, yaitu Kim Jerad.

3. Kepustakaan

Suatu teknik pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, maupun foto-foto yang berkenaan dengan masalah yang diteliti dan yang mendukung penelitian. (Sugiyono, 2005:83). Teknik yang dilakukan dengan menelaah teori-teori, pendapat serta pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam media cetak khususnya buku-buku yang relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian

Dari ketiga tahap penelitian tersebut peneliti menitikberatkan pada penelitian observasi partisipan dan wawancara sebagai tahap penelitian utama, sedangkan penelitian kepustakaan hanya bersifat penunjang terhadap penelitian observasi dan wawancara tersebut.

3.3.11 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012:89) analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Miles and Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Aktivitas dalam analisis meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. (Sugiyono, 2007:197)

Pada saat analisis data, dapat kembali lagi ke lapangan untuk mencari tambahan data yang dianggap perlu dan mengolahnya kembali. Miles and Huberman (Sugiyono, 2011:91) mengemukakan terdapat 3 langkah dalam analisis data, yaitu reduksi data, display data dan verifikasi data.

1. Reduksi Data

Menurut Sugiyono (2012: 92) mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data. Langkah-langkah yang dilakukan adalah menajamkan analisis, menggolongkan atau pengkategorisasian ke dalam tiap permasalahan melalui uraian singkat,

mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik dan di verifikasi. Semakin lama peneliti berada dilapangan maka jumlah data akan semakin banyak, semakin kompleks dan rumit. Oleh karena itu, reduksi data perlu dilakukan sehingga data tidak bertumpuk agar tidak mempersulit analisis selanjutnya.

2. Penyajian Data

Menurut Miles and Huberman (Sugiono, 2012: 95) Setelah data direduksi, langkah analisis selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data diarahkan agar data hasil reduksi terorganisaikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga makin mudah dipahami. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian naratif, bagan, hubungan antar kategori serta diagram alur. Penyajian data dalam bentuk tersebut mempermudah peneliti dalam memahami apa yang terjadi. Penyajian data yang baik merupakan satu langkah penting menuju tercapainya analisis kualitatif yang valid dan handal.

3. Menarik kesimpulan atau verifikasi

Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Sesuai dengan pendapat Miles dan Huberman, proses analisis tidak sekali jadi, melainkan interaktif, secara bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan atau verifikasi selama waktu penelitian. Setelah melakukan verifikasi maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk narasi.

3.3.12 Uji Keabsahan Data

Keabsahan data dimaksud untuk memperoleh tingkat kepercayaan yang berkaitan dengan seberapa jauh kebenaran hasil penelitian ini, mengungkapkan dan memperjelas data dengan fakta-fakta aktual di lapangan. Uji keabsahan data dalam penelitian ini meliputi uji kredibilitas. Cara pengujian kredibilitas data terhadap data hasil penelitian antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, dan *membercheck*. (Sugiyono, 2012:121)

Uji keabsahan data yang digunakan peneliti adalah triangulasi. Karena, untuk menguji keabsahan data dalam penelitian kualitatif, data yang ada valid dan dapat dipertanggungjawabkan, peneliti akan melakukan triangulasi (*check and recheck*). Triangulasi diperlukan peneliti untuk memastikan bahwa proses penelitian dari etnografi komunikasi yang dilakukan sudah sesuai atau valid. Metode triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Tujuannya ialah membandingkan informasi tentang hal yang sama yang diperoleh dari berbagai pihak, agar ada jaminan tentang tingkat kepercayaan data. Cara ini juga mencegah bahaya-bahaya subjektif. Dalam penelitian ini, triangulasi yang dianggap relevan untuk mengujikeabsahan data

adalah dengan melakukan triangulasi sumber, teknik dan waktu. (Moleong, 2004:330)

Triangulasi membantu peneliti untuk memeriksa keabsahan data melalui pengecekan dan perbandingan terhadap data. Etnografi komunikasi juga memerlukan verifikasi yang ekstensif melalui triangulasi sehingga dapat membantu peneliti untuk memeriksa keabsahan data melalui pengecekan dan perbandingan terhadap data.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik triangulasi (Moleong, 2007:330). Karena ingin menunjukkan keobjektifan dalam penelitian, yakni:

- 1) Triangulasi sumber yang berarti untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh ke beberapa sumber. Data dari beberapa sumber tersebut, tidak bisa dirata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut.
- 2) Triangulasi teknik, yakni untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
- 3) Triangulasi waktu, yakni waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data

yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya. Hal ini didasarkan karena informasi atau data yang diperoleh melalui pengamatan akan lebih akurat apabila juga digunakan wawancara atau menggunakan bahan dokumentasi untuk memeriksa keabsahan informasi yang telah diperoleh dengan menggunakan kedua metode tersebut.

Dalam penelitian ini, pertama-tama peneliti akan mengamati bagaimana komunikasi antar budaya mahasiswa job training asal Korea di PT. Pindad (Persero). Hasil analisa penelitian ini, kemudian akan diuji keabsahannya dengan menggunakan triangulasi sumber. Peneliti melakukan wawancara dengan mahasiswa job training asal Korea, yakni Kim Jerad. Serta pakar dari pusat kebudayaan Korea di Universitas Maranatha Bandung, yakni Mr. Lee Seung Baek yang memiliki pengetahuan mengenai komunikasi kebudayaan Korea. Untuk lebih membuktikan kebenaran datanya lagi, peneliti melakukan cek kepada salah satu rekan peneliti yang pernah menetap di Negara Korea, yakni Tiara. Namun sumber informasi ini hanya sebatas bukti pendukung saja.

Teknik triangulasi lebih mengutamakan efektivitas proses dan hasil yang diinginkan. Triangulasi dapat dilakukan dengan menguji apakah proses dan hasil metode yang digunakan sudah berjalan dengan baik. Proses ini dilakukan terus-menerus sepanjang proses mengumpulkan data dan analisis data, sampai peneliti yakin bahwa tidak ada lagi perbedaan-perbedaan dan tidak ada lagi yang perlu dikonfirmasi kepada informan. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan

diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar: Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda. (Sugiyono, 2014)

3.4 Gambaran Umum Perusahaan

PT. Pindad (Persero) merupakan perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang bergerak dalam bidang Alutsista (Alat Utama Sistem Persenjataan) dan produk komersial. Kegiatan Pindad memproduksi prasarana dan perlengkapan militer adalah bagian *war support activities* sehingga harus dipisahkan dari Dephankam dan menjadi perseroan terbatas yang sahamnya dimiliki oleh pemerintah Indonesia.

Tugas pokok Pindad adalah menyediakan dan memproduksi produk-produk kebutuhan Dephankam seperti munisi ringan, munisi berat, dan peralatan militer lain untuk menghilangkan ketergantungan terhadap pihak lain. Tugas pokok kedua adalah memproduksi produk-produk komersial seperti mesin perkakas, produk tempa, *air brake system*, perkakas dan peralatan khusus pesanan. Pada pada awal 1983 Pindad menjadi badan usaha milik Negara (BUMN) sesuai dengan keputusan pemerintah yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah RI No.4 Tahun 1983 tertanggal 11 Februari 1983.

Seiring perubahan Pindad diharapkan dapat mengembangkan kemampuan teknologi dan produktivitasnya dalam memenuhi kebutuhan logistik TNI-AD sehingga mengurangi ketergantungan pada luar negeri. Selain itu diharapkan juga dapat mengembangkan sarana prasarana non-militer yang dapat menunjang

pembangunan nasional di bidang pertanian, perkebunan, pertambangan, industri dan transportasi baik untuk instansi pemerintah, swasta maupun masyarakat luas

