

Penggunaan Hermeneutika dalam Penelitian Manajemen

M. Syamsul Hidayat

email : syamshidayat@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit Mojokerto

Abstract

One of the methods used to assist in analyzing and interpreting qualitative data is hermeneutics. The role of Hermeneutics can be very important in the development of qualitative research, including in the field of management. The use in such research can be in the form of Prejudice Hermeneutics or Critical Hermeneutics. Hermeneutics helps researchers to interpret and analyze text, where the text can be in the form of computer data diagrams, company reports or other forms so that it makes sense and can be used in management decision making. However, the use of hermeneutics allows qualitative researchers to describe organizational complexity and view it from many good aspects. from a social, cultural and political perspective.

Keywords: Hermeneutics, Qualitative Research, Management

Abstrak

Salahsatu metode yang di gunakan untuk membantu dalam menganalisis dan menafsirkan data kualitatif adalah hermeneutika. Peran Hermeneutika dapat begitu penting dalam perkembangan penelitian kualitatif, termasuk di bidang manajemen. Penggunaan dalam penelitian tersebut dapat berupa Hermeneutika Prasangka atau Hermeneutika Kritis. Hermeneutika membantu peneliti untuk menafsirkan dan menganalisis teks, dimana teks tersebut dapat berupa diagram data komputer, laporan perusahaan atau bentuk lainnya sehingga bermakna yang masuk akal. dan dapat di gunakan dalam pengambilan keputusan manajemen. Namun demikian, dalam penggunaan Hermeneutika memungkinkan peneliti kualitatif untuk menggambarkan kompleksitas organisasi dan melihatnya dari banyak aspek baik. dari perspektif sosial, budaya, maupun politik.

Kata kunci : Hermeneutika, Penelitian Kualitatif, Manajemen

PENDAHULUAN

Hermeneutika adalah salah satu pendekatan menganalisis dan menafsirkan data kualitatif. Hermeneutika berfokus terutama pada makna data kualitatif, terutama data tekstual. Dalam studi kualitatif seperti studi kasus atau etnografi, peneliti mengumpulkan banyak data tekstual. Studi kasus catatan, wawancara, dokumen, dan catatan lapangan merekam pandangan dari aktor dalam suatu organisasi dan menggambarkan peristiwa tertentu, dan sebagainya. Setelah bahan ini terkumpul, peneliti kemudian mempunyai tugas memesan, menafsirkan, dan menjelaskannya agar masuk akal.

Hermeneutika menyediakan seperangkat konsep untuk membantu peneliti kualitatif dalam menganalisis data mereka; konsep-konsep ini dapat membantu seorang peneliti untuk menafsirkan dan memahami arti dari suatu teks atau banyak teks. Konsep hermeneutik sangat berguna dalam situasi di mana ada interpretasi yang kontradiktif masalah dan acara organisasi (misalnya mengapa sistem tertentu adalah suatu kegagalan).

Hermeneutika adalah pendekatan yang cocok untuk mendalami analisis situasi sosial dan organisasi dalam manajemen dan bisnis. Tujuan utama hermeneutika adalah pemahaman manusia: memahami apa yang dikatakan dan dilakukan orang, dan mengapa. Hermeneutik berusaha konsisten untuk menjelaskan, atau memaknai, suatu objek studi. Filsafat hermeneutik awalnya berkaitan dengan interpretasi dari Alkitab dan teks suci lainnya. Di dua puluh abad, bagaimanapun, hermeneutika diambil oleh filsuf social dan diterapkan tidak hanya pada teks tertulis, tetapi juga pada interpretasi pidato dan tindakan (Myers, 2004).

Peneliti kualitatif berusaha untuk menemukan makna tindakan atau pernyataan dalam konteks sosial dan organisasi mereka (Bryman, 1989; Myers, 2004). Sebagai pendekatan analisis makna, hermeneutika telah digunakan untuk menganalisis data kualitatif dalam berbagai disiplin ilmu bisnis, seperti sistem informasi dan pemasaran (Arnold & Fischer, 1994; Lee, 1994; Myers, 2004). Dalam penelitian sistem informasi, misalnya, subjek wacana organisasi tentang teknologi informasi telah menjadi tema penting (Wynn, Whitley, Myers, & De Gross, 2002).

Hermeneutika telah digunakan untuk membantu kita memahami bagaimana informasi diinterpretasikan dan bagaimana sistem informasi digunakan (Boland, 1991). Hermeneutika juga telah digunakan untuk membantu kita memahami proses pengembangan sistem informasi (Boland & Day, 1989) dan dampak teknologi informasi di bidang sosial dan konteks organisasi (Lee, 1994; Myers, 1994). Dalam pemasaran, hermeneutika telah digunakan dalam penelitian konsumen untuk mempelajari arti periklanan bagi konsumen (Ritson & Elliott, 1999).

DEFINISI HERMENEUTIKA

Hermeneutika berasal dari kata Yunani 'hermeneuein' yang berarti 'mengerti' dan 'menerjemahkan' (interpretation). Kata ini menurut legenda terkait dengan dewa Hermes. Hermes adalah dewa pembawa berita para dewa kepada manusia. Karena tugasnya membawa berita, penghubung antara dewa dan manusia maka dia memiliki kaki seperti sayap. Sebagai pembawa berita, dewa ini adalah pembawa pengetahuan dan pengertian. Tugasnya yaitu menyampaikan kepada manusia mengenai keputusan para dewa. Hermeneutika dikembangkan pertama kali oleh Frederich Schleiermacher (1768-1834) dan Wilhem Dilthey (1833-1911) kemudian menerapkannya sebagai metode penelitian ilmu ilmu kemanusiaan (human sciences). Fokus dari hermeneutika adalah penafsiran untuk mengerti dan menangkap arti terdalam dari informasi yang

disampaikan oleh partisipan. Hermeneutika mensyaratkan pemahaman konteks yang benar sehingga arti asli dapat terungkap. Asumsi hermeneutika bahwa semua ilmu dan kegiatan belajar bersifat empiris, tetapi semua pengalaman selalu terkait Metode Penelitian Kualitatif dan mendapat pengesahan oleh kesadaran kita. Ilmu hermeneutika melibatkan seni membaca teks, sehingga maksud dan arti di balik teks dapat dimengerti secara penuh. Analisis hermeneutika dibutuhkan untuk menarik pengertian yang benar atas suatu teks. Untuk memahami teks perlu suatu penafsiran. Karena itu peran penafsiran adalah salah satu titik sentral hermeneutika. Tanpa penafsiran tidak mungkin memahami suatu teks. Begitu pentingnya peran penafsiran sehingga Nietzsche mengatakan bahwa sebenarnya tidak ada gejala moral, yang ada adalah penafsiran moral dari suatu gejala. Penafsiran membuka selubung yang tersembunyi dibelakang gejala objektif. Penafsiran bukanlah aktifitas yang terisolir tetapi merupakan struktur dasar pengalaman.

Hermeneutika dapat diperlakukan sebagai filosofi yang mendasari sebuah model analisis tertentu (Bleicher, 1980). Sebagai seorang filosofis pendekatan pemahaman manusia, itu memberikan filosofis landasan untuk interpretivisme (Klein & Myers, 1999; Myers, 1997b). Sebagai model analisis, itu adalah pendekatan analisis data kualitatif. Hermeneutika sebagai pendekatan untuk menganalisis dan menafsirkan data kualitatif. Digunakan dalam hal ini cara, ini membantu peneliti kualitatif untuk memahami dan menafsirkan arti dari teks atau teks-analog.

Taylor (1976)(Michael D Myers, 2013) mengatakan bahwa: Penafsiran, dalam arti relevan dengan hermeneutika, adalah suatu usaha membuat jelas, untuk memahami suatu objek studi. Oleh karena itu, objek ini haruslah sebuah teks, atau teks-analog, yang dalam beberapa hal membingungkan, tidak lengkap, mendung, tampaknya kontradiktif dalam satu atau lain cara, tidak jelas. Interpretasinya bertujuan untuk menjelaskan koherensi atau perasaan yang mendasari.

KONSEP HERMENEUTIKA

Hermeneutika memberikan seperangkat konsep yang membantu seorang peneliti untuk memahami teks. Konsep-konsep ini sekarang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Historisitas

Salah satu konsep fundamental dalam filsafat hermeneutik adalah konsep historisitas. Wachterhauser (1986) menjelaskan konsep historisitas sebagai berikut:

Historisitas adalah mengacu pada klaim bahwa hubungan antara menjadi manusia dan menemukan diri kita sendiri dalam keadaan historis tertentu tidaklah demikian tidak disengaja tetapi lebih penting atau 'ontologis'. Ini berarti apa adanya kita tidak dapat direduksi menjadi noumenal, inti sejarah seperti transcendental ego atau, lebih luas lagi, sifat manusia yang sama dalam semua sejarah keadaan. Sebaliknya, siapa kita adalah fungsi dari sejarah keadaan dan komunitas tempat kita

berada, sejarah bahasa yang kita gunakan, kebiasaan yang berkembang secara historis dan praktik kita sesuai, pilihan yang dikondisikan secara jasmani yang kita buat. Pendeknya, hermeneutika membela klaim ontologis bahwa manusia adalah milik mereka sejarah.

Artinya pemahaman kita tentang diri kita sendiri dan orang lain dalam organisasi bisnis terjadi dalam konteks historis di mana kami 'Hadiah yang diinformasikan secara historis menginformasikan interpretasi kami tentang topik apa pun atau subjek' (Myers, 2004: 106). Memahami suatu fenomena berarti dapat membicarakannya dengan orang lain dalam komunitas (Wachterhauser, 1986).

2. Lingkaran Hermeneutika

Konsep lingkaran hermeneutik mengacu pada dialektika antara pemahaman teks secara keseluruhan dan interpretasi bagian-bagiannya, di mana deskripsi dipandu oleh penjelasan yang diantisipasi.

Untuk menjelaskan konsep lingkaran hermeneutik, Klein dan Myers (1999) menghubungkan contoh Gadamer tentang bagaimana kita menerjemahkan arti kalimat ke bahasa asing: Sebagai kasus yang dipermasalahkan, pertimbangkan kalimat 'mereka bermain sepak bola'. Di untuk memahami bagian individu dari kalimat (yaitu apakah sepak bola adalah bola bundar, bola berbentuk telur atau tidak ada bola sama sekali), kita harus berusaha memahami arti kalimat secara keseluruhan.

Proses dari interpretasi bergerak dari pemahaman awal tentang bagian-bagian ke utuh dan dari pemahaman global tentang seluruh konteks kembali ke sebuah pemahaman yang lebih baik dari setiap bagian, yaitu arti kata-kata. Itu kalimat secara keseluruhan pada gilirannya merupakan bagian dari konteks yang lebih besar. Jika dari ini konteksnya jelas bahwa tidak ada yang terlibat dalam olahraga sama sekali, maka kita dapat menyimpulkan bahwa arti dari 'mereka sedang bermain sepak bola' harus bersifat metaforis. Untuk melamar Metafora, seseorang perlu menafsirkan 'sepak bola' sebagai masalah yang diperebutkan yang pada gilirannya melibatkan pemahaman baru tentang arti istilah tersebut 'Bermain' sebagai melibatkan sesuatu yang abstrak yang sedang 'dilempar atau ditendang Juga, ' bermain 'tidak lagi berarti gerakan fisik di lapangan berumput. (hal. 71) Dengan demikian gerakan pemahaman secara konstan dari keseluruhan ke sebagian dan kembali ke keseluruhan. Ide lingkaran hermeneutik dapat diterapkan tidak hanya untuk teks, tetapi juga untuk teks-analog.

Dari perspektif peneliti kualitatif, penelitian lapangan tidak lengkap sampai semua kontradiksi yang tampak diselesaikan - setidaknya dalam pikiran peneliti (Myers, 2004). Kita dapat melihat bahwa konsep lingkaran hermeneutik mengisyaratkan bahwa kita mempunyai ekspektasi makna dari konteks apa yang telah terjadi sebelumnya.

3. Prasangka

Konsep lain yang penting untuk hermeneutika adalah 'prasangka'. Hermeneutika menunjukkan bahwa 'prasangka', pra-penilaian, atau pengetahuan sebelumnya memainkan peran penting dalam pemahaman kita. Ide dasarnya adalah bahwa upaya kita untuk memahami teks selalu melibatkan pengetahuan atau harapan sebelumnya tentang teks itu. Faktanya kita bahkan tidak dapat mulai memahami teks kecuali kita memiliki pemahaman tentang bahasa di mana teks itu ditulis. Memahami bahasa setidaknya melibatkan pengetahuan kosakata, aturan tata bahasa, dan konvensi sosial yang berkaitan dengan kesesuaian dari apa yang harus atau tidak boleh dikatakan.

Jadi pengetahuan sebelumnya adalah prasyarat untuk pemahaman, meskipun sebagian besar pengetahuan ini mungkin pengetahuan diam-diam dan diterima begitu saja (Myers, 2004). Dalam ilmu sosial positivis, bagaimanapun, 'prasangka' atau pra-penilaian dipandang sebagai sumber bias dan oleh karena itu merupakan penghalang untuk pengetahuan yang benar; objektivitas, menurut positivisme, paling baik dicapai jika seorang ilmuwan sosial mengambil posisi bebas nilai dan tidak membiarkan bias mengganggu analisisnya.

Sebaliknya, hermeneutika menyatakan bahwa pemahaman selalu melibatkan interpretasi; interpretasi berarti menggunakan prakonsepsi sendiri sehingga makna objek tersebut dapat menjadi jelas bagi kita (Gadamer, 1975: 358). Pemahaman dengan demikian bukan hanya proses reproduksi, tetapi proses produktif, dan interpretasi akan selalu berubah (Myers, 2004).

Hermeneutika dengan demikian menunjukkan bahwa prasangka atau pengetahuan sebelumnya adalah awal yang diperlukan. titik pemahaman kita. Pepatah hermeneutiknya adalah: 'tidak ada pengetahuan tanpa pengetahuan sebelumnya' (Diesing, 1991: 108). Tugas kritis hermeneutika kemudian menjadi salah satu pembeda antara 'prasangka yang benar, yang kita pahami, dari yang salah yang kita salah paham' (Gadamer, 1976a: 124).

4. Autonomization dan Distanciation

Dua konsep lebih lanjut yang penting dalam hermeneutika adalah Autonomization (otonomisasi) dan Distanciation /jarak (Myers, 2004) . Ricoeur (1981) membuat perbedaan penting antara pidato verbal dan teks tertulis. Dia mengatakan bahwa makna penulis, begitu itu tertulis dalam teks, memiliki kehidupannya sendiri. Proses otonomisasi ini terjadi setiap kali pidato tertulis dalam teks: teks mengambil representasi tetap, terbatas, dan eksternal. Ini berarti bahwa teks sekarang memiliki keberadaan yang otonom dan 'obyektif', terlepas dari penulisnya. Setelah sesuatu dipublikasikan atau berada di domain publik, hampir tidak mungkin untuk mengambilnya kembali. Contoh yang bagus dari ini adalah ketika seorang politisi mengatakan sesuatu dalam sebuah wawancara dengan seorang reporter. Berkali-kali seorang politisi akan 'menyesali' sesuatu yang

dikatakan atau meminta maaf, tetapi setelah pernyataan itu dipublikasikan, tidak mungkin untuk menariknya kembali. Banyak politisi terpaksa mengundurkan diri karena pernyataan yang telah mengambil nyawanya sendiri.

Berkaitan erat dengan konsep otonomisasi adalah jarak (Lee, 1994). Perbedaan mengacu pada jarak tak terelakkan yang terjadi dalam ruang dan waktu antara teks dan penulis aslinya di satu sisi, dan pembaca teks (penonton) di sisi lain. Karakteristik mendasar dari teks adalah bahwa itu adalah komunikasi 'dalam dan melalui jarak' (Ricoeur, 1991: 76). Karena teks memiliki kehidupannya sendiri, ia dipisahkan dari penulis aslinya, audiens yang dituju, dan bahkan makna aslinya.

5. Apropriasi dan Keterlibatan

Dua konsep lainnya adalah apropriasi dan keterlibatan. Hermeneutika menyarankan bahwa kita hanya memahami makna teks jika kita menyesuaikan makna teks untuk diri kita sendiri, yaitu kita membuatnya menjadi milik kita sendiri. Tindakan apropriasi ini penting agar pemahaman terjadi (Myers, 2004).

Gadamer menyatakan bahwa makna tidak berada dalam 'perasaan subjektif penafsir' maupun dalam 'maksud penulisnya'. Sebaliknya, makna muncul dari keterlibatan pembaca dan teks. Saat pembaca terlibat dengan teks, baik pembaca maupun teks (atau arti teks) berubah. Proses keterlibatan kritis dengan teks ini sangat penting. Sekarang setelah Sally menyelesaikan tesisnya, dia merasa memiliki pemahaman yang jauh lebih baik tentang teori pemasaran yang dia pelajari sebelumnya. Sebelum dia mulai melakukan penelitiannya sendiri, dia berpikir bahwa beberapa buku teks pemasaran yang dia baca terlalu teoritis. Dia tidak memberi tahu supervisornya tentang hal ini, tetapi dia merasa beberapa buku itu membosankan dan dia meragukan relevansi praktisnya. Tapi sekarang setelah dia menyelesaikan tesisnya, dia melihat relevansi teori pemasaran. Faktanya, satu teori secara khusus bergema dengannya. Dia telah menyesuaikan teori ini dan sekarang terlibat dengannya. Dia percaya bahwa teori ini membantunya untuk menjelaskan dan menafsirkan temuannya.

JENIS HERMENEUTIKA

Ada berbagai jenis hermeneutika, yaitu:

1. Hermeneutika Murni

Para filsuf hermeneutik awal, seperti Dilthey, menganjurkan 'hermeneutika murni' yang menekankan pemahaman empatik dan pemahaman tindakan manusia dari 'dalam'. Bentuk hermeneutika ini adalah bentuk hermeneutika yang paling obyektif: ia melihat teks atau objek yang akan diselidiki sebagai 'di luar sana' dan setuju untuk diselidiki dengan cara yang kurang lebih obyektif oleh ilmuwan (Bleicher, 1982: 52).

2. Hermeneutika Ganda

Giddens (1976) menjelaskan hermeneutika ganda sebagai berikut: Sosiologi, tidak seperti ilmu alam, berdiri dalam hubungan subjek-subjek dengan 'bidang studinya', bukan hubungan subjek-objek; itu berhubungan dengan dunia yang telah ditafsirkan sebelumnya; konstruksi teori sosial dengan demikian melibatkan hermeneutika ganda yang tidak memiliki kesejajaran di tempat lain. (hal. 146).

Hermeneutika ganda mengatakan bahwa peneliti kualitatif tidak berdiri, seolah-olah, di luar subjek yang melihat ke dalam. Ia tidak mempelajari fenomena alam seperti bebatuan atau hutan dari luar. Sebaliknya, satu-satunya cara peneliti kualitatif dapat mempelajari orang adalah 'dari dalam'. Artinya, ia harus sudah berbicara dalam bahasa yang sama dengan orang yang dipelajari (atau, paling tidak, dapat memahami interpretasi atau terjemahan dari apa yang telah dikatakan). Hermeneutika ganda mengakui bahwa peneliti sosial adalah 'subjek' dan hanya sebagai penafsir situasi sosial sebanyak orang yang dipelajari (Myers, 2004). Radnitzky menunjukkan bahwa hermeneutika murni yang didukung oleh filsuf seperti Dilthey tidak kritis karena ia mengambil pernyataan atau ideologi pada nilai nominalnya (Radnitzky, 1970: 20ff.). Dia mengutip Gadamer yang mengatakan bahwa 'kita tidak harus membayangkan diri sendiri menggantikan orang lain; sebaliknya, kita harus memahami tentang apa pemikiran ini atau kalimat yang mengungkapkannya' (Radnitzky, 1970: 27).

3. Hermeneutika Postmodern

Berbeda dengan hermeneutika murni, filsuf hermeneutik postmodern berpendapat bahwa tidak ada yang namanya tujuan atau makna 'sebenarnya' dari suatu teks. 'Fakta' adalah apa yang disepakati oleh komunitas budaya dan percakapan (Madison, 1990: 191). Filsuf hermeneutik postmodernis mengatakan bahwa sebuah teks selalu melampaui pengarangnya, dan setiap bacaan adalah bacaan yang berbeda. Bentuk hermeneutika ini adalah yang paling subjektivis.

4. Hermeneutika Kritis

Di antara kedua posisi ini adalah hermeneutika kritis (Myers, 2004). Hermeneutika kritis muncul setelah perdebatan antara Habermas dan Gadamer (Gadamer, 1976b; Kogler, 1996; Ricoeur, 1976; Thompson, 1981). Para filsuf hermeneutik kritis mengakui bahwa tindakan penafsiran adalah tindakan yang tidak akan pernah bisa ditutup karena selalu ada kemungkinan penafsiran alternatif (Taylor, 1976). Dalam hermeneutika kritis, penafsir mengkonstruksi konteks sebagai bentuk teks lain, yang dengan sendirinya dapat dianalisis secara kritis. Dalam arti tertentu, penafsir hermeneutik hanya membuat teks lain di atas teks, dan kreasi rekursif ini berpotensi tidak terbatas. Setiap makna dibangun, bahkan melalui tindakan yang sangat konstruktif dalam upaya untuk mendekonstruksi, dan proses di mana interpretasi tekstual terjadi, direfleksikan secara kritis terhadap diri sendiri (Ricoeur, 1974).

Hermeneutika kritis dengan demikian menyadari hermeneutika ganda dan mengakui kritik reflektif dari interpretasi yang diterapkan oleh peneliti. Kesadaran akan dialektika antara teks dan penafsir ini telah dikedepankan dalam hermeneutika kontemporer. Hermeneutika klasik atau 'murni' mengabaikan dialektika ini dalam upaya untuk memahami teks dalam istilah itu sendiri. Namun, filsuf hermeneutika kritis tidak setuju dengan beberapa versi hermeneutika postmodern yang menganggap bahwa semua interpretasi sama-sama valid (yang dengan sendirinya merupakan pernyataan normatif). Beberapa interpretasi lebih baik dari yang lain. Jika tidak ada alasan untuk menilai antara penjelasan alternatif, maka pandangan David Irving bahwa pemusnahan sistematis orang Yahudi di kamar gas kamp konsentrasi Jerman tidak terjadi sama validnya dengan pandangan historis Holocaust yang diterima secara umum.

Penggunaan Hermeneutika dalam Bisnis dan Manajemen

1. **Richness in Email Communications, Lee (1994)** menggunakan hermeneutika untuk mengkritik teori kekayaan informasi. Teori kekayaan informasi mengklasifikasikan media komunikasi berdasarkan kapasitasnya untuk memproses informasi yang kaya. Menurut teori ini, kekayaan bervariasi sesuai dengan kapasitas media untuk umpan balik langsung, jumlah isyarat dan saluran yang digunakan, personalisasi, dan variasi bahasa. Teori mendalilkan bahwa komunikasi tatap muka adalah media terkaya, sedangkan dokumen (seperti pesan email) adalah media ramping. Kekayaan atau kesederhanaan dikonseptualisasikan sebagai properti objektif yang tidak berubah dari media itu sendiri (Lee, 1994).

Setelah memberikan penjelasan yang sangat baik tentang perbedaan antara interpretivisme dan positivisme, Lee kemudian mengacu pada teori hermeneutik Ricoeur (1981) untuk menunjukkan bahwa kekayaan atau kesederhanaan bukanlah properti yang melekat pada media email, tetapi properti yang muncul dari interaksi media email dalam konteks organisasinya. Dia menggunakan transkrip dari beberapa pesan email aktual yang dipertukarkan di antara manajer dari dalam perusahaan untuk menggambarkan bagaimana kekayaan terjadi. Transkrip ini terkait dengan peristiwa tertentu di perusahaan yang ternyata sensitif secara politik dan merepotkan secara manajerial. Dengan menganalisis serangkaian pertukaran email terkait dengan peristiwa yang satu ini, Lee menunjukkan bahwa pesan email menjadi kaya jika seseorang memperhitungkan konteks sosial dan politik yang lebih luas di mana komunikasi email berlangsung. Dia juga menunjukkan bahwa manajer yang menerima email bukanlah penerima data yang pasif, tetapi penghasil makna yang aktif. Analisis hermeneutik Lee mengungkapkan dunia kompleks interaksi sosial dan politik

yang tertanam di dalamnya, dan merupakan bagian integral dari, komunikasi email di dalam perusahaan (Lee, 1994).

2. **Kegunaan Sosial dari Periklanan Ritson dan Elliott (1999)** mengatakan bahwa penelitian konsumen dalam pemasaran secara umum telah gagal untuk menangani pengaturan sosial budaya yang mengkontekstualisasikan semua aktivitas konsumsi. Dalam kasus spesifik teori periklanan, mereka mengatakan bahwa peneliti cenderung mengabaikan dimensi sosial dari periklanan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada penggunaan periklanan secara sosial. Penulis menggunakan penelitian etnografi untuk mempelajari makna iklan dalam kehidupan remaja yang dikontekstualisasikan secara sosial. Mereka memutuskan untuk mempelajari remaja karena kelompok ini telah terbukti sangat aktif dalam penggunaan sosial berbagai bentuk media populer yang berbeda. Mereka juga 'melek periklanan', dalam arti bahwa mereka memiliki kemampuan untuk menggunakan makna periklanan untuk tujuan interaksi sosial. Salah satu penulis mengumpulkan data dari enam lokasi (yaitu sekolah) selama enam bulan. Teknik pengumpulan data kualitatif meliputi observasi, kerja lapangan, dan wawancara kelompok. Semua wawancara direkam dan ditranskrip untuk menghasilkan lebih dari 500 halaman data wawancara. Meski hanya penulis pertama yang terlibat dalam pengumpulan data, kedua penulis menganalisis data tekstual (transkrip wawancara, catatan lapangan, dan lain sebagainya). Penulis menggunakan pendekatan hermeneutik dan iteratif dalam analisis data mereka. Mereka menemukan bahwa perbedaan antara kedua interpretasi tersebut terbukti sangat produktif. Dialog antara kedua peneliti ini membantu mereka menganalisis ulang data dan menghasilkan hasil yang lebih kuat dan lebih menarik. Salah satu kesimpulan mereka adalah bahwa remaja mampu menyesuaikan teks iklan untuk dirinya sendiri, terlepas dari produk yang dipromosikan oleh iklan tersebut.
3. **'Budaya Intoksikasi' di antara Kaum Muda di Inggris Szmigin et al. (2011)** menyelidiki beberapa inisiatif pemasaran sosial yang dirancang oleh lembaga pemerintah untuk mengekang apa yang telah menjadi budaya pesta minuman keras di antara orang dewasa muda di Inggris Raya. Mereka secara kritis menilai kampanye pemasaran ini menggunakan pendekatan kontekstualis yang mengeksplorasi bagaimana orang muda memahami pengalaman minum mereka sendiri. Penulis mengumpulkan data mereka dari iklan alkohol terkini, kelompok fokus, observasi, dan wawancara individu dengan delapan anak muda. Kerja lapangan mereka termasuk diskusi kelompok informal dengan kaum muda di tiga lokasi berbeda. Penulis menggunakan pendekatan hermeneutik untuk menganalisis data mereka. Mereka mengatakan bahwa setelah analisis individu dari transkrip data mereka, mereka melakukan diskusi terfokus di antara kelima peneliti tentang arti data. Tema dan pola yang muncul kemudian dikaji dan

dieksplorasi lebih lanjut. Analisis hermeneutik mereka mengungkapkan kontradiksi mendasar antara beberapa pesan utama dalam semua kampanye pemasaran dan pemahaman kaum muda tentang pola minum mereka sendiri. Misalnya, semua kampanye pemasaran menekankan perlunya tanggung jawab individu, tetapi kaum muda sendiri mengatakan bahwa ini mengabaikan fitur penting dari minum - bahwa ini pada dasarnya adalah aktivitas sosial: 'Sisi positif dari minum - kesenangan, kebersamaan, dan perasaan identitas sosial' - yang ditekankan di sebagian besar iklan alkohol dan kampanye pemasaran, hampir diabaikan dalam kampanye pemasaran yang disponsori pemerintah (hlm. 775).

Analisis hermeneutik penulis mengungkapkan bahwa inisiatif pemasaran pemerintah yang dirancang untuk mengekang konsumsi alkohol berlebihan di antara kaum muda sebagian besar tidak efektif. Mereka menyarankan strategi pemerintah yang lebih berhasil adalah dengan mengubah beberapa pesan utama dalam kampanye pemasaran saat ini.

KESIMPULAN

Hermeneutika adalah salah satu pendekatan menganalisis dan menafsirkan data kualitatif. Hermeneutika berfokus terutama pada makna data kualitatif, terutama data tekstual. Dimana Hermeneutika memberikan seperangkat konsep yang membantu seorang peneliti untuk memahami teks, menafsirkan dan menganalisa. Keuntungan utama menggunakan hermeneutika dalam menganalisis dan menafsirkan data kualitatif adalah memungkinkan pemahaman yang lebih dalam tentang orang-orang dalam pengaturan bisnis dan organisasi.

Namun demikian ada beberapa kritik terhadap Hermeneutika yaitu kesulitan untuk mengetahui kapan harus menyimpulkan sebuah penelitian. Karena penafsiran hermeneutik hanya membuat teks lain di atas teks, dan kreasi ini berpotensi tidak terbatas, kapan proses penafsiran akan berhenti. Kerugian potensial lain dari hermeneutika adalah banyak teks yang sulit dipahami. Oleh karena sifat filosofis yang melekat dari subjek tersebut, serta juga karena banyak teks telah diterjemahkan dalam berbagai bahasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahuvia, A. C. (2005). Beyond the extended self: loved objects and consumers' identity narratives. *Journal of Consumer Research*, 32(1), 171-84.
- Altheide, D. L. (1996). *Qualitative Media Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Alvesson, M., & Deetz, S. (2000). *Doing Critical Management Research*. London: Sage.
- Arnold, S. J., & Fischer, E. (1994). Henneneutics and consumer research. *Journal of Consumer Research*, 21(\), 55-70.
- Avison, D. E., Baskerville, R., & Myers, M. D. (2001). Controlling action research projects. *Information Technology & People*, 14(1), 28-45.
- Baburoglu, O. N., & Ravn, I. (1992). Normative action research. *Organization Studies*, 13(1), 19-34.
- Ball, M. S., & Smith, G. W. H. (1992). *Analyzing Visual Data*. Newbury Park, CA: Sage.
- Barley, S. R. (1983). Semiotics and the study of occupational and organizational cultures. *Administrative Science Quarterly*, 28(3), 393-413.
- Barry, C, A. (1998). Choosing qualitative data analysis software: Atlas/ti and Nudist compared. *Sociological Research Online*. 3(3), <http://www.socresonline.org.uk/>
- Barry, D., & Elmes, M. (1997). Strategy retold: toward a narrative view of strategic discourse. *Academy of Management Review*, 22(2), 429-52.
- Benbasat, I., Goldstein, D. K., & Mead, M. (1987). The case research strategy in studies of information systems. *MIS Quarterly*, 11(3), 369-86.
- Bennis, W. G., & O'Toole, J. (2005). How business schools lost their way. *Harvard Business Review*, 83(5), 96-104.
- Bernstein, R. J. (1983). *Beyond Objectivism and Relativism*. Pittsburgh: University of Pennsylvania Press
- Bleicher, J. (1980). *Contemporary Hermeneutics: Hermeneutics as Method, Philosophy and Critique*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Bleicher, J. (1982). *The Hermeneutic Imagination*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Bohm, A. (2004). Theoretical coding: text analysis in grounded theory. In U. Flick, E. v. Kardorff, & I. Steinke (Eds), *A Companion to Qualitative Research* (pp. 270-75). London: Sage.
- Boland, R. J., & Day, W. F. (1989). The experience of system design: a hermeneutic of organizational action. *Scandinavian Journal of Management*, 5(2), 87-104.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds). (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (3rd edn). Thousand Oaks, CA: Sage.

- Desai, P. (2002). *Methods Beyond Interviewing in Qualitative Market Research*. London: Sage
- Dey, I. (1993). *Qualitative Data Analysis*. London: Routledge Harvey, L., & Myers, M. D. (1995). Scholarship and practice: the contribution of ethno-graphic research methods to bridging the gap. *Information Technology & People*, 8(3), 13-27.
- Kogler, H. H. (1996). *The Power of Dialogue: Critical Hermeneutics after Gadamer and Foucault*. Cambridge, MA: MIT Press
- Madison, G. B. (1990). *The Hermeneutics of Postmodernity*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press
- Myers, M. D. (2004). Hermeneutics in information systems research. In J. Mingers & L. P. Willcocks (Eds), *Social Theory and Philosophy for Information Systems* (pp. 103-28). Chichester: Wiley.
- Myers, M. D., & Avison, D. E. (Eds). (2002). *Qualitative Research in Information Systems: A Reader*. London: Sage.
- Myers, M. D., & Newman, M. (2007). The qualitative interview in IS research: examining the craft. *Information and Organization*, 17(1), 2-26.
- Ricoeur, P. (1976). *Interpretation Theory, Discourse and the Surplus of Meaning*. Fort Worth, TX: Texas Christian University Press.
- Ricoeur, P. (1981). *Hermeneutics and the Human Sciences*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ricoeur, P. (1991). *From Text to Action: Essays in Hermeneutics, II* (K. Blarney & J. B. Thompson, Trans.). Evanston, IL: Northwestern University Press
- Taylor, C. (1976). Hermeneutics and politics. In P. Connerton (Ed.), *Critical Sociology: Selected Readings* (pp. 153-93). Harmondsworth: Penguin Books
- Wessberg, A., Lundgren, I., & Elden, H. (2020). Late-term pregnancy: Navigating in unknown waters — A hermeneutic study. *Women and Birth*. <https://doi.org/10.1016/j.wombi.2019.03.011>