

Ringkasan Paper

Nama : Agung Firmansyah (120500007X), Muhammad Ilman Akbar (1205000622)
Kelompok : 316

Judul Paper	<i>Communication Richness in Electronic Mail: Critical Social Theory and the Contextuality of Meaning</i>
Penulis	Ojelanki K. Ngwenyama, Allen S. Lee
Sumber	<i>MISQ Quarterly</i>
Tahun	1997

Pendahuluan

Penelitian tentang penggunaan teknologi informasi dalam organisasi atau manajerial adalah salah satu topik utama dalam bidang ilmu sistem informasi. Salah satu teori penting tentang topik ini adalah *Information Richness Theory* (IRT). IRT mengatakan bahwa:

1. Bobot informasi (*richness*) adalah nilai instrinsik suatu media berbasis IT.
2. Penggunaan media tersebut untuk keperluan manajerial dan organisasi.

Namun, seiring berjalannya waktu, berbagai hasil penelitian membuktikan bahwa validitas IRT lemah. Hal tersebut membuat para peneliti membutuhkan perspektif/teori baru untuk mendefinisikan bobot informasi (*richness*). Teori tersebut adalah *Critical Social Theory* (CST). CST berdasarkan pada perspektif kritis, tidak seperti IRT yang berdasarkan pada perspektif positif. Paper ini memperkenalkan sudut pandang tersebut dan membandingkannya dengan sudut pandang yang sebelumnya ada dalam memandang *information richness*.

Definisi IRT

Menurut (Daft and Lengel 1986), *information richness* didefinisikan sebagai kemampuan sebuah informasi untuk mengubah pemahaman seseorang dalam jangka waktu tertentu. Sebuah medium penyampaian informasi dikatakan *rich* apabila dapat mengurangi ambiguitas informasi, memiliki banyak isyarat dan umpan balik, dan mampu membantu proses memahami pesan yang kompleks. Medium informasi dikatakan *lean* apabila penggunaan medium tersebut sulit untuk memberi pemahaman terhadap suatu informasi.

(Daft and Lengel 1986) memberi urutan media informasi dari yang paling *rich* ke *lean*: (1) tatap muka, (2) telepon, (3) dokumen personal seperti email atau memo, (4) dokumen yang tidak personal, and (5) dokumen numerik.

Namun, seiring berjalannya waktu dan diadakannya berbagai penelitian, IRT menjadi bergeser dari konteks organisasi secara umum menjadi individual. Ada beberapa bukti penelitian: Markus (1994) menunjukkan bahwa manajer senior banyak menggunakan email. Email adalah medium komunikasi yang *rich*, tidak *lean*. Hal ini menyebabkan teori IRT terbalik. Oleh karena itu, penelitian tentang *information richness* juga harus memperhatikan konteks organisasi. Sebagai contoh, IRT memiliki kelemahan pada pelevelan bobot informasi media yang fiks.

Sudut Pandang Penelitian tentang IRT

Terdapat dua sudut pandang dalam melakukan penelitian tentang IRT:

1. *Positivist*
Komunikasi adalah proses fisik perpindahan materi informasi dari satu orang ke orang lain, tanpa melihat aspek 'dunia nyata' bahwa manusia memiliki makna dalam berkomunikasi. Orang (penerima atau pemberi informasi) dianggap tidak lebih sebagai wadah yang pasif. Penelitian menggunakan sudut pandang *positivist* menggambarkan proses komunikasi sebagai notasi logika formal matematika.
2. *Interpretivist*

Tidak melihat orang sebagai wadah pasif, tapi sebagai makhluk cerdas yang memahami seberapa 'lean'-nya informasi yang diterima. Artinya terdapat 'dunia nyata' dalam komunikasi, yaitu terdapatnya konteks subjektif dalam sebuah komunikasi, karena manusia memahami makna-makna yang tidak dapat digambarkan dalam notasi logika formal. Penelitian menggunakan sudut pandang *interpretivist* memperhatikan aspek subjektif ini dengan studi etnografi dan hermeneutika.

Critical Social Theory (CST)

Sudut pandang baru ini memperhatikan aspek 'dunia nyata' dari sebuah komunikasi dalam organisasi dan berorientasi untuk memetakan dan menginterpretasikan makna komunikasi. Sudut pandang CST tidak menggambarkan penelitian IRT sebagai notasi logika formal matematika. CST juga tidak memisahkan subjek penelitian sebagai individu dari konteks organisasinya. Oleh karena itu, sudut pandang CST sangat tepat digunakan dalam penelitian tentang *information richness*.

Konsep Communicative Action

Dalam CST, proses pemahaman terhadap informasi tidak serta merta hanya meliputi pemahaman dari apa yang disampaikan pemberi informasi. Akan tetapi, terdapat proses *validity claims* yang berhubungan dengan apa saja tindakan yang dilakukan pemberi informasi. Proses *validity claims* dilakukan dengan mengetahui *completeness, truthfulness, sincerity, clarity/comprehensibility, contextuality/appropriateness, efficiency, dan effectiveness* dari pemberi informasi. *Validity claims* ini membantu penerima informasi untuk membebaskan dirinya dari informasi-informasi yang ambigu, terdistorsi, atau tidak dipahami.

Dalam CST, terdapat istilah *social action*. Kata *social* menggambarkan bahwa *action* yang dilakukan oleh setiap individu dalam menyampaikan informasi adalah berhubungan erat dengan konteks organisasi. Konteks organisasi yang dimaksud adalah tentang struktur perusahaan, norma-norma yang berlaku, birokrasi, dan hal lainnya.

Terdapat empat tipe *social action*:

1. *Instrumental action*, yaitu tindakan yang bertujuan untuk mencapai tujuan rasional.
2. *Communicative action*, berhubungan dengan mencapai dan menjaga *mutual understanding* (seseorang paham apa yang disampaikan orang lain) di antara semua pihak yang saling berkoordinasi dalam kondisi organisasi.
3. *Discursive action*, yaitu tindakan yang bertujuan untuk mencapai atau mengembalikan pemahaman serta melakukan *validity claims*
4. *Strategic action*, berhubungan dengan cara seseorang mempengaruhi orang lain dan mengubah tindakan orang lain untuk mencapai tujuan dari seseorang tersebut.

Tabel di bawah ini menjelaskan hubungan antara empat tipe *social action* tersebut dengan proses *validity claims*.

Tabel 1. Tipe Social Action dan Penerapan Validity Claims (Sumber: Ngweyama dan Lee, 1997)

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

Communication Richness dalam Sudut Pandang CST

Berikut ini adalah tabel perbandingan ketiga sudut pandang dalam memandang *communication richness*.

Tabel 2. Perbandingan Tiga Sudut Pandang (Sumber: Ngweyama dan Lee, 1997)

		Social cues (such as facial expressions, body language, and tone of voice). . .		When the number of social cues increases (or decreases). . .		When determining whether or not communication richness is present, researchers focus on. . .		
		. . . are necessary to maximize communication richness.	. . . can contribute to, but are not necessary to maximize, communication richness. Communication richness can readily occur even in the total absence of social cues.	. . . the communication richness correspondingly increases (or decreases).	. . . there is not necessarily any corresponding change in the communication richness.	. . . features of the process of communication (such as the number of social cues and the capacity of the medium).	. . . whether or not mutual understanding (person's coming to understand what another person means) occurs.	. . . whether or not the listener or reader critiques the validity or rightness of what is communicated to her in the first place and, if needed, <i>emancipates</i> herself from distorted communications.
Communication richness from. the positivist perspective in IRT's conduit metaphor:	X		X		X		
	. . . the interpretive perspective in the hermeneutic approach of Lee (1994):		X		X		X	
	. . . this study's CST perspective:		X		X		X	X

Paper ini memberikan contoh empiris dari *communication richness* berdasarkan CST dengan melampirkan beberapa percakapan email yang diambil dari penelitian (Markus 1994). Percakapan email ini dilakukan oleh tiga orang karyawan dalam satu perusahaan. Penulis paper ini menjelaskan keterkaitan antara *information richness* dengan *communicative action*. Akan tetapi, karena keterbatasan ringkasan paper ini, percakapan email tersebut beserta penjelasannya tidak dapat kami tampilkan.

Kesimpulan

Penelitian IS pada umumnya mengandalkan IRT sebagai teori yang mendefinisikan bobot informasi. Dengan ditemukannya bukti bahwa IRT tidak memiliki validitas yang kuat maka para peneliti harus mencari teori baru dengan perspektif baru untuk mendefinisikan bobot informasi. Teori baru tersebut adalah *Critical Social Theory (CST)*. Berbeda dengan IRT yang berperspektif positif, CST menggunakan perspektif kritis. Karena CST merupakan teori yang baru digunakan dalam lingkungan penelitian IS maka potensi CST masih besar terutama pada bidang *communication richness*. Sumbangsih paper ini dalam mengembangkan teori baru adalah memperkenalkan CST, memberikan contoh penelitian CST dalam cabang ilmu IS, dan memperluas domain penelitian CST.

Daftar Pustaka

Daft, R. L. and Lengel, R. H. "Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design," *Management Science* (32:5), 1986, pp. 554-571

Markus, M. L. "Electronic Mail as the Medium of Managerial Choice," *Organization Science* (5:4), 1994, pp. 502-527

Ngwenyama, O. K. and Lee, A. S. "Communication Richness in Electronic Mail: Critical Social Theory and the Contextuality of Meaning," MISQ Quarterly/June, 1997.

Komentar Penulis

1. Membaca dan memahami papernya cukup sulit. Papernya berumur tua, sehingga sulit menyambungkan ide dari papernya dengan teknologi yang sudah ada saat ini.
2. Format penulisannya menyulitkan pemahaman, karena setiap paragraf memiliki jumlah kalimat yang sangat banyak dan satu halaman terdiri dari dua kolom. Hal ini menyulitkan proses *speed reading*.
3. Studi kasus yang ditunjukkan judul paper tidak begitu penting. Sebaiknya paper ini berjudul *New perspective for communication richness: criticism with Critical Social Theory*