

Kata Pengantar :
Assoc Prof. Adnan Hussein, Ph.D
(Dean School of Communication, University Sains Malaysia)

MIX METHODOLOGY

DALAM PENELITIAN KOMUNIKASI

(DILENGKAPI DENGAN APLIKASI METODE PENELITIAN)

Editor :
Aswad Ishak
Fajar Junaedi
Setio Budi HH
Agung Prabowo



Mix Methodology
dalam Penelitian
Komunikasi

*(Dilengkapi dengan aplikasi metode
penelitian)*

Mix Methodology **dalam Penelitian** **Komunikasi**

*(Dilengkapi dengan aplikasi metode
penelitian)*

Kata Pengantar:

Assoc Prof. Adnan Hussein, Ph.D

(Dean School of Communication, University Sains Malaysia)

Editor:

Aswad Ishak

Fajar Junaedi

Setio Budi HH

Agung Prabowo

ASPIKOM
Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi

DUKU
litera

PERHUKMAS
BPC Yogyakarta

Mix Methodology dalam Penelitian Komunikasi

© Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM)

Penulis:

Sunarto, Adnan Hussein, Mario Antonius Birowo, Agustina Zubair, Setio Budi HH,
Bonaventura Satya Bharata, Fajar Junaedi, MC Ninik Sri Rejeki, Y. Argo Twikromo, Basuki
Agus Suparno, Chatarina Endah P, Anang Hermawan, Yanuar Luqman
Kata Pengantar: Assoc Prof. Adnan Hussein, Ph.D

Editor:

Aswad Ishak, Fajar Junaedi, Setio Budi HH, Agung Prabowo

Perancang sampul: Mapa

Penata Letak: Mapa

Pertama kali diterbitkan oleh

Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM)

Bekerja sama dengan

Buku Litera, Yogyakarta dan PERHUMAS, BPC Yogyakarta

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang *All Rights Reserved*
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

Cetakan Pertama, Maret 2011

xiv+280 hlm.; 15.5x23.5cm

ISBN: 978-602-99074-2-1

Dicetak Oleh:

Mata Padi Pressindo

08179407446, 081227837806

tribima@yahoo.com, matapadi_media@yahoo.com

Daftar Isi

Persembahan

Kata Pengantar

<i>Editor</i>	vii
<i>Assoc. Prof. Adnan Husen, Ph.D.</i> <i>(Dean School of Communication, University Sains Malaysia)</i>	ix

Daftar Isi	xiii
-------------------------	------

Bagian I

Metode Penelitian Komunikasi: Pilihan Kuantitatif Kualitatif atau Campuran

Paradigma dan Metode Penelitian Komunikasi di Indonesia <i>Sunarto</i>	3
<i>Mixed Methods</i> , Penelitian Interdisiplineri dan Perkembangan Penelitian Komunikasi di Malaysia. <i>Adnan Hussein</i>	27
Metode Campuran (<i>Mixed Methods</i>), Metode Penelitian Alternatif <i>Mario Antonius Birowo</i>	39
Pendekatan dalam Penelitian Komunikasi <i>Agustina Zubair</i>	53

Bagian II

Metode Penelitian Komunikasi Terapan

"Ekologi Media" : Penerapan Teori Niche dalam Penelitian Kompetisi Media <i>Setio Budi HH</i>	77
Analisis Isi Kuantitatif, Sebuah Pengantar untuk Penelitian Teks Komunikasi <i>Bonaventura Satya Bharata</i>	97

Analisis Isi Kuantitatif, Sebuah Pengantar untuk Penelitian Teks Komunikasi

Bonaventura Satya Bharata

A. Pendahuluan: Konsep dan Karakteristik

Bagian ini akan membahas metode penelitian analisis isi. Di rumpun ilmu komunikasi, analisis isi merupakan metode untuk meneliti komponen pesan komunikasi (*message*). Di wilayah ilmu yang lain lagi, metode ini sering pula digunakan untuk meneliti teks kitab suci, karya sastra, foto, gambar, lukisan, buku, syair lagu, dan catatan-catatan tertulis. Tidaklah mengherankan banyak ahli disiplin ilmu lain, seperti teologi, bahasa, sastra, dan seni juga sering menggunakan metode ini untuk keperluan riset-riset mereka. Analisis isi dapat dilakukan secara kualitatif maupun kuantitatif. Analisis semiotika, analisis framing, analisis wacana, dan hermeneutika merupakan bentuk-bentuk analisis isi kualitatif. Sedangkan analisis isi kuantitatif dicirikan dengan dominasi penggunaan angka (kuantitas) dalam bentuk tabel ataupun diagram pada temuan data penelitian. Pada bagian ini, kita akan membahas analisis isi dengan pendekatan kuantitatif.

Di samping metode survey, analisis Isi merupakan salah satu teknik penelitian kuantitatif yang relatif populer digunakan oleh peneliti ilmu sosial untuk meneliti teks komunikasi. Di jurusan Ilmu Komunikasi di Indonesia, penelitian dengan menggunakan analisis isi ini sering digunakan untuk meneliti iklan dan media cetak, seperti surat kabar dan majalah. Dibandingkan dengan penelitian kuantitatif lain, seperti metode survey dan penelitian analisis isi kualitatif seperti semiotika, analisis framing, dan analisis wacana, proses penelitian analisis isi ini jauh lebih sederhana dan tidak rumit. Akan tetapi

walaupun terlihat lebih sederhana dan tidak rumit, bukan berarti analisis isi bisa dilakukan secara sembarang. Sebagai sebuah bentuk metode penelitian dengan paradigma kuantitatif, analisis ini tunduk pada ketentuan-ketentuan yang berlaku pada paradigma ini.

Fred N. Kerlinger dalam Wimmer dan Dominick (2000: 135) memberikan definisi untuk analisis isi dengan menyatakan bahwa analisis isi merupakan metode atau teknik mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, obyektif, dan bersifat kuantitatif dengan tujuan mengukur variabel-variabel. Senada dengan Kerlinger, Bernard Barelson memberikan definisi analisis isi dengan menyatakan bahwa analisis isi merupakan sebuah metode penelitian yang mendeskripsikan isi komunikasi yang *manifest* (yang tampak), yang dinyatakan secara obyektif, sistematis, dan kuantitatif (dalam Fluornoy, 1992: 10). Dengan demikian, baik Kerlinger maupun Barelson, menunjukkan bahwa ciri khas yang tidak dapat ditinggalkan dari analisis isi adalah sifatnya yang sistematis, obyektif dan kuantitatif.

Penelitian analisis isi disebut sistematis, bila dalam proses penelitian merujuk pada seleksi dan analisis data didasarkan pada langkah-langkah yang terencana dan tidak bias sehingga pengambilan kesimpulan tidaklah berat sebelah atau bahkan keliru (Sparks, 2010: 21). Sebagai sebuah metode penelitian yang merupakan turunan dari pendekatan penelitian kuantitatif, proses penelitian dalam analisis isi harus dilakukan mengacu pada prosedur yang telah ditentukan. Misalnya dalam penentuan sampel dari populasi penelitian, tentunya peneliti harus mengikuti prosedur teknik penarikan sampel (teknik *sampling*) yang sudah ditentukan dalam penelitian kuantitatif pada umumnya. Peneliti juga harus menentukan teknik penarikan sampel yang cocok digunakan dalam penelitiannya. Peneliti tidak diperkenankan memilih sampel dengan sembarang atau hanya menggunakan intuisi belaka karena tentunya menyalahi aturan main yang sudah ditentukan dalam penelitian kuantitatif.

Penelitian analisis isi dikatakan obyektif jika ketentuan-ketentuan yang dijalankan dirumuskan dahulu secara tegas dan pasti sehingga bila penelitian ini dijalankan oleh orang lain akan mendapatkan data dan kesimpulan yang sama (Sparks, 2010: 21). Ini tentu dimaksudkan untuk menghindari bias penelitian. Misalnya dalam penyusunan

kerangka konsep dan definisi operasional dari unit analisis dan sistem kategorisasi penelitian, peneliti perlu merumuskan secara tegas dan pasti. Selain itu sekaligus menghindarkan diri dari masuknya pendapat pribadi si peneliti dalam penyusunan kerangka konsep dan definisi operasional yang sangat mungkin memunculkan bias penelitian. Dengan demikian ketika penelitian tersebut diulang oleh peneliti yang lain, hasilnya pun relatif akan sama. Dalam hal ini, sebenarnya metode analisis isi memberikan bantuan berupa uji reliabilitas. Uji reliabilitas ini membantu peneliti untuk menjaga agar penelitian analisis isi yang dilakukan tetap memenuhi kriteria sebagai penelitian yang obyektif.

Penelitian analisis isi dinyatakan sebagai penelitian kuantitatif karena tujuan yang hendak dicapai oleh analisis isi mensyaratkan representasi yang akurat dari pesan yang disampaikan dalam isi komunikasi. Dalam hal ini, analisis isi mengenal pula perhitungan populasi dan sampel (Sparks, 2010: 21). Sebagai sebuah penelitian kuantitatif, penelitian analisis ini menuntut keakuratan temuan penelitian. Menyatakan hasil penelitian analisis ini dengan “65% temuan data dari komik anak-anak menunjukkan adanya unsur kekerasan” jauh lebih akurat dibandingkan dengan hanya menyatakan “sebagian besar isi komik anak-anak menunjukkan adanya unsur kekerasan.” Selain itu walaupun penelitian analisis isi dilakukan di level sampel, tentu saja harapannya bahwa temuan hasil penelitian tersebut berlaku pula di level populasi dengan jumlah kuantitas yang lebih besar. Inilah karakteristik kuantitatif dalam penelitian analisis isi.

Selain tiga karakteristik di atas, sistematis, obyektif, dan kuantitatif, terdapat satu karakteristik lagi dari analisis isi dengan pendekatan kuantitatif, yakni hanya dapat meneliti teks komunikasi yang sifatnya *manifest*. *Manifest* di sini artinya teks komunikasi yang tampak atau yang tersurat (Holsti, 1969: 21 dan Sparks, 2010: 21). Analisis isi kuantitatif hanya dapat menelusur data yang tersurat dari sebuah teks komunikasi. Hasil penelitian analisis isi biasanya hanya sebatas menemukan *trend* atau pola (*pattern*) atau kecenderungan dari teks komunikasi yang diteliti. Sebagai sebuah penelitian kuantitatif, peneliti analisis isi tidak diperkenankan untuk memberikan penafsiran atau pemaknaan lebih jauh dari yang tersurat dalam teks komunikasi. Bernard Barelson (dalam Krippendorff, 2004: 14) menyatakan bahwa

isi yang tidak tampak (*latent*) tidak perlu dipelajari. Ini berbeda dengan analisis isi kualitatif seperti analisis semiotika, analisis framing, dan analisis wacana yang justru ingin mengungkap atau membedah bagian yang tersembunyi (*tersirat* atau *hidden*) dari teks komunikasi yang diteliti.

B. Kekhasan Pesan (Message) sebagai Obyek Penelitian pada Metode Analisis Isi Kuantitatif

Berbeda dengan metode survey kuantitatif yang menggunakan manusia sebagai subyek kajian, penelitian analisis isi menggunakan teks komunikasi sebagai obyek kajiannya. Telah disebutkan di awal tulisan ini, bahwa dalam komponen proses komunikasi, teks komunikasi masuk ke dalam komponen pesan komunikasi (*message*). Sebagai obyek penelitian analisis isi, teks komunikasi memiliki dua buah kekhasan.

Pertama, dalam metode ini pesan komunikasi bersifat otonom. Ini berarti peneliti tidak bisa mempengaruhi obyek penelitian yang sedang dihadapinya. Perhatian peneliti hanya sampai pada pesan komunikasi yang sudah dilepas oleh penyampainya (komunikatornya). Dengan demikian kehadiran si peneliti tidak dapat mengganggu atau berpengaruh terhadap komunikator dalam mengeluarkan pesannya (Setiawan dan Siregar, 1989: 64). Kekhasan ini berjalan seiring dengan karakteristik penelitian kuantitatif yang menuntut pemilahan yang tegas antara peneliti dengan obyek yang diteliti. Ini dimaksudkan agar hasil penelitian bersih dari interpretasi subyektif peneliti. Penelitian kuantitatif mengharuskan sikap obyektif dari peneliti. Dibandingkan dengan metode survey yang menggunakan manusia sebagai subyek kajian dan masih memungkinkan terjadinya intervensi peneliti, penelitian analisis isi kuantitatif sama sekali tidak memungkinkan hal ini terjadi. Teks komunikasi yang menjadi obyek kajian merupakan benda mati yang tidak mungkin dipengaruhi oleh si peneliti.

Kedua, dengan metode analisis isi, materi yang tidak terstruktur dapat diterima tanpa perlu memperhatikan apakah si komunikator harus menyesuaikan pesannya sesuai dengan struktur si peneliti. Dalam hal ini, komunikator akan mengeluarkan pernyataan (pesan) sesuai dengan strukturnya sendiri (Setiawan dan Siregar, 1989: 65).

Dengan demikian peneliti sendirilah yang harus menyesuaikan diri dengan struktur pesan dari teks komunikasi yang diteliti meskipun tidak sesuai dengan struktur metode dalam penelitian yang sedang dijalanannya.

C. Kegunaan Analisis Isi Kuantitatif

Ada beberapa kegunaan metode analisis isi dalam penelitian teks komunikasi, di antaranya:

1. Mendeskripsikan isi komunikasi sehingga peneliti dapat mengetahui bagaimana kecenderungan isi komunikasi. Satu catatan kelebihan dari analisis isi ini adalah dapat mengidentifikasi pesan komunikasi pada periode waktu tertentu (Wimmer dan Dominick, 2000: 136). Misalnya, dengan penelitian analisis isi, peneliti dapat mengetahui bagaimana pola-pola kekerasan pada film animasi produksi Hollywood periode 1960-2000. Demikian pula dengan analisis isi, peneliti dapat mengetahui bagaimana kecenderungan keberpihakan surat kabar tertentu pada pemerintah periode mantan Presiden Soeharto hingga Presiden Susilo Bambang Yudhoyono.
2. Menguji hipotesis. Sejumlah penelitian analisis isi mencoba mencari hubungan antara karakteristik sumber yang memberikan pesan (komunikator) dengan pesan-pesan yang diproduksinya (Wimmer dan Dominick, 2000: 137). Karena sifatnya menguji hipotesis, maka penelitian ini biasanya akan dilengkapi pula oleh hipotesis itu sendiri. Penelitian kemudian akan bersifat menguji apakah hipotesis tersebut terbukti atau tidak. Jika terbukti, maka hipotesis diterima. Akan tetapi sebaliknya, bila hipotesis tidak terbukti, maka dengan sendirinya hipotesis tersebut akan ditolak. Misalnya, hipotesis sebuah analisis isi pers Orde Baru berbunyi *karena karakteristik surat kabar harian Suara Karya memiliki hubungan dekat dengan Golongan Karya, maka pemberitaan surat kabar harian tersebut cenderung memihak pada Presiden Soeharto*. Penelitian analisis isi kemudian akan menguji apakah hipotesis tersebut terbukti atau tidak. Apabila ternyata pemberitaan surat kabar Suara Karya memihak pada Presiden Soeharto, maka hipotesis diterima. Sebaliknya, bila pemberitaan surat kabar tersebut tidak memihak, dengan sendirinya hipotesis penelitian pun akan ditolak.

3. Membandingkan isi media dengan realitas sosialnya (dunia nyata). Analisis isi mampu melakukan pengecekan antara realitas media dengan realitas sosialnya. Ingat penelitian George Gerbner yang melahirkan teori komunikasi massa *Cultivation Theory* ! Dalam *Cultivation Theory*, Gerbner mencoba untuk membandingkan antara realitas kekerasan yang ada di televisi dengan realitas kekerasan yang ada di masyarakat. Untuk mengetahui realitas kekerasan yang ada di masyarakat, Gerbner melakukan penelitian survey. Sedangkan untuk mengetahui realitas kekerasan di televisi, Gerbner melakukannya dengan menggunakan analisis isi (Wimmer dan Dominick, 2000: 137). Jadi dengan menggunakan analisis isi, peneliti dapat mengetahui apakah realitas media memiliki korelasi dengan realitas sosialnya.
4. Mengembangkan studi awal untuk melakukan penelitian efek media. Setelah melihat deskripsi isi media kemudian mencoba melihat pengaruhnya pada khalayak (Wimmer dan Dominick, 2000: 138). Misalnya, setelah mengetahui pola-pola kekerasan verbal dan non verbal dari tayangan sinetron Indonesia, peneliti dapat saja melanjutkan penelitiannya untuk mengetahui bagaimana pengaruh tayangan tersebut terhadap perilaku agresif remaja. Untuk mengetahui pola-pola kekerasan di sinetron, peneliti dapat melakukannya dengan analisis isi. Penelitian ini menjadi semacam studi awal untuk melakukan penelitian berikutnya, yakni penelitian mengenai bagaimana pengaruh tayangan tersebut terhadap perilaku agresif remaja. Sedangkan untuk mengetahui pengaruh ini, peneliti dapat merencanakan penelitian berikutnya dengan menggunakan metode penelitian survey. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penelitian analisis isi yang dilakukan oleh peneliti ini menjadi studi awal untuk melakukan penelitian selanjutnya.

D. Kapan Menggunakan Analisis Isi Kuantitatif?

R. Holsti dalam bukunya *Content Analysis for The Social Sciences and Humanities* (1969: 16-17), memberikan deskripsi menarik mengenai kapan peneliti dapat menggunakan metode analisis isi ini.

1. Penelitian analisis isi sangat dianjurkan ketika peneliti memiliki masalah untuk menjangkau narasumber sebagai subyek penelitian,

namun memiliki cukup bahan-bahan dokumentasi dari si narasumber yang bersangkutan (Holsti, 1969: 16). Peneliti bisa saja mempertimbangkan menggunakan metode analisis isi ini ketika akses untuk menghubungi narasumber menjadi kendala tersendiri. Biasanya karena faktor waktu, jarak, dan biaya yang tidak memungkinkan mencapai subyek yang diteliti secara langsung. Apalagi bila orang-orang sebagai narasumber yang hendak diteliti sudah meninggal dunia. Peneliti dapat saja mempertimbangkan menggunakan analisis isi untuk mempelajari dokumen-dokumen yang ditulis oleh narasumber yang bersangkutan untuk tetap dapat melakukan penelitian.

2. Analisis isi akan bermanfaat ketika peneliti memiliki kemampuan teknis yang memadai untuk melakukan penelitian analisis isi sendiri (Holsti, 1969: 17). Ini seringkali karena jumlah atau volume materi yang diuji adalah sangat besar dan melebihi kapasitas peneliti untuk melakukan penelitiannya. Akan tetapi peneliti tidak perlu berkecil hati, karena sebagai penelitian kuantitatif, analisis isi juga memperkenankan penggunaan populasi dan sampel untuk membantu peneliti guna menyederhanakan jumlah atau volume obyek penelitiannya. Ini terutama apabila peneliti hendak melakukan analisis isi pada isi media cetak (suratkabar dan majalah) dalam jumlah yang cukup besar, kemudian juga pada materi yang bersifat audio visual, misalnya pada program acara TV, film, dan iklan. Dapat dipahami, di dalam materi-materi ini terdapat sekian banyak aspek yang harus diteliti.

E. Keterbatasan Analisis Isi

Sebagai sebuah metode penelitian, selain memiliki kekhasan yang menjadi nilai lebih, metode analisis isi juga memiliki beberapa keterbatasan. Roger Wimmer dan Josep R. Dominick (2000: 139-139) memaparkan beberapa keterbatasan metode analisis isi ini:

1. Analisis isi tidak mampu menjawab bagaimana efek pesan atau efek media terhadap khalayaknya. Analisis isi terbatas hanya sekedar mendeskripsikan teks komunikasi. (Wimmer dan Dominick, 2000: 138). Misalnya, manajemen humas sebuah perusahaan dapat saja melakukan penelitian analisis isi untuk *press release* dari teks

berita yang mendeskripsikan aktivitas *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan. Katakanlah hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan tersebut. Walaupun hasilnya positif, manajemen perusahaan tersebut tidak dapat serta merta menyimpulkan bahwa pemberitaan positif tersebut juga memberikan opini positif di kalangan pembaca (publik). Manajemen harus terbiasa perlu melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Temuan-temuan analisis isi hanya terbatas pada *frameworks* kategori dan definisi yang digunakan dalam penelitian tersebut (Wimmer dan Dominick, 2000: 138). Misalnya peneliti masalah ketidakberpihakan atau impariabilitas media pada pemilu legislatif. Dalam penelitian tersebut, peneliti menggunakan konsep impariabilitas yang ditawarkan oleh Westerstahl dalam Dennis McQuail sebagai bagian dari obyektivitas selain faktualitas (McQuail, 1992: 183). Konsep impariabilitas memiliki dua indikator, yakni keberimbangan (*balance*) dan netralitas (*neutrality*). Hasil penelitian tidak dapat meluas pada masalah obyektivitas, dengan menyatakan bahwa karena tidak berpihak maka media tersebut obyektif dalam memberitakan pemilu. Ini terjadi karena *frameworks* yang digunakan peneliti hanyalah sebatas pada masalah ketidakberpihakan, tidak pada masalah obyektivitas.

3. Keterbatasan lain pada metode analisis isi adalah apabila terdapat sedikit pesan (*message*) sebagai teks komunikatif yang diteliti. Metode analisis isi menjadi sangat terbatas apabila teks komunikatif yang diteliti terlalu sedikit dari sisi kuantitas (Wimmer dan Dominick, 2000: 139). Misalnya peneliti ingin meneliti realitas media tentang pemilu Lapindo pada surat kabar lokal di Yogyakarta. Ini bisa saja menjadi sulit karena surat kabar lokal di Yogyakarta sangat sedikit menyorot peristiwa Lapindo. Padahal data berupa teks komunikasi seperti halnya berita Lapindo untuk diteliti merupakan obyek penelitian yang krusial untuk diteliti pada metode analisis isi. Bila datanya terlalu sedikit maka kemampuan analisis isi untuk meneliti juga menjadi sangat terbatas.

berita yang mendeskripsikan aktivitas *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan. Katakanlah hasilnya menunjukkan bahwa *press release* pada teks berita mendeskripsikan secara positif perusahaan tersebut. Walaupun hasilnya positif, manajemen humas perusahaan tersebut tidak dapat serta merta menyimpulkan bahwa pemberitaan positif tersebut juga memberikan opini positif di kalangan pembaca (publik). Manajemen humas tersebut tetap perlu melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Temuan-temuan analisis isi hanya terbatas pada *frameworks* dari kategori dan definisi yang digunakan dalam penelitian tersebut (Wimmer dan Dominick, 2000: 138). Misalnya peneliti meneliti masalah ketidakberpihakan atau imparsialitas media pada saat pemilu legislatif. Dalam penelitian tersebut, peneliti menggunakan konsep imparsialitas yang ditawarkan oleh Westerstahl dalam Dennis McQuail sebagai bagian dari obyektivitas selain faktualitas (McQuail, 1992: 183). Konsep imparsialitas memiliki dua indikator, yakni keberimbangan (*balance*) dan netralitas (*neutrality*). Hasil penelitian analisis isi yang bisa ditarik adalah sebatas pada masalah ketidakberpihakan (imparsialitas). Hasil penelitian tidak dapat meluas pada masalah obyektivitas, dengan menyatakan bahwa karena tidak berpihak maka media tersebut obyektif dalam memberitakan pemilu. Ini terjadi karena *frameworks* yang digunakan peneliti hanyalah sebatas pada masalah ketidakberpihakan, tidak pada masalah obyektivitas.
3. Keterbatasan lain pada metode analisis isi adalah apabila terlalu sedikit pesan (*message*) sebagai teks komunikasi yang diteliti. Metode analisis isi menjadi sangat terbatas apabila teks komunikasi yang diteliti terlalu sedikit dari sisi kuantitas (Wimmer dan Dominick, 2000: 139). Misalnya peneliti ingin meneliti realitas media tentang Lumpur Lapindo pada surat kabar lokal di Yogyakarta. Ini bisa saja menjadi sulit karena surat kabar lokal di Yogyakarta sangat sedikit menyorot peristiwa Lumpur Lapindo. Padahal data berupa teks komunikasi seperti halnya berita Lumpur Lapindo tersebut merupakan obyek penelitian yang krusial untuk diteliti pada metode analisis isi. Bila datanya terlalu sedikit maka kemampuan analisis isi untuk meneliti juga menjadi sangat terbatas.

4. Beberapa penelitian analisis isi memakan waktu dan mahal. Contohnya, analisis isi teks media televisi (Wimmer dan Dominick, 2000: 139). Peneliti perlu mempertimbangkan benar bila ingin melakukan penelitian analisis isi untuk media televisi. Hal ini bukan berarti bahwa analisis isi media televisi tidak dapat dilakukan, namun peneliti membutuhkan waktu yang panjang dan kesabaran yang tinggi. Karakteristik televisi yang audio visual menyebabkan tingkat kerumitan tertentu untuk melakukan analisis isi terhadap media ini. Kerumitan ini yang kemudian dapat membuat waktu penelitian menjadi bertambah panjang. Selain itu untuk mengakses materi teks media televisi ini, bisa jadi membutuhkan biaya besar. Ini karena akses materi teks media televisi juga belum bisa dikatakan murah. Ini sebabnya mengapa di beberapa obyek kajian tertentu, analisis isi dapat menjadi sebuah penelitian yang membutuhkan waktu yang panjang dan biaya yang relatif besar.

F. Tahap-tahap Melakukan Penelitian Analisis Isi Kuantitatif

1. Menentukan dan Merumuskan Masalah Penelitian

Masalah dalam penelitian, termasuk dalam penelitian analisis isi, adalah berusaha untuk menemukan masalah penelitian itu sendiri. Peneliti yang terbiasa melakukan penelitian mungkin tidak terlalu sulit untuk menemukan masalah, namun sebagai peneliti pemula, menemukan masalah bisa saja menjadi masalah itu sendiri. Tidak jarang seorang mahasiswa tingkat akhir mengalami kebingungan bahkan kebuntuan untuk menentukan masalah penelitian yang akan disusunnya menjadi skripsi. Tidak ada panduan khusus bagaimana menemukan masalah penelitian. Hanya saja, peneliti memang harus berada dalam kondisi yang sabar dan nyaman untuk menemukan masalah penelitian. Ini karena menemukan masalah biasanya memang tidak mendadak sifatnya. Artinya tanpa prolog apapun, kemudian langsung menemukan masalah penelitian. Menemukan masalah penelitian membutuhkan proses-proses tertentu.

Sebenarnya masalah klasik untuk menemukan masalah penelitian ini bukan tanpa solusi atau jalan keluar. Calon peneliti dapat saja memperoleh masalah penelitian dengan berbagai macam cara.

4. Beberapa penelitian analisis isi memakan waktu dan mahal. Contohnya, analisis isi teks media televisi (Wimmer dan Dominick, 2000: 139). Peneliti perlu mempertimbangkan benar bila ingin melakukan penelitian analisis isi untuk media televisi. Hal ini bukan berarti bahwa analisis isi media televisi tidak dapat dilakukan, namun peneliti membutuhkan waktu yang panjang dan kesabaran yang tinggi. Karakteristik televisi yang audio visual menyebabkan tingkat kerumitan tertentu untuk melakukan analisis isi terhadap media ini. Kerumitan ini yang kemudian dapat membuat waktu penelitian menjadi bertambah panjang. Selain itu untuk mengakses materi teks media televisi ini, bisa jadi membutuhkan biaya besar. Ini karena akses materi teks media televisi juga belum bisa dikatakan murah. Ini sebabnya mengapa di beberapa obyek kajian tertentu, analisis isi dapat menjadi sebuah penelitian yang membutuhkan waktu yang panjang dan biaya yang relatif besar.

F. Tahap-tahap Melakukan Penelitian Analisis Isi Kuantitatif

1. Menentukan dan Merumuskan Masalah Penelitian

Masalah dalam penelitian, termasuk dalam penelitian analisis isi, adalah berusaha untuk menemukan masalah penelitian itu sendiri. Peneliti yang terbiasa melakukan penelitian mungkin tidak terlalu sulit untuk menemukan masalah, namun sebagai peneliti pemula, menemukan masalah bisa saja menjadi masalah itu sendiri. Tidak jarang seorang mahasiswa tingkat akhir mengalami kebingungan bahkan kebuntuan untuk menentukan masalah penelitian yang akan disusunnya menjadi skripsi. Tidak ada panduan khusus bagaimana menemukan masalah penelitian. Hanya saja, peneliti memang harus berada dalam kondisi yang sabar dan nyaman untuk menemukan masalah penelitian. Ini karena menemukan masalah biasanya memang tidak mendadak sifatnya. Artinya tanpa prolog apapun, kemudian langsung menemukan masalah penelitian. Menemukan masalah penelitian membutuhkan proses-proses tertentu.

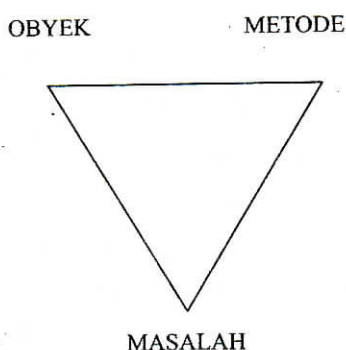
Sebenarnya masalah klasik untuk menemukan masalah penelitian ini bukan tanpa solusi atau jalan keluar. Calon peneliti dapat saja memperoleh masalah penelitian dengan berbagai macam cara.

Misalnya adalah melakukan konsultasi dengan peneliti senior atau akademisi yang sudah terbiasa melakukan penelitian. Peneliti juga dapat menemukan masalah penelitian dengan membaca beberapa referensi penelitian yang sudah dilakukan. Demikian pula dengan analisis isi kuantitatif. Sangat dianjurkan calon peneliti membaca hasil-hasil penelitian analisis isi yang sudah pernah dilakukan, baik yang berupa tugas akhir, penelitian dosen atau peneliti lain, juga hasil-hasil penelitian analisis isi yang sudah masuk ke dalam jurnal-jurnal ilmiah. Selain hal ini dilakukan dalam upaya menemukan masalah penelitian baru, juga sekaligus calon peneliti mempelajari bagaimana tahapan-tahapan melakukan penelitian analisis isi.

Calon peneliti juga dapat menemukan masalah untuk penelitian analisis isi melalui pengamatan atau pengalaman pribadi. Seperti pada saat calon peneliti membaca surat kabar atau menonton televisi ataupun menonton film. Pada saat-saat seperti inilah, terkadang calon peneliti bisa menemukan masalah penelitian. Misalnya pada saat membaca berita mengenai bencana erupsi Gunung Merapi di surat kabar, calon peneliti merasa ada yang tidak beres dengan masalah obyektivitas berita tersebut. Calon peneliti merasa bahwa berita-berita tentang bencana erupsi Gunung Merapi terasa sensasional dan bombastis. Ini tentu dapat menggelitik rasa ingin tahu si calon peneliti, untuk melihat lebih jauh mengenai masalah ini dalam sebuah proses penelitian analisis isi. Demikian pula ketika calon peneliti menonton iklan di televisi misalnya. Bisa saja ia merasa bahwa iklan-iklan di televisi ternyata banyak melakukan kekerasan simbolik terhadap perempuan. Calon peneliti dapat saja mengangkat pengamatan dan pengalaman pribadinya ini sebagai sebuah masalah penelitian. Sama halnya ketika calon peneliti menonton film dan kemudian ia merasa bahwa film-film yang dia tonton banyak sekali menonjolkan ekspresi seksual sebagai bagian dari jalan ceritanya. Sekali lagi, calon peneliti dapat mengangkat pengamatan dan pengalaman pribadi ini sebagai sebuah topik penelitian analisis isi.

Ada catatan khusus untuk tahapan menemukan masalah penelitian analisis isi ini. Menemukan masalah dalam analisis isi ini bukan sekedar mempertemukan antara masalah dengan metode penelitian. Misalnya, calon peneliti dapat saja meneliti *trend*

pemberitaan *headline* suatu surat kabar selama bulan Januari dengan menggunakan analisis isi. Calon peneliti lain kemudian mengikutinya dengan meneliti *headline* surat kabar yang sama selama bulan Februari. Calon-calon peneliti analisis isi berikutnya kemudian mengikuti hal yang sama, meneliti untuk bulan Maret, April, Mei, dan seterusnya. Secara teknis hal ini dapat saja dilakukan karena metode analisis isi memang merupakan metode untuk meneliti teks komunikasi. Akan tetapi yang jauh lebih penting adalah calon peneliti harus menemukan apa masalah yang ingin diketahui lebih lanjut dari penelitian *headline* surat kabar tersebut. Penulis mencoba menjelaskan masalah ini melalui gambar segitiga di bawah.



Masalah penelitian yang baik harus meliputi tiga hal, yakni ada obyek yang diteliti, metode yang tepat untuk meneliti obyek, dan yang juga penting adalah ada masalah apa sehingga obyek tersebut perlu secara khusus diteliti. Jadi aktivitas penelitian analisis isi sebenarnya tidak hanya mempertemukan antara obyek penelitian dengan metode analisis isi. Akan tetapi yang jauh lebih penting adalah menemukan apa masalahnya sehingga obyek penelitian tersebut perlu diteliti secara khusus dengan menggunakan metode analisis isi. Seperti pada contoh di atas, yakni penelitian analisis isi tentang obyektivitas pada pemberitaan bencana erupsi Gunung Merapi. Obyek penelitiannya adalah semua berita tentang bencana erupsi Gunung Merapi, sedangkan metodenya menggunakan analisis isi. Secara teknis, penelitian analisis isi ini sudah dapat dilakukan, karena sudah mempertemukan obyek penelitian dengan metode yang tepat. Masalah yang akan diteliti adalah

obyektivitas pemberitaan. Argumentasinya adalah bahwa proses produksi berita dalam jurnalisme menuntut adanya obyektivitas. Surat kabar harus obyektif dalam memberitakan peristiwa, termasuk dalam memberitakan bencana erupsi Gunung Merapi. Sampai di sini berarti peneliti sudah memiliki argumentasi akademik yang memadai untuk melakukan penelitian analisis isi.

Dengan demikian, bila dikembalikan pada contoh berikutnya di atas, maka calon peneliti sebaiknya menemukan argumentasi akademik yang memadai mengapa penelitian untuk *headline* surat kabar tersebut tersebut perlu untuk dilakukan? Mengapa penelitian terhadap *headline* surat kabar menjadi penting dilakukan secara akademis? Penelitian analisis isi ini tentu tidak berhenti pada menemukan *trend* atau pola (*pattern*) dari *headline* surat kabar yang diteliti, namun mengapa peneliti perlu sampai secara khusus melakukan penelitian terhadap *headline* tersebut juga memerlukan jawaban tersendiri. Artinya, calon peneliti perlu menemukan argumentasi akademik yang memadai untuk menjawab pertanyaan ini.

Masalah berikutnya yang muncul adalah bagaimana merumuskan masalah yang sudah ditemukan dalam penelitian analisis isi. Rumusan masalah merupakan kesimpulan akhir dari pemaparan atau pendeskripsian masalah. Wujud rumusan masalah biasanya akan berupa kalimat tanya. Rumusan masalah penelitian harus mampu menjawab "*apa yang akan diselesaikan peneliti dalam melakukan penelitian ini?*" Dengan demikian prinsip umum dalam membuat rumusan masalah dalam penelitian analisis isi adalah bahwa rumusan masalah haruslah spesifik atau fokus mengenai apa yang akan dilakukan dalam penelitian. Seperti pada contoh penelitian mengenai obyektivitas pemberitaan bencana erupsi Gunung Merapi, masalah dapat dirumuskan dengan "*Bagaimanakah kecenderungan obyektivitas dalam pemberitaan bencana erupsi Gunung Merapi di surat kabar harian Kedaulatan Rakyat?*"

2. Membangun Kerangka Teori dan Menentukan Unit Analisis dan Kategorisasi

Setelah menentukan rumusan masalah, peneliti perlu membangun kerangka teori. Dalam membangun kerangka teori ini, peneliti harus

ingat, bahwa penyusunan kerangka teori haruslah berdasar pada fungsi kebutuhan (Abrar, 2005: 42). Artinya tidak perlu semua teori, dari yang relevan sampai dengan yang tidak relevan dimasukkan sebagai kerangka teori. Prinsip membangun kerangka teori pada penelitian analisis isi dan penelitian lainnya adalah bukan pada banyaknya teori. Artinya bukan berarti semakin banyak teori yang digunakan semakin baik. Akan tetapi lebih pada teori apa saja yang dibutuhkan, yang sekiranya relevan dalam penelitian si peneliti. Dengan demikian peneliti perlu cermat memilih teori dalam membangun kerangka teori.

Kerangka teori dalam penelitian analisis isi kuantitatif merupakan landasan atau pijakan operasional penelitian. Bila dalam metode kuantitatif survey, kerangka teori berguna untuk menentukan variabel dan diagram hubungan antar variabel, maka kerangka teori dalam penelitian analisis isi diperlukan untuk menentukan unit analisis dan sistem kategorisasi penelitian. Sama halnya dengan metode kuantitatif survey yang akan menguji variabel dan diagram hubungan variabel, maka unit analisis dan sistem kategorisasi inilah yang akan dieksekusi dalam penelitian analisis isi. Semua ini dilakukan melalui proses *coding*. Ini tentu sebagai konsekuensi logis dari metode analisis isi dengan pendekatan kuantitatif. Seperti yang diketahui, pendekatan kuantitatif dalam penelitian bersifat menguji teori atau yang biasa dikenal sebagai *hypothetico deductive* atau *deductive approach* (Neuman, 1997: 14 dan Guba dan Lincoln dalam Denzin dan Lincoln, 2000: 110).

Selain itu pula kerangka teori diperlukan juga untuk melakukan interpretasi data. Interpretasi data merupakan pemberian makna atau penafsiran atas data. Data yang telah dikumpulkan melalui proses coding ini kemudian akan dimaknai. Perlu untuk diingat bahwa yang dinamakan aktivitas penelitian bukanlah sekedar melakukan pengumpulan dan pendeskripsian data semata. Apalagi penelitian tersebut dilakukan dalam rangka tugas akhir seperti skripsi, thesis, dan bahkan disertasi. Selain melakukan pengumpulan dan pendeskripsian data, peneliti wajib melakukan apa yang dinamakan interpretasi data. Salah satu cara melakukan interpretasi data adalah dengan melakukan dialog antara temuan data dengan teori yang sudah disusun.

Dengan demikian terdapat dua fungsi kerangka teori dalam penelitian analisis isi. Pertama adalah untuk menentukan unit analisis

dan kategorisasi. Sedangkan yang kedua adalah untuk melakukan interpretasi data. Untuk memudahkan pemahaman, penulis menyebutnya dengan istilah *Kerangka Teori Primer* dan *Kerangka Teori Sekunder*. *Kerangka Teori Primer* berguna untuk operasional penelitian analisis isi itu sendiri, yakni untuk menentukan unit analisis isi dan kategorisasi, yang akan dieksekusi pada proses coding. Sedangkan *Kerangka Teori Sekunder* berguna untuk membantu peneliti untuk melakukan interpretasi atas data setelah data terkumpul.

Sebagai contoh, peneliti melakukan penelitian analisis isi untuk mengetahui obyektivitas dalam pemberitaan bencana erupsi Gunung Merapi yang melanda Yogyakarta dan Jawa Tengah di atas. Pada saat membangun kerangka teori primer, peneliti perlu memutuskan terlebih dahulu konsep obyektivitas yang mana yang akan digunakan untuk menentukan unit analisis dan kategorisasi penelitian. Misalnya yang dipilih adalah konsep obyektivitas milik Westerstahl (dalam Mc Quail, 1992: 183). Konsep obyektivitas Westerstahl mendeskripsikan dua elemen besar untuk menentukan apakah sebuah berita layak disebut obyektif atau tidak, yakni faktualitas (*factuality*) dan imparsialitas (*imparsiality*). Faktualitas terdiri atas dua dimensi, yakni kebenaran (*truth*) dan relevansi (*relevance*). Mc Quail bahkan memberikan satu lagi dimensi untuk melengkapi elemen faktualitas yang diberikan oleh Westerstahl, yakni dimensi informatif (*informativeness*). Sedangkan dimensi ketidakberpihakkan atau imparsialitas (*imparsiality*) terdiri atas dua dimensi, yakni keberimbangan (*balance*) dan netralitas (*neutrality*).

Dimensi-dimensi tersebut, baik dimensi yang masuk di elemen faktualitas maupun imparsialitas dapat digunakan sebagai unit analisis. Sedangkan kategorisasi dapat diambil dari indikator yang diturunkan dari masing-masing dimensi. Misalnya dimensi kebenaran (*truth*), bisa dicek melalui indikator ada tidaknya fakta sosiologis dan fakta psikologis. Dimensi relevansi, (*relevance*) bisa dicek melalui indikator relevan tidaknya narasumber berita dan pernyataannya dengan tema berita yang diangkat. Demikian pula dengan dimensi informatif (*informativeness*), yang dapat dilihat dari kelengkapan berita (5W+1H). Sedangkan dimensi keberimbangan (*balance*), dilihat dari tipe liputan berita, apakah berita diliput satu sisi, dua sisi, dan multi sisi. Dimensi netralitas (*neutrality*) dilihat dari ada tidaknya evaluasi wartawan

dalam menulis berita. Kesemua unit analisis dan kategorisasi inilah yang akan diuji pada saat operasional penelitian analisis isi nantinya.

Setelah menentukan kerangka teori primer, peneliti tentu perlu menentukan kerangka teori sekunder, yakni kerangka teori yang digunakan untuk melakukan interpretasi data. Tidak ada panduan yang baku dalam menentukan kerangka teori sekunder ini. Akan tetapi sekiranya peneliti dapat menentukan berdasarkan korelasi antara kerangka teori primer dengan isu yang sekiranya relevan dengan topik penelitian. Misalnya karena penelitian analisis isi yang dilakukan menyangkut masalah obyektivitas dalam pemberitaan bencana erupsi Gunung Merapi di suratkabar, maka masalah etika komunikasi khususnya yang menyinggung masalah etika jurnalisme menjadi relevan untuk menjadi kerangka teori sekunder. Pembahasan mengenai bagaimana media sebaiknya bersikap obyektif dalam peliputan dan penulisan berita tentu masuk dalam pembahasan etika jurnalistik dan etika komunikasi.

Setelah menyusun kerangka teori, peneliti perlu menurunkannya menjadi kerangka konsep dan definisi operasional. Artinya peneliti perlu mulai menentukan sistem kategorisasi. Ada tiga hal penting dalam menentukan sistem kategorisasi ini. Sistem kategorisasi dalam analisis isi haruslah bersifat *eksklusif*, *ekshaustif*, dan *reliabel* (Wimmer dan Dominick, 2000: 145). Sistem kategorisasi dinyatakan *eksklusif* bila unit analisis yang ditentukan dan diteliti dapat ditempatkan pada satu dan hanya satu kategori (Wimmer dan Dominick, 2000: 145). Apabila pada saat penelitian berlangsung, peneliti menemukan bahwa ada sebuah unit analisis yang ternyata dapat ditempatkan pada lebih dari satu kategori, baiknya peneliti waspada. Bisa jadi hal ini menunjukkan adanya masalah pada definisi operasional. Artinya definisi operasional yang disusun masih memunculkan pemahaman ganda (bias) sehingga sebuah unit analisis dapat ditempatkan di lebih dari satu kategori.

Sistem kategorisasi dinyatakan *ekshaustif* bila dalam proses penelitian, semua unit analisis yang sudah ditentukan bisa ditempatkan di masing-masing kategori (Wimmer dan Dominick, 2000: 145). Apabila dalam proses penelitian, peneliti menemukan unit analisis yang tidak dapat ditempatkan ke dalam sistem kategori manapun, peneliti perlu meninjau kembali sistem kategorisasi yang sudah

disusunnya. Penyusunan sistem kategorisasi yang baik memperkecil kemungkinan adanya unit analisis yang tidak dapat ditempatkan di system tersebut. Sedangkan sistem kategorisasi dinyatakan *reliabel*, yakni bila diuji melalui *intercoder* (peneliti samping atau peneliti lain) menunjukkan hasil yang dalam batas toleransi tertentu adalah sama (Wimmer dan Dominick, 2000: 145). Reliabilitas ini berkait dengan masalah obyektif tidaknya sebuah penelitian analisis isi kuantitatif. Sebagai penelitian yang berbasis pada paradigma kuantitatif, tentu hal ini merupakan konsekuensi logis untuk analisis isi kuantitatif. Penelitian sosial berbasis paradigma kuantitatif tentu mensyaratkan obyektivitas penelitian. Ini berarti bila sebuah penelitian kuantitatif diuji kembali oleh peneliti yang berbeda, hasilnya diharapkan akan sama atau tidak jauh berbeda.

3. Menentukan Sampel

Peneliti perlu menyederhanakan jumlah obyek penelitian ketika berhadapan dengan teks komunikasi dalam jumlah yang cukup besar. Penelitian analisis isi bisa saja berhadapan dengan jumlah obyek penelitian yang besar, yang jumlahnya mungkin saja ratusan, ribuan, bahkan ratusan ribu teks komunikasi. Karena dari sisi waktu dan tenaga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian pada semua obyek yang ada, peneliti analisis isi dapat menggunakan konsep sampel. Dengan teknik penarikan sampel yang tepat dan jumlah sampel yang memadai, peneliti tetap dapat melakukan penelitian analisis isi dengan keyakinan bahwa penelitiannya merupakan penelitian yang representatif. Artinya walau obyek penelitiannya hanya meneliti bagian dari keseluruhan populasi yang ada, namun hasil penelitian tersebut mencerminkan apa yang terjadi di level populasi itu sendiri.

Tidak ada panduan yang baku guna menentukan jumlah minimal sampel yang akan diteliti dalam penelitian analisis isi. Hanya saja baiknya jumlah yang diteliti juga tidak sangat kecil, seperti hanya beberapa belas teks saja. Jika membaca ulang bagian keterbatasan metode analisis isi di atas, penelitian analisis isi tidak tepat dilakukan ketika jumlah obyek penelitian sangat terbatas. Ini menyebabkan kemampuan analisis isi juga menjadi sangat terbatas. Ingat ! Salah satu kegunaan analisis isi adalah untuk mendeskripsikan isi teks

komunikasi. Analisis isi mampu membaca kecenderungan, pola, dan juga *trend* dari teks komunikasi. Untuk dapat menemukan kecenderungan, pola, dan juga *trend* dari teks komunikasi ini, tentu membutuhkan jumlah obyek penelitian yang cukup besar. Bila peneliti ingin melakukan penelitian analisis isi dengan tujuan ini, menjadi tidak tepat bila obyek yang diteliti memiliki jumlah yang sangat terbatas.

Penentuan teknik penarikan sampel dalam penelitian analisis isi juga sangat ditentukan dari karakteristik obyek penelitian. Sebagai penelitian yang berbasis pada paradigma kuantitatif, analisis isi dapat saja menggunakan teknik-teknik penarikan sampel yang ditawarkan di penelitian kuantitatif pada umumnya. Neuman (1997: 277) menyatakan bahwa peneliti analisis isi sering menggunakan random sampling sederhana guna menentukan sampel penelitian. Tahap pertama, peneliti perlu menentukan dahulu populasi dalam penelitian analisis isi yang dilakukannya. Populasi dalam analisis isi dapat berupa semua kata-kata, semua kalimat, semua paragraf, atau bahkan semua artikel dari obyek penelitian. Ini tentu saja tergantung dari tipe dokumen yang diteliti.

Misalnya saja penelitian analisis isi tentang pemberitaan bencana erupsi Gunung Merapi di Surat kabar Kedaulatan Rakyat Yogyakarta selama bulan Oktober, November, dan Desember 2010. Katakanlah dalam sehari ada 30 item berita. Berarti populasi ada 30 item berita dikali tiga bulan dikali 30 hari atau sama dengan 2700 item berita. Ke 2700 item berita ini sekaligus menjadi kerangka sampling (*sampling frame*). Langkah berikutnya adalah menentukan sampel berdasar ukuran dan desain penarikan sampel. Berdasar pada referensi ahli tertentu, bahwa sampel data dapat diambil sebanyak 10% dari populasi, peneliti dapat saja menentukan bahwa jumlah sampel yang diteliti adalah 270 item berita. Dengan demikian rasio sampling si peneliti terhadap populasi adalah 10%. Karena setiap bulan di antara ketiga bulan tersebut cukup penting, maka peneliti baiknya menggunakan sampling bertingkat (*stratified sampling*). Dengan menggunakan sampling bertingkat ini, maka 2700 item berita dibagi tiga bulan, maka setiap bulan mendapat kesempatan 90 item berita. Langkah terakhir adalah melakukan undian. Peneliti analisis isi dapat mengundi berdasar kerangka sampling yang ada (2700 item berita) guna menentukan ke 270 sampel, dengan aturan

90 item berita per bulannya. Sistem undian ini memberikan kesempatan kepada setiap item berita di level populasi yang terdaftar di kerangka sampling untuk dapat terpilih sebagai sampel. Inilah yang kemudian disebut sebagai probabilitas.

4. Melakukan Uji Reliabilitas

Konsep reliabilitas memegang posisi sentral dalam penelitian analisis isi. Ini konsekuensi analisis isi sebagai penelitian kuantitatif. Bila penelitian analisis isi harus obyektif, maka semua ukuran dan prosedur haruslah reliabel. Sebuah penelitian dinyatakan reliabel ketika sebuah penelitian diuji ulang dengan materi yang sama, maka menghasilkan kesimpulan yang reaktif sama (Wimmer dan Dominick, 2000: 130). Karenanya sebelum melakukan penelitian, peneliti analisis isi perlu melakukan apa yang dinamakan Uji Reliabilitas. Uji Reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah pengkodean terhadap kategori-kategori yang sudah ditentukan yang dilakukan oleh peneliti sudah menunjukkan kesamaan jika dilakukan oleh peneliti yang lain. Adapun prosedur untuk melakukan uji reliabilitas ini pada penelitian analisis isi kuantitatif adalah sebagai berikut:

- a. Peneliti sebagai pengkode yang memilih seorang pengkode sebagai alat bantu perbandingan.
- b. Sebelum mengisi lembar koding (*coding sheet*), kepada para pengkode ini telah dijelaskan tentang batasan dan definisi unit analisis dan kategorisasi yang ditetapkan (sesuai dengan Definisi Operasional)
- c. Kemudian kepada para pengkode (biasa disebut sebagai *intecoder*), diberikan beberapa berita yang sama (bisa sepuluh atau limabelas bahkan dua puluh item berita). Satu berita diisikan untuk satu lembar *coding*.
- d. Setelah itu biarkan peneliti dan para pengkode mulai mengisi lembar koding tersebut, tanpa saling mempengaruhi satu sama lain

Selain itu ada satu hal yang perlu dipahami, bahwa uji reliabilitas ini bukan hanya dihitung untuk per lembar *coding* (*coding sheet*), namun berlaku untuk semua elemen sistem kategorisasi yang digunakan. Dengan demikian bila penelitian memiliki empat sistem kategorisasi,

90 item berita per bulannya. Sistem undian ini memberikan kesempatan kepada setiap item berita di level populasi yang terdaftar di kerangka sampling untuk dapat terpilih sebagai sampel. Inilah yang kemudian disebut sebagai probabilitas.

4. Melakukan Uji Reliabilitas

Konsep reliabilitas memegang posisi sentral dalam penelitian analisis isi. Ini konsekuensi analisis isi sebagai penelitian kuantitatif. Bila penelitian analisis isi harus obyektif, maka semua ukuran dan prosedur haruslah reliabel. Sebuah penelitian dinyatakan reliabel ketika sebuah penelitian diuji ulang dengan materi yang sama, maka menghasilkan kesimpulan yang reatif sama (Wimmer dan Dominick, 2000: 130). Karenanya sebelum melakukan penelitian, peneliti analisis isi perlu melakukan apa yang dinamakan Uji Reliabilitas. Uji Reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah pengkodean terhadap kategori-kategori yang sudah ditentukan yang dilakukan oleh peneliti sudah menunjukkan kesamaan jika dilakukan oleh peneliti yang lain.

Adapun prosedur untuk melakukan uji reliabilitas ini pada penelitian analisis isi kuantitatif adalah sebagai berikut:

- a. Peneliti sebagai pengkoding utama memilih seorang pengkoding sebagai alat bantu perbandingan.
- b. Sebelum mengisi lembar koding (*coding sheet*), kepada para pengkoding ini telah dijelaskan tentang batasan dan definisi unit analisis dan kategorisasi yang ditetapkan (sesuai dengan Definisi Operasional)
- c. Kemudian kepada para pengkoding (biasa disebut sebagai *intercoder*), diberikan beberapa berita yang sama (bisa sepuluh atau limabelas bahkan dua puluh item berita). Satu berita diisikan untuk satu lembar *coding*.
- d. Setelah itu biarkan peneliti dan para pengkoding mulai mengisi lembar koding tersebut, tanpa saling mempengaruhi satu sama lain

Selain itu ada satu hal yang perlu dipahami, bahwa uji reliabilitas ini bukan hanya dihitung untuk per lembar *coding* (*coding sheet*), namun berlaku untuk semua elemen sistem kategorisasi yang digunakan. Dengan demikian bila penelitian memiliki empat sistem kategorisasi,

maka peneliti akan melakukan uji reliabilitas pada empat sistem kategorisasi ini. Demikian pula ketika peneliti memiliki delapan sistem kategorisasi, maka ia akan melakukan sebanyak delapan kali. Artinya semakin banyak sistem kategorisasi yang digunakan oleh peneliti analisis isi, maka semakin banyak pula uji reliabilitas yang perlu dilakukan.

Setelah sama-sama melakukan pengkodean, maka sampailah pada tahap menguji reliabilitas. Peneliti dapat menggunakan rumus *Coefficient Reliability* (CR) dari Holsti (1969: 140):

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Dari rumus tersebut, M merupakan jumlah dari keputusan *coding* yang sama antara dua intercoder (peneliti dan pengkoder). Sedangkan N1 dan N2 merupakan jumlah pernyataan yang diberi kode oleh dua pengkoder. Namun formula ini mendapatkan kritik karena belum memperhitungkan persetujuan antar *coder* (intercoder). Scott dalam Holsti, (1969: 140) mengembangkan apa yang dinamakan *index of reliability* (π_i). Indeks reliabilitas tidak saja mengkoreksi jumlah kategori dalam suatu kelompok kategori, namun juga kemungkinan dari frekuensi yang muncul. Adapun rumus Scott:

$$\pi_i = \frac{\% \text{ persetujuan yang nyata} - \% \text{ persetujuan yang diharapkan}}{1 - \% \text{ persetujuan yang diharapkan}}$$

Pada tahap uji reliabilitas ini, peneliti sangat mungkin sampai pada satu situasi bahwa satu atau beberapa kategorisasi yang telah disusun berada pada kondisi tidak reliabel karena belum mencapai standar minimal yang dipersyaratkan (60% menurut standar Holsti). Bila ini terjadi, ada baiknya peneliti meneliti ulang sistem kategorisasi atau meninjau ulang definisi operasional yang telah disusun. Peneliti bahkan mungkin juga harus melihat kembali bagaimana sebelumnya ia menurunkan kerangka teori (primer) menjadi kerangka konsep (unit analisis dan sistem kategorisasi). Bisa jadi penyebab tidak reliabelnya sistem kategorisasi yang sudah disusun bersumber dari kesalahan ataupun kekeliruan di tahap-tahap ini. Peneliti tentu perlu

memperbaiki kesalahan atau kekeliruan yang mungkin terjadi guna menjamin penelitian yang dilakukan berlangsung obyektif sesuai dengan ketentuan standar penelitian kuantitatif pada umumnya.

5. Melakukan Pembacaan Data (*Coding*)

Setelah selesai menentukan sampel dan melakukan uji reliabilitas, maka peneliti analisis isi dapat memulai melakukan analisis isi terhadap teks-teks komunikasi yang ada. Proses ini dinamakan sebagai proses *coding*. Menurut Wimmer dan Dominick (2000: 147), proses *coding* merupakan proses memindahkan data mentah dari teks komunikasi yang diteliti ke lembar-lembar *coding* (*coding sheets*) untuk mendapatkan data yang lebih sederhana.

Perlu diingat bahwa pada tahap ini peneliti perlu bersikap sabar dan hati-hati agar proses *coding* dapat berjalan sebagaimana mestinya. Dalam arti, peneliti tidak sampai salah dalam menempatkan data ke dalam sistem kategorisasi yang terdapat di lembar *coding*. Dalam penelitian analisis isi, sangat mungkin peneliti akan membaca teks komunikasi secara berulang kali, guna memastikan apakah keputusan yang diambil untuk menempatkan data pada sistem kategorisasi di lembar *coding* sudah benar dan tepat adanya. Tahap ini biasanya akan membutuhkan waktu yang cukup panjang, menguras tenaga, dan memeras pikiran. Oleh karenanya, peneliti tidak boleh dalam kondisi terburu-buru dalam melakukan proses ini. Sekali lagi tahap ini perlu dilakukan dengan sabar dan berhati-hati.

6. Melakukan Analisis dan Interpretasi Data Penelitian

Setelah proses *coding* selesai, peneliti perlu melakukan analisis dan interpretasi data. Data penelitian analisis isi yang terdiri dari berlembar-lembar *coding sheets* perlu ditransformasi ke dalam bentuk lebih sederhana agar mudah dibaca atau dimaknai. Inilah yang dimaksud dengan melakukan proses analisis data. Analisis data yang paling umum dilakukan untuk data analisis isi adalah dengan memindahkannya dalam bentuk tabel, yang dinamakan Tabel Distribusi Frekuensi. Tabel distribusi frekuensi biasanya akan didasarkan pada sistem kategorisasi yang sudah disusun. Dengan demikian, bila peneliti memiliki empat sistem kategorisasi, maka

peneliti akan memiliki empat tabel distribusi frekuensi. Peneliti memiliki delapan sistem kategorisasi, maka ia akan memiliki delapan tabel distribusi frekuensi. Begitu seterusnya, semakin banyak sistem kategorisasi yang dimiliki, semakin banyak pula tabel distribusi yang akan disusun.

Analisis data berupa tabel distribusi frekuensi ini dapat pula dipertajam dengan apa yang dinamakan Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*). Bila pada tabel distribusi frekuensi, peneliti akan mendapatkan data berupa data yang deskriptif sifatnya, maka dengan tabel tabulasi silang, peneliti akan mendapatkan gambaran dengan lebih tajam. Dalam penelitian analisis isi, tabulasi silang biasanya akan mencoba melihat deskripsi dua atau tiga sistem kategorisasi sekaligus dalam sebuah tabel yang sama. Dengan tabulasi silang ini, peneliti biasanya akan mendapatkan gambaran data dengan lebih detil. Ini tentu sangat membantu peneliti untuk mendapatkan data dengan lebih menyeluruh (holistik) dari teks komunikasi yang diteliti.

Selain itu, bila penelitian analisis isi bersifat membandingkan antar teks komunikasi yang berbeda (komparasi), peneliti dapat mempertajam dengan menggunakan uji perbedaan. Misalnya pada penelitian analisis isi tentang kecenderungan obyektivitas pemberitaan bencana erupsi Gunung Merapi di atas, peneliti ingin membandingkan antara pemberitaan surat kabar harian Kedaulatan Rakyat Yogyakarta dengan surat kabar harian Kompas. Peneliti dapat menggunakan uji perbedaan, seperti *T-Test* dalam perhitungan statistik, untuk mendapatkan data yang lebih sahih, apakah benar antara kedua surat kabar tersebut memiliki perbedaan atau tidak pada masalah obyektivitasnya. Dalam penelitian analisis isi kuantitatif, peneliti tidak dapat hanya mengandalkan data deskriptif untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara dua surat kabar. Sebagai penelitian kuantitatif, analisis isi tetap perlu mensyaratkan data yang tegas (biasanya berupa angka hasil olahan statistik) untuk menyatakan ada tidaknya perbedaan tersebut.

Setelah selesai melakukan analisis data, sampailah peneliti analisis isi pada tahap akhir penelitian, yakni melakukan interpretasi data. Interpretasi data merupakan tahap melakukan pembacaan hasil analisis data penelitian. Seperti yang telah dikemukakan di

atas, bahwa aktivitas penelitian sebenarnya bukan hanya melibatkan aktivitas menemukan, mengumpulkan, dan mendeskripsikan data. Penelitian juga melibatkan pembacaan atau interpretasi atas temuan data tersebut. Aktivitas interpretasi data biasanya dilakukan dengan mencoba mendialogkan antara temuan data dengan kerangka teori (sekunder) yang telah disusun di bagian awal perencanaan penelitian. Dalam tahap ini peneliti analisis isi memang membutuhkan logika pemikiran yang baik guna mampu mempertemukan temuan data penelitian dengan kerangka teori yang sudah disusun.

Daftar Pustaka

- Abrar, Ana Nadhya (2005). *Terampil Menulis Proposal Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta, Gadjah Mada University Press
- Denzin, Norman K. and Yvonna S. Lincoln (2000). *Handbook of Qualitative Research*. London, Sage Publication
- Flournoy, Don Michael (1992). *Content Analysis of Indonesian Newspaper*. Yogyakarta, Gadjah Mada University Press
- Holsti, R. (1969). *Content Analysis for The Social Sciences and Humanities*. Massachusetts, Addison Wesley Publishing Company
- Krippendorff, Klaus (2004). *Content Analysis, An Introduction to Its Methodology (2nd ed)*. London, Sage Publication
- McQuail, Dennis. 1992. *Media Performance, Mass Communication and Public Interest*. London. Sage Publication
- Neuman, W. Lawrence (1997). *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approach (3rd ed)*. Boston, Allyn and Bacon
- Wimmer, Roger D. and Joseph R. Dominick (2000). *Mass Media Research, An Introduction*. Belmont, CA, Wadsworth Publishing Company.
- Setiawan, Bambang dan Siregar, Ashadi (1989). *Metode Analisis Jaringan Komunikasi dan Analisis Isi*. Yogyakarta, Pusat Antar Universitas (PAU) Studi Sosial - UGM
- Sparks, Glen G (2010). *Media Effects Research, A Basic Overview (3rd ed)*. Boston, Wadsworth, Cengage Learning