

BAB I

PENDAHULUAN

A. Judul Skripsi

Media Performance Pemberitaan Mobil Kiat Esemka dalam Harian Solopos periode 3 Januari-12 Maret 2012.

B. Latar Belakang

Industri otomotif Indonesia belum mampu memproduksi mobil nasional. Meskipun sebelumnya pernah ada sejumlah mobil merek lokal seperti Timor, Kancil dan Tawon. Namun mobil-mobil tersebut tidak bertahan lama. Beberapa alasan yang mengakibatkan produksi mobil nasional tidak pernah terwujud, diantaranya karena tidak adanya *manufacturing* otomotif secara maksimal serta rekayasa rancang bangun industri otomotif yang berbasis pada teknologi masih lemah, sehingga tidak mampu menghasilkan produk yang bisa bersaing (Gatra, 18 Januari 2012).

Pada kenyataannya, menurut data November 2011 menyebutkan bahwa penjualan mobil di Indonesia termasuk tinggi mencapai di atas 840.000 unit. Angka ini mengalahkan penjualan Thailand sebagai negara pusat perakitan mobil tingkat dunia yang pada Oktober 2011 hanya mencapai 713.842 unit (Gatra, 18 Januari 2012). Memasuki awal tahun 2012, semangat untuk memiliki mobil nasional kembali mencuat lewat kemunculan Mobil Kiat Esemka. Meski mobil tersebut belum memiliki surat izin layak jalan, namun pasangan Walikota Solo yaitu Joko Widodo dan Wakil Walikota Solo yaitu FX. Hadi Rudyatmojo sepakat

mengganti mobil dinas mereka Toyota *Camry* dengan mobil hasil karya siswa SMK yang diberi nama Kiat Esemka (Solopos, 3 Januari 2012).

Nama mobil Kiat Esemka diperoleh dari dua padan kata, Kiat diperoleh dari nama Sukiat seorang pemilik bengkel Kiat Motor Klaten yang membimbing pembuatan mobil selama satu semester. Sedangkan, kata Esemka diperoleh dari Sekolah Menengah Kejuruan (eSeMKa) sebagai pembuat mobil (Solopos, 3 Januari 2012).

Pemberitaan Mobil Kiat Esemka berakhir anti-klimaks menghadapi kenyataan bahwa mobil yang didukung oleh pemerintah daerah ini gagal dalam lolos uji emisi guna memperoleh surat izin layak jalan. Beberapa isu yang muncul setelah kegagalan ini adalah dugaan seputar pencitraan politik Joko Widodo dalam pencalonan sebagai Gubernur DKI periode tahun 2012-2016 (Solopos, 27 Februari 2012). Sebagaimana yang ditulis oleh media, Joko Widodo sebagai Walikota Solo berepran aktif mendukung mobil Esemka, ia juga mencanangkan dirinya sebagai *brand ambassador* mobil Esemka.

Perkembangan mengenai Mobil Kiat Esemka turut diberitakan oleh media lokal Kota Solo seperti Radar Solo dan Solopos. Radar Solo berada dalam satu naungan dengan Grup Jawa Pos. Terbit sebanyak 32 halaman, terdiri dari 28 halaman Jawa Pos yang menyajikan berita nasional dan internasional serta 8 halaman Radar Solo yang menyajikan berita lokal. Oplah Radar Solo mencapai 25.000 eksemplar.

Solopos menampilkan pemberitaan Kiat Esemka secara rutin. Beberapa pemberitaan Esemka tampil sebagai *headline*. Penelitian Bernadheta Dian

Saraswati (2011:37) menyatakan “pada tahun 2011 oplah Solopos mencapai 70.000 eksemplar setiap hari” sehingga merupakan salah satu koran lokal yang paling banyak dibaca oleh masyarakat Kota Solo.

Peneliti memperoleh gambaran mengenai teknik penelitian analisis isi dari riset Dewan Pers terhadap 28 surat kabar pada tahun 2004. Penelitian bertajuk “Monitoring dan Evaluasi Pemberitaan Surat Kabar Se-Jawa”. Objek dari penelitian merupakan berita *hard news* pada semua topik pemberitaan. Solopos merupakan salah satu dari media yang diteliti, hasilnya Solopos menempati ranking *media performace* pada urutan sembilan (Rahayu.ed.,2006:57).

Dewan Pers juga turut mengkaji dimensi relevansi media daerah. Hasil riset memperoleh kesimpulan bahwa penilaian terhadap *performace* media daerah kurang baik bila dilihat dari ukuran-ukuran jurnalisme (Rahayu.ed.,2006:237-242). Beberapa hal yang diduga memperngaruhi kondisi ini yaitu karena kuatnya pengaruh modal atas praktik jurnalisme. Wartawan dan pengelola media lebih cenderung mengejar keuntungan melalui oplah dibanding melayani kebutuhan masyarakat akan informasi sehingga kurang mempunyai signifikansi bagi masyarakat. Selain itu dalam beberapa kasus, informasi yang disampaikan oleh wartawan hanya berangkat dari opini narasumber. Kalangan media justru akan terjebak menjadi “alat” publisitas yang menguntungkan elit politik atau kelompok tertentu dalam masyarakat (Rahayu.ed.,2006: 242-243).

Solopos berada dalam satu naungan media besar Bisnis Indonesia. Dalam buku menyambut satu dasawarsa Solopos berjudul “Meningkatkan Dinamika Masyarakat”. Solopos menulis bahwa besar oplah merupakan alat ukur kuantitatif

kesuksesan sebuah media cetak. Profesionalitas kinerja wartawan Solo Pos memegang prinsip ABC *Accurate* (akurat), *Balance* (berimbang), *Clear* (bersih) (Saraswati, 2011:44).

Pengukuran *Media performance* merupakan penilaian terhadap kualitas pemberitaan serta profesionalitas wartawan. Penelitian ini akan menilai kinerja Solopos dalam pemberitaan mobil Kiat Esemka.

C. Perumusan Masalah

Bagaimana *media performance* dalam pemberitaan mobil Kiat Esemka Harian Solopos periode 3 Januari-12 Maret 2012?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian:

1. Mengetahui *media performance* pemberitaan mobil Kiat Esemka periode 3 Januari-12 Maret 2012 dalam Harian Solopos.
2. Mengetahui dinamika atau perubahan isi pemberitaan sebelum, selama, dan sesudah uji emisi Mobil Kiat Esemka pada Harian Solopos.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari menganalisis Pemberitaan Mobil Kiat Esemka pada Harian Solopos tanggal 3 Januari-12 Maret 2012 adalah untuk menambah referensi mengenai studi analisis isi dalam melihat makna pesan dan perubahan yang terkandung dalam sebuah pemberitaan.

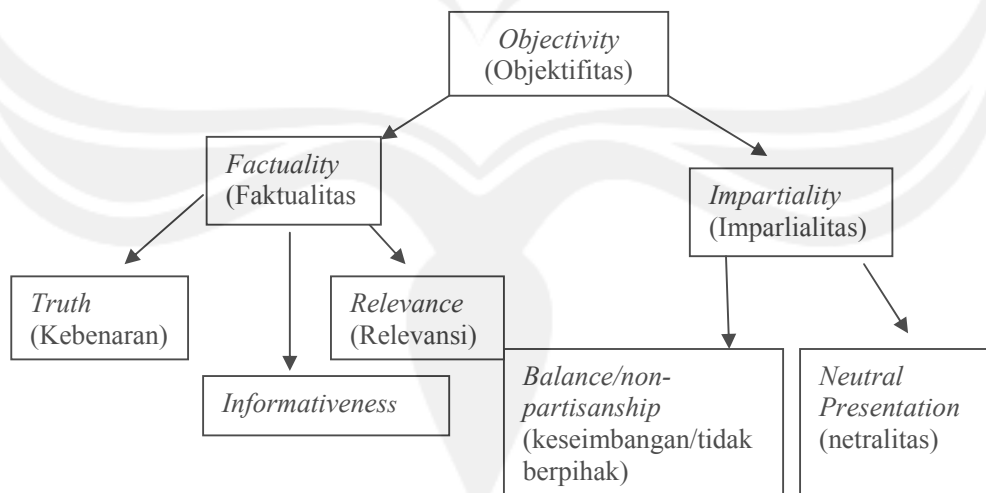
F.Kerangka Teori

F.1. Definisi *Media Performance*

Buku *Media Performance Mass Communication and The Public Interest* yang ditulis McQuail, merangkum definisi *Media Performance* sebagai penilaian independen berdasarkan ketentuan dan syarat media massa dengan jalan metode penelitian yang objektif dan sistematis dengan mempertimbangkan bukti-bukti yang relevan (McQuail, 1995: 17).

McQuail mengungkapkan bahwa salah satu cara untuk melihat profesionalitas media adalah dengan mengukur objektifitas media yang mencerminkan aktualisasi nilai dan presentasi media. Dalam penelitian Dewan Pers, unit analisis yang dikaji untuk melihat kualitas *content* media adalah berita (Rahayu.ed.,2006: 6-7).

Gambar 1.
Skema Objektifitas Westerstahl



(Sumber: McQuail,1995:196)

Skema yang dibangun oleh Westerstahl tahun 1983 digunakan untuk melakukan penelitian mengenai objektivitas pemberitaan media massa (Rahayu.ed.,2006: 8-9). Dalam penelitian objektivitas oleh McQuail:

aspek kognitif berita sangat terkait dengan faktualitas. Secara sederhana, faktualitas dapat diartikan sebagai kualitas informasi yang dikandung oleh suatu berita. Faktualitas memiliki tiga aspek utama, yaitu kebenaran (*truth*), *informativeness*, dan *relevance*. Kebenaran lebih menyangkut pada aspek reliabilitas dan kredibilitas sebuah berita. McQuail membagi aspek kebenaran menjadi tiga subaspek, yakni *factualness*, akurasi, dan *completeness*. *Informativeness* lebih berkaitan dengan segala sesuatu yang dapat mempengaruhi kualitas pemahaman dan pembelajaran tentang peristiwa yang terjadi, manusia ataupun benda, sedangkan aspek *relevance* berkaitan dengan standar kualitas proses seleksi berita (Rahayu, 2006: 9-10)

Sedangkan ketidakberpihakan dijadikan ukuran kualitas sebuah berita sehingga dapat dijadikan sebagai acuan evaluasi

McQuail membedakan aspek evaluatif ini menjadi dua, yakni *balance* dan netralitas. *Balance* lebih berhubungan dengan seleksi atau penghilangan fakta-fakta yang mengandung nilai atau ekspresi *point of view* mengenai apa yang dianggap sebagai 'fakta' oleh pihak-pihak yang terkait dalam perdebatan. Sedangkan netralitas lebih berhubungan dengan presentasi fakta (Rahayu.ed.,2006: 10-11).

F.2. Kategori Media Performance

Mengacu pada riset Dewan Pers tahun 2004, bertajuk "Monitoring dan Evaluasi Pemberitaan Surat Kabar Se-Jawa". Dewan Pers menyusun enam dimensi unit analisis yang meliputi: *factualness*, *accuracy*, *completeness*, *relevance*, *balance*, dan *neutrality*. (Rahayu.ed.,2006:8). Dimensi yang sama diterapkan dalam studi penelitian *media performance* pemberitaan mobil Kiat Esemka dalam Harian Solopos periode 3 Januari-12 Maret 2012. Dimensi-dimensi tersebut kemudian diperinci lagi ke dalam sub unit analisis untuk mendapatkan operasionalisasi pengukuran yang lebih detail dan konkret, sebagai berikut:

F.2.1 *Factualness*

Pengertian *factualness* sebagai derajat kefaktualan berita. Selanjutnya, untuk mengukur tingkat korespondensi antara berita dan fakta, penelitian ini menggunakan empat indikator utama, yaitu *main point*, nilai informasi, *readability*, dan *checkability* (Rahayu.ed.,2006:12).

Dalam penelitian ini, *main point* diukur berdasarkan letak dan jenisnya. Letak *main point* antara lain di awal, di tengah, dan di akhir.

Perbedaan letak *main point* ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana wartawan bekerja dengan berdasarkan prinsip-prinsip jurnalistik dalam penyajian sebuah berita, yakni dengan menggunakan susunan piramida terbalik. Oleh karena itu, penilaian positif hanya diberikan kepada berita yang memiliki *maint point* di bagian awal teks berita (Rahayu.ed., 2006:12).

Sedangkan untuk jenis *maint point* ada beragam, terdiri dari fakta, opini, hingga pencampuran di antara keduanya. Adapun mengenai cara pemberitaan terdapat pada Kusumaningrat (2006:307) Kode Etik Jurnalistik Bab II pasal lima ayat tiga “wartawan tidak menyajikan pendapatnya sebagai berita atau fakta. Apabila suatu berita ditulis atau disiarkan dengan opini, maka berita tersebut wajib disajikan dengan menyebutkan nama penulisnya”.

Selain menentukan *maint point*, penting pula dilakukan pengukuran nilai informasi (*information value*) sebuah berita. Pengukuran nilai informasi penting untuk mengetahui derajat *informativeness* sebuah berita. Dalam penelitian ini, nilai informasi sebuah berita diukur berdasarkan tiga hal, yaitu *density*, *breadth*, dan *depth* (Rahayu.ed.,2006:13).

Density (kepadatan informasi) adalah jumlah fakta relevan yang tersaji dalam teks berita. Dalam penelitian ini, suatu berita dikatakan memiliki *density* yang baik bila memiliki data lebih dari satu sumber sebagai jumlah fakta relevan

yang tersaji dalam teks berita. *Breadth* (keluasan informasi) adalah keragaman informasi yang tersaji dalam teks berita. *Depth* (kedalaman informasi) merupakan jumlah fakta yang mendukung sebuah *statement* utama. (Rahayu.ed.,2006:13).

Selain *main point* dan *nilai informasi*, *factualness* dapat dilihat dari dimensi *readability*. *Readability* dapat diartikan sebagai kekayaan informasi. *Readability* diukur berdasarkan empat faktor, yaitu ada atau tidak ada pengulangan kalimat pada suatu item berita, ada atau tidak ada fungsi anak kalimat dalam kalimat pokok, dan ada atau tidak ada penggunaan kata atau istilah khusus (Rahayu.ed.,2006:14).

Indikator yang terakhir adalah *checkability*. Aspek *checkability* dalam penelitian ini lebih diarahkan untuk mengetahui kejelasan sumber fakta yang ditujuk oleh wartawan. *Checkability* diukur dengan menggunakan dua faktor, yaitu ada atau tidak ada sumber-sumber rujukan yang jelas dan ada atau tidak ada sumber anonim. Wartawan bertanggung jawab penuh atas pemuatan atau penyiaran berita tersebut (Rahayu.ed.,2006:15).

Berdasarkan empat indikator di atas maka akan diketahui seberapa besar tingkat kefaktualan pemberitaan Mobil Kiat Esemka pada Harian Solopos. Berita jurnalistik yang baik diharapkan bersifat faktual. Artinya, peristiwa yang diberitakan memiliki kebenaran dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Jadi, bukan sesuatu yang direka-reka oleh penulis.

Dalam penelitian ini, pemberitaan Mobil Kiat Esemka pada Harian Solopos dikatakan bersifat faktual. Apabila terdapat *main point* yang berada di awal teks berita yang memuat kumpulan fakta bukan opini dari wartawan Solopos

atau pencampuran di antara keduanya. Terdapat kekayaan informasi yang akan dilihat dari sisi kekurangan teks berita Harian Solopos mengenai pengulangan kalimat, melihat fungsi anak kalimat dalam kalimat pokok dan ada tidaknya penggunaan istilah khusus yang dilengkapi dengan keterangan atau arti kata yang cukup untuk membantu pembaca menafsirkan maknanya. Terakhir melihat penyebutan narasumber dengan nama identitas yang jelas.

F.2.2 Accuracy

Akurasi adalah standar profesional dan operasional yang harus diterapkan oleh wartawan. Penulisan berita yang tidak akurat akan mengakibatkan hilangnya kredibilitas surat kabar (Ishwara, 2005:21).

Dalam penelitian Dewan Pers tahun 2004, pengukuran akurasi dituliskan oleh (Rahayu.ed.,2006:15) “Akurasi diukur dengan menggunakan beberapa dimensi, antara lain verifikasi terhadap fakta, relevansi sumber berita, dan akurasi penyajian”.

Verifikasi terhadap fakta menyangkut sejauh mana berita yang ditampilkan berkorespondensi dengan kebenaran yang terjadi di lapangan. Verifikasi terhadap fakta diukur berdasarkan dua elemen yaitu, terdapat cek-ricik terhadap berita yang disajikan oleh wartawan dan terdapat kesalahan pengutipan data, narasumber, tanggal, nama institusi atau alamat (Rahayu.ed.,2006:16).

Relevansi sumber berita menyangkut kompetensi sumber berita sebagai sumber fakta. Sumber fakta idealnya adalah orang yang mengalami peristiwa yang

bersangkutan (pelaku), saksi peristiwa atau ahli yang menguasai permasalahan yang berkaitan dengan peristiwa yang terjadi. Dalam penelitian ini, relevansi sumber berita diukur berdasarkan ada atau tidak ada sumber berita yang relevan dalam mendukung berita. Sedangkan akurasi penyajian, berkaitan dengan hal-hal teknis semacam konsistensi penulisan berita. Misalnya ejaan kata dan tanda baca, kesesuaian antara judul dengan isi berita (Rahayu.ed., 2006:17).

Menggunakan ketiga dimensi di atas maka akan terlihat tingkat akurasi dalam pemberitaan Mobil Kiat Esemka Pada Harian Solopos. Pembaca akan sangat memperhatikan soal akurasi. Mengingat dampak yang ditimbulkan dari sebuah pemberitaan sangat luas, maka wartawan Harian Solopos perlu berhati-hati dan senantiasa melakukan pemeriksaan ulang atas keterangan dan kebenaran yang ditemuinya. Apabila terdapat kesalahan maka akan beresiko mempengaruhi kualitas pemberitaan Mobil Kiat Esemka.

Resiko yang paling besar yaitu dapat mempertaruhkan kredibilitas Harian Solopos sebagai sebuah media cetak. Akurasi juga sangat penting bagi subjek berita yang diberitakan, contohnya seperti nama Joko Widodo sebagai aktor yang berperan aktif dalam perkembangan nasib Mobil Kiat Esemka. Reputasi dan kepentingannya dipertaruhkan oleh pemberitaan Harian Solopos. Hal ini berkaitan dengan cek-ricik kebenaran dari subjek berita. Kebenaran pencantuman sumber berita dan pengutipan data.

F.2.3 *Completeness*

Berita harus memenuhi enam unsur dengan menggunakan rumus 5W+1H agar berita lengkap, akurat, dan sekaligus memenuhi standar teknik jurnalistik. Berita disusun dalam pola yang baku agar isi berita cepat dan mudah dipahami oleh pembaca (Sumadiria, 2006:118).

Aspek *Completeness* meliputi peristiwa apa yang terjadi (*what*), kepada siapa peristiwa itu terjadi (*who*), mengapa peristiwa tersebut dapat terjadi (*why*), kapan peristiwa tersebut terjadi (*when*), di mana peristiwa itu terjadi (*where*), dan bagaimana peristiwa itu terjadi (*how*). Kelengkapan informasi ini penting untuk menunjang pembaca dalam memahami teks berita yang utuh dan benar (Rahayu.ed.,2006:18-19).

Unsur 5W+1H merupakan fakta yang paling penting atau paling menarik untuk diketahui pembaca. Fakta yang diperlukan untuk menyusun berita ini adalah standar baku dalam praktik jurnalistik. Maka dari itu, Harian Solopos sebagai produk jurnalistik harus memenuhi unsur 5W+1H dalam memberitakan mobil Kiat Esemka.

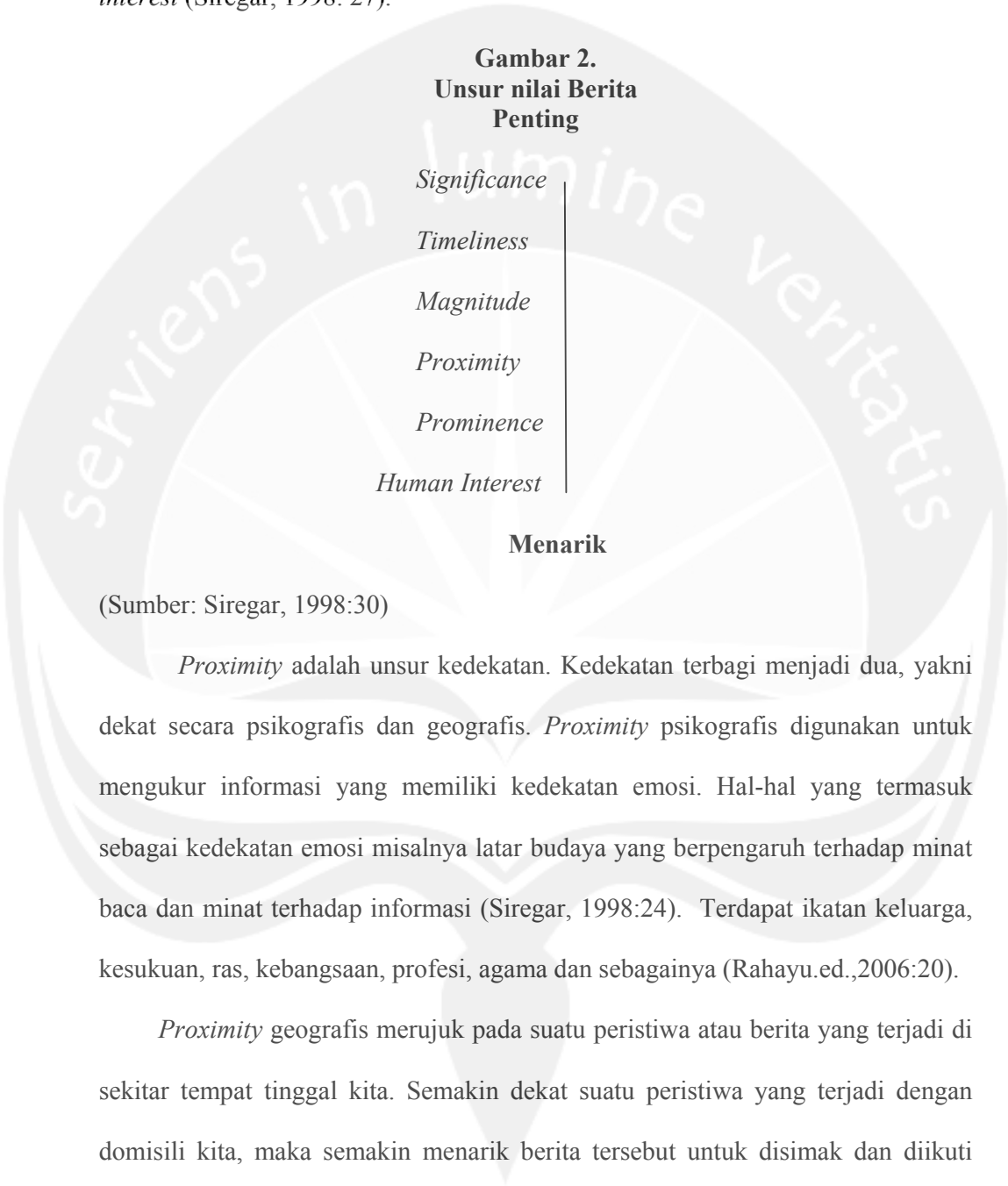
F.2.4 *Relevance*

Terdapat ukuran-ukuran tertentu agar suatu kejadian atau peristiwa dapat diberitakan oleh pers. Hal ini disebut sebagai kriteria layak berita yaitu bernilainya kejadian tersebut bagi pers (Siregar, 1998: 27).

Secara umum kejadian yang mempunyai nilai berita atau layak berita mengandung satu atau beberapa unsur berikut ini: *significance*, *magnitude*,

timeliness, proximity psikografis, proximity geografis, prominence, dan human interest (Siregar, 1998: 27).

Gambar 2.
Unsur nilai Berita
Penting



Significance
Timeliness
Magnitude
Proximity
Prominence
Human Interest

Menarik

(Sumber: Siregar, 1998:30)

Proximity adalah unsur kedekatan. Kedekatan terbagi menjadi dua, yakni dekat secara psikografis dan geografis. *Proximity* psikografis digunakan untuk mengukur informasi yang memiliki kedekatan emosi. Hal-hal yang termasuk sebagai kedekatan emosi misalnya latar budaya yang berpengaruh terhadap minat baca dan minat terhadap informasi (Siregar, 1998:24). Terdapat ikatan keluarga, kesukuan, ras, kebangsaan, profesi, agama dan sebagainya (Rahayu.ed.,2006:20).

Proximity geografis merujuk pada suatu peristiwa atau berita yang terjadi di sekitar tempat tinggal kita. Semakin dekat suatu peristiwa yang terjadi dengan domisili kita, maka semakin menarik berita tersebut untuk disimak dan diikuti (Sumadiria, 2006:84)

Timeliness yaitu menyangkut hal-hal yang baru terjadi atau baru dikemukakan (Siregar, 1998:28).

Significance yaitu kejadian yang berkemungkinan mempengaruhi kehidupan orang banyak atau kejadian yang mempunyai akibat terhadap kehidupan pembaca (Siregar, 1998:27).

Prominence berkaitan dengan orang-orang atau individu-individu terkemuka. Ukuran individu yang memiliki *prominence* adalah individu yang memiliki pengaruh luas dalam masyarakat (Rahayu,ed.,2006:21).

Magnitude merupakan sebuah fakta atau peristiwa yang memiliki besaran jumlah (Rahayu.ed.,2006:21-22).

Dalam penelitian ini, nilai *human interest* tidak digunakan, alasannya karena karakteristik teks berita yang akan diteliti adalah berita *hard news*. Tema pemberitaan *hard news* menekankan pada nilai berita yang dianggap penting.

Kelima dimensi ini berfungsi untuk mengukur derajat nilai berita. Bila teks pemberitaan mobil Esemka di Harian Solopos, mengandung setidaknya satu di antara enam unsur di atas maka peristiwa tersebut layak diberitakan, semakin banyak suatu peristiwa mengandung unsur nilai layak berita maka semakin relevan peristiwa tersebut diberitakan kepada khalayak.

F.2.5 Balance

Diartikan sebagai keseimbangan dalam pemberitaan. *Balance* diukur dengan menghitung berapa banyak ruang dan waktu yang diberikan media untuk

menyajikan pendapat atau kepentingan salah satu pihak (Rahayu.ed.,2006:27).

Dalam penelitian ini *Balance* diukur berdasarkan tiga elemen.

Pertama, ada atau tidak ada *source bias* atau penampilan satu sisi dalam pemberitaan. Aspek ini dilihat dari ketidakseimbangan sumber berita yang dikutip dalam peliputan. Dalam menyajikan fakta, media harus menampilkan berbagai sumber yang relevan, baik yang setuju (pro) maupun yang tidak setuju (kontra) untuk memenuhi aspek *balance*. *Source bias* sebagian besar dapat muncul dikarenakan oleh wartawan yang langsung mengutip media lain sebagai sumber berita tunggal tanpa melakukan cek dan ricek Wartawan tidak berusaha untuk mendapatkan sumber berita yang lain yang berguna untuk memperjelas fakta dalam teks berita.

Kedua, ada atau tidak ada *slant* yaitu kecenderungan media (wartawan, editor) yang memberikan kritikan atau pujian secara spesifik dalam pemberitaan. Kritik atau pujian dapat dilihat sebagai bentuk kecondongan media terhadap nilai-nilai tertentu.

Ketiga, *balance* diukur berdasarkan ada atau tidak ada bentuk-bentuk ketidakseimbangan pemberitaan. Dalam penelitian ini ketidakseimbangan berita akan dilihat dari keseimbangan porsi alinea yang merepresentasikan pendapat pro dan kontra (Rahayu.ed.,2006:22).

Lewat pengujian *balance* yang diukur menggunakan tiga dimensi pemberitaan di atas, maka akan didapat hasil mengenai keseimbangan pemberitaan Mobil Kiat Esemka pada Harian Solopos. Keseimbangan dalam pemberitaan adalah elemen standar dalam pemberitaan karena melalui elemen ini

posisi organisasi media yang independen ditegaskan. Pada latar belakang, peneliti menuliskan bahwa pemberitaan lebih cenderung mengekspos peran atau usaha yang dilakukan oleh pemerintah daerah terutama Walikota Solo yaitu Joko Widodo. Menggunakan tiga elemen alat ukur *souce bias*, *slant*, dan representasi pro-kontra. Maka asumsi peneliti akan terbukti benar atau salah. Hasil dari pengukuran tersebut juga akan menunjukkan tentang keberpihakan Harian Solopos terhadap salah satu pihak tertentu.

F.2.6 *Neutrality*

Netralitas berkaitan dengan aspek presentasi suatu berita. Dalam penelitian ini netralitas diukur berdasarkan aspek *sensasionalisme* yang bertujuan menimbulkan sensasi untuk menarik perhatian orang lain. Netralitas diukur berdasarkan empat hal, yakni *sensasionalisme*, *stereotype*, *juxtaposition*, dan *linkage* (Rahayu.ed.,2006:24).

Sensasionalisme dapat dilihat melalui dua hal yaitu, terdapat personalisasi yang melihat individu tertentu sebagai aktor utama atau aktor tunggal yang paling berpengaruh dalam sebuah peristiwa. Dramatisasi yaitu penulisan berita yang bersifat hiperbolik dan melebih-lebihkan sebuah fakta dengan maksud menimbulkan efek dramatis (Rahayu.ed.,2006:25).

Stereotype yaitu pemberian atribut tertentu terhadap individu, kelompok, atau bangsa dalam penyajian sebuah berita. Penggunaan *stereotype* bermakna positif dan negatif dapat mengundang tuduhan keberpihakan wartawan atau media terhadap salah satu kelompok yang ada dalam masyarakat (Rahayu.ed.,2006:26).

Juxtaposition merupakan penyandingan dua hal yang berbeda. Hal ini dimanfaatkan untuk menambah kesan dramatis pada berita yang disajikan. *Juxtaposition* menggabungkan dua fakta yang tidak berhubungan sehingga terlihat kontras (Rahayu.ed.,2006:26).

Linkage menghubungkan dua fakta yang sebenarnya berbeda sehingga kedua fakta tersebut dianggap (diasosiasikan) memiliki hubungan sebab akibat asosiatif (Rahayu.ed.,2006:26).

Keempat alat ukur di atas digunakan untuk melihat netralitas yang berkaitan dengan aspek presentasi pemberitaan mobil Kiat Esemka pada Harian Solopos. Netralitas terhadap pemberitaan dilihat dari pemakaian kata-kata yang dapat menimbulkan *sensasionalisme* dan emosionalisme. Pemberitaan mengenai Mobil Kiat Esemka dapat dikatakan cukup netral dan objektif apabila pada sebagian pemberitaan tidak terdapat *sensasionalisme*, *stereotype*, *juxtaposition* dan *linkage*.

G. Kerangka Konsep

Media Performance merupakan penilaian atas kualitas pemberitaan media mengenai sebuah tema atau peristiwa. Dengan demikian, penelitian ini sebagai bentuk penilaian atas pemberitaan Mobil Kiat Esemka dalam Harian Solopos terhadap fakta yang terjadi selama periode 3 Januari-12 Maret 2012. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur *media performance* adalah dimensi berita yang terdiri dari informasi dan evaluasi. Dimensi informasi terdiri dari faktualitas, akurasi, kelengkapan, dan relevansi. Sedangkan dimensi evaluatif terdiri dari keseimbangan dan netralitas.

H. Unit Analisis

Penelitian ini dilakukan dengan mencatat identitas surat kabar (edisi, hari, tanggal, tahun terbit, judul berita). Kemudian analisis dilakukan dengan menggunakan unit analisis dan kategorisasi berikut untuk mengevaluasi berita.

TABEL 1
Unit Analisis dan Kategori Penelitian

Dimensi	Unit Analisis	Sub Unit Analisis	Pilihan Jawaban
1. <i>Factualness</i> (Kefaktualan)	a. <i>main point</i> (intisari berita)	a. letak intisari berita	a. di awal b. di tengah c. di akhir
		b. jenis intisari berita	a. fakta b. opini c. pencampuran fakta-opini
	b. <i>informativity</i> (nilai informasi)	a. <i>density</i> (adanya kepadatan informasi)	a. ya b. tidak
		b. <i>breadth</i> (adanya keluasan informasi)	a. ya b. tidak
		c. <i>depth</i> (adanya kedalaman informasi)	a. ya b. tidak
	c. <i>readability</i> (kekayaan informasi)	a. adanya pengulangan frase/paraphrase pada teks berita	a.ya b.tidak
		b. adanya anak kalimat yang mendukung kalimat utama	a.ya b.tidak
		c. adanya istilah atau kata asing	a.ya b.tidak
	d. <i>checkability</i> (konfirmasi pada sumber)	a. adanya sumber rujukan yang jelas	a.ya b.tidak
		b. adanya sumber rujukan anonim	a.ya b.tidak

2. <i>Accuracy</i> (Akurasi)	a. Verifikasi Fakta	a. adanya cek- ricek terhadap berita yang ditulis	a. ya b. tidak
		b. adanya kesalahan pengutipan data narasumber	a. ya b. tidak
	b. Relevansi Sumber Berita	a. adanya sumber berita di luar pemerintah	a.ya b.tidak
		b. adanya sumber berita dari pemerintah	a.ya b.tidak
	c. Akurasi Penyajian	a. adanya ketepatan penggunaan ejaan kata dan tanda baca	a.ya b.tidak
		b. kesesuaian judul dengan isi berita	a.ya b.tidak
3. <i>Completeness</i> (Kelengkapan Isi)	Kelengkapan unsur 5W + 1H	a. unsur “ <i>what</i> ”	a.ya b.tidak
		b. unsur “ <i>who</i> ”	a.ya b.tidak
		c. unsur “ <i>where</i> ”	a.ya b.tidak
		d. unsur “ <i>when</i> ”	a.ya b.tidak
		e. unsur “ <i>why</i> ”	a.ya b.tidak
		f. unsur “ <i>how</i> ”	a.ya b.tidak
4. <i>Relevance</i> (Relevansi)	a. Kedekatan <i>Proximity</i> (Psikografis)	Adanya kedekatan informasi dengan emosi atau dengan psikologis pembaca	a.ya b.tidak
	b. Kedekatan <i>Proximity</i> (Geografis)	Adanya kedekatan informasi dengan lokasi pembaca	a.ya b.tidak
	c. <i>Timeliness</i> (Aktualitas)	Kejadian yang menyangkut hal- hal yang baru saja terjadi atau baru dikemukakan	a.ya b.tidak

	d. <i>Significance</i>	Peristiwa memiliki pengaruh pada pembaca	a.ya b.tidak
	e. <i>Prominence</i>	Adanya keterlibatan tokoh terkemuka dalam sajian peristiwa	a.ya b.tidak
	f. <i>Magnitude</i>	Adanya sajian besaran peristiwa dalam bentuk angka	a.ya b.tidak
5. <i>Balance</i> (Kelengkapan)	a. <i>Source bias</i>	Adanya representasi satu sisi dalam pemberitaan	a.ya b.tidak
	b. <i>Slant</i>	Adanya kritikan atau pujian yang merupakan opini wartawan	a.ya b.tidak
	c. Representasi Pro Kontra	Adanya keseimbangan alinea dalam representasi pro-kontra	a.ya b.tidak
6. <i>Neutrality</i> (Netralitas)	a. <i>Sensasionalisme</i>	a. Adanya personalisasi (aktor atau sumber yang ditampilkan paling dominan)	a.ya b.tidak
		b. Adanya Dramatisasi (penyajian berita secara hiperbolik)	a.ya b.tidak
	b. <i>Stereotype</i>	Penggunaan asosiasi kata tertentu berkenaan dengan aktor/sumber sajian berita.	a.ya b.tidak
	c. <i>Juxtaposition</i>	Adanya perbandingan dua hal yang tidak sebanding untuk memunculkan efek dramatisasi	a.ya b.tidak

		dalam sebuah pemberitaan	
	d. <i>Linkage</i>	Membandingkan dua hal yang tidak relevan menjadi seakan memiliki hubungan sebab-akibat	a.ya b.tidak

I. Definisi Operasional

Unit analisis dan kategorisasi di atas merupakan acuan dalam melakukan penelitian ini. Diharapkan bahwa unit analisis dan kategorisasi dapat diaplikasi sebagai pedoman penelitian untuk melihat kinerja Solopos tentang pemberitaan Mobil Kiat Esemka yang terdapat pada artikel *hard news* periode 3 Januari-12 Maret 2012. Berikut ini adalah penjabaran tiap-tiap dimensi, unit analisis dan kategorisasi yang digunakan dalam penelitian ini

I.1. Dimensi *Factualness* (Faktual)

Dapat dipahami sebagai derajat kefaktualan berita. Pada dasarnya berita harus berkorespondensi dengan realita yang ingin disampaikan oleh jurnalis. Wartawan benar-benar harus menghimpun informasi dan fakta pemberitaan Mobil Kiat Esemka yang sesuai dengan kejadian dan memberitakannya secara lengkap. Untuk mengukur faktualitas digunakan empat indikator utama.

I.1.1.a Letak Intisari Berita

Melalui letak intisari akan diketahui bagaimana wartawan Harian Solopos bekerja berdasarkan prinsip jurnalistik yaitu dengan menerapkan teknik penyajian berita menggunakan piramida terbalik, yakni meletakkan intisari berita utama di

awal teks. Penilaian positif akan diberikan pada intisari yang terletak pada awal berita.

I.1.1.b Jenis Intisari Berita

Melalui jenis intisari berita akan diketahui bagaimana wartawan Harian Solopos memberitakan Mobil Kiat Esemka. Penilaian terbaik apabila berita ditulis berdasarkan fakta. Keberadaan opini dapat dilihat bila terdapat kritikan atau pujian yang diberikan oleh wartawan atau editor pada intisari berita seperti,

I.1.2 Nilai Informasi

Pengukuran nilai informasi penting untuk mengetahui derajat *informativeness* pemberitaan Mobil Kiat Esemka dengan asumsi informasi dapat mengurangi ketidakpastian. Diukur berdasarkan tiga hal:

I.1.2.a *Density* (Kepadatan informasi)

Menyatakan ada atau tidak ada kepadatan informasi. Informasi yang diberikan dapat berupa pernyataan ataupun data narasumber mengenai pemberitaan Mobil Kiat Esemka. Dikatakan memiliki *density* yang baik bila memiliki fakta relevan lebih dari satu sumber yang tersaji dalam teks berita.

I.1.2.b *Breadth* (Keluasan informasi)

Menyatakan ada atau tidak ada keragaman informasi yang mengungkap pendapat pro dan kontra yang tersaji dalam teks berita pada Harian Solopos mengenai Mobil Kiat Esemka. Keragaman informasi bertujuan memperjelas intisari.

J.1.2.c *Depth* (Kedalaman Informasi)

Menyatakan ada atau tidaknya jumlah fakta yang mendukung sebuah *statement* utama (*main point*). Semakin banyak fakta yang disajikan sebagai pendukung *main point* oleh wartawan Harian Solopos maka unsur *depth* semakin kuat.

I.1.3 *Readability* (Kekayaan Informasi)

Readability diukur berdasarkan tiga faktor, yaitu:

I.1.3.a Ada tidaknya pengulangan frase atau paraphrase yang dapat mengganggu pembaca dalam pemberitaan Mobil Kiat Esemka.

I.1.3.b Ada tidaknya fungsi anak kalimat yang berfungsi sebagai keterangan dari kalimat pokok.

I.1.3.c Ada tidaknya penggunaan kata asing atau kalimat khusus yang membingungkan pembaca.

I.1.4 *Checkability* (Konfirmasi pada sumber berita)

Merupakan derajat sejauh mana fakta yang ditampilkan dalam pemberitaan. Dapat diperiksa atau didukung oleh sumber yang dikenal baik dan bukti-bukti pendukung yang relevan. *Checkability* diukur berdasarkan dua faktor, yaitu:

I.1.4.a Ada tidaknya sumber rujukan yang jelas dalam pemberitaan Mobil Kiat Esemka. Berita yang baik akan menampilkan pernyataan dari narasumber atau sumber rujukan yang jelas identitasnya. Keberadaan sumber berita yang tidak

jelas biasanya merupakan generalisasi atas pernyataan masyarakat sekitar, beberapa pihak atau golongan tanpa disertai rujukan nama yang jelas. Dapat dilihat dengan kalimat sebagai berikut, “menurut beberapa kalangan”, “beberapa saksi mata menyatakan”, “menurut masyarakat sekitar” tanpa disebutkan secara jelas pihak-pihak yang berpendapat tersebut. Keberadaan sumber yang tidak jelas dalam berita akan menyulitkan pengecekan fakta pemberitaan.

I.1.4.b Ada tidaknya sumber rujukan anonim dalam pemberitaan Mobil Kiat Esemka. Pemberitaan yang baik akan menghindari narasumber dengan identitas berupa inisial nama atau samaran, yang identitasnya hanya disebutkan “menurut sumber”.

I.2 Dimensi *Accuracy* (Akurasi)

I.2.1. Verifikasi

Menyangkut sejauh mana berita sesuai dengan fakta yang benar-benar terjadi di lapangan. Verifikasi data diukur berdasarkan:

I.2.1.a Ada tidaknya cek-ricek berita pada narasumber, yakni dengan adanya konfirmasi yang dilakukan oleh wartawan Harian Solopos dalam bentuk tanggapan tokoh yang membenarkan atau menegaskan dalam sebuah teks pemberitaan Mobil Kiat Esemka. Contoh: Pemberitaan mengenai kepastian pemerintah yang akan memberikan insentif (bantuan dana) terhadap produk mobil nasional. Dalam teks berita, ikut ditampilkan pernyataan oleh Agus Martowardojo sebagai Menteri Keuangan (Menkeu) yang berkompeten menjawab pemberitaan ini. Agus Martowardojo menegaskan bahwa insentif akan diberikan

apabila mobnas tersebut masuk ke dalam kriteria produksi nasional yang keseluruhan komponennya berasal dari dalam negeri.

I.2.1.b Ada tidaknya kesalahan pengutipan deskripsi (nama, gelar, institusi, alamat, dan sebagainya) yang ditulis dalam teks berita mengenai Mobil Kiat Esemka oleh wartawan Harian Solopos.

I.2.2 Relevansi Sumber Berita

Relevansi sumber berita menyangkut kedekatan informasi atau pengalaman yang dimiliki narasumber dengan isi teks berita. Besar derajat relevansi narasumber dilihat dari:

I.2.2.a Ada tidaknya sumber kompeten dan relevan seperti pelaku yang mengalami peristiwa atau ahli terhadap permasalahan (di luar pemerintah). Semakin relevan sumber berita terhadap masalah yang diangkat maka tingkat verifikasi berita semakin baik pula.

I.2.2.b Ada tidaknya sumber berita dari pemerintah yang diangkat wartawan Harian Solopos dalam memberitakan Mobil Kiat Esemka. Berita resmi dari pemerintah memiliki nilai relevansi dan kompetensi yang tinggi di mata pembaca. Semakin relevan sumber berita terhadap masalah yang diangkat maka tingkat verifikasi berita semakin baik pula.

I.2.3 Akurasi Penyajian

Besar derajat akurasi penyajian dinilai dari:

I.2.3.a Ada tidaknya ketepatan penggunaan kata dan tanda baca yang memenuhi kaedah jurnalistik dalam memberitakan Mobil Kiat Esemka.

I.2.3.b Ada tidaknya kesesuaian judul antara isi berita yang disajikan oleh wartawan Harian Solopos dalam memberitakan Mobil Kiat Esemka.

I.3 Dimensi *Completeness* (Kelengkapan Isi Berita)

Kelengkapan isi berita terkait dengan enam unsur:

I.3.1 Ada tidaknya *what* (apa), menyatakan suatu terjadinya peristiwa. *What* menyebabkan wartawan Harian Solopos mengumpulkan fakta yang berkaitan dengan hal-hal yang dilakukan oleh para aktor dalam memberitakan Mobil Kiat Esemka.

I.3.2 Ada tidaknya *who* (siapa), menyatakan orang-orang yang terlibat dan dilibatkan dalam pemberitaan Mobil Kiat Esemka. Dalam hal ini, wartawan harus dapat mengidentifikasi berbagai atribut (nama, jabatan, dan sebagainya).

I.3.3 Ada tidaknya *when* (kapan), menyatakan waktu terjadinya peristiwa kejadian. Dapat meliputi masa lampau, masa kini, dan masa mendatang.

I.3.4 Ada tidaknya *where* (di mana), menyatakan tempat berlangsungnya peristiwa berita Mobil Kiat Esemka.

I.3.5 Ada tidaknya *why* (mengapa), menyatakan penjelasan penyebab terjadinya peristiwa berita Mobil Kiat Esemka.

I.3.6 Ada tidaknya *how* (bagaimana), memaparkan situasi yang terjadi dalam pemberitaan Mobil Kiat Esemka.

I.4 Dimensi *Relevance* (Relevansi)

Digunakan enam dimensi standar nilai berita, yaitu:

I.4.1 Kedekatan (*proximity*) psikografis, yakni ada-tidaknya kedekatan pembaca secara emosional dan psikologis (keluarga, suku, agama, profesi, kebangsaan, dan sebagainya) dengan berita Mobil Kiat Esemka yang diberitakan oleh Harian Solopos.

I.4.2 Kedekatan (*proximity*) geografis, yakni ada-tidaknya kedekatan cakupan daerah distribusi atau peredaran Harian Solopos dengan pembaca.

I.4.3 Aktualitas (*timeliness*), yakni kejadian yang menyangkut hal-hal yang baru saja terjadi atau baru dikemukakan.

I.4.4 *Significance*, yakni pembaca menganggap berita seputar Mobil Kiat esemka memiliki pengaruh pada kondisi nasional pembaca. Penelitian ini menggunakan standar *significance* berdasarkan pada kondisi sosial, politik, ekonomi, dan budaya pembaca surat kabar yang bersangkutan.

I.4.5 *Prominence*, yakni ada-tidaknya keterlibatan individu terkemuka dalam sajian seputar pemberitaan Mobil Kiat Esemka. Individu tersebut bisa jadi seorang tokoh politik, birokrat, atau individu yang memiliki jabatan yang berpengaruh luas di masyarakat.

I.4.6 *Magnitude*, yakni ada-tidaknya disertakan data dalam bentuk angka seputar pemberitaan Mobil Kiat Esemka.

I.5 Dimensi *Balance* (Keseimbangan)

Dimensi balance diukur berdasarkan tiga elemen, yaitu:

I.5.1 Ada tidaknya *source bias*, yaitu representasi atau penampilan satu sisi dalam pemberitaan Mobil Kiat Esemka.

I.5.2 Ada tidaknya *slant*, yaitu pujian yang memberikan gambaran positif atau negatif berisi opini wartawan Harian Solopos seputar pemberitaan Mobil Kiat Esemka.

I.5.3 Ada tidaknya keseimbangan dalam porsi alinea yang menampilkan pendapat pro-kontra dalam pemberitaan Mobil Kiat Esemka oleh wartawan Solopos.

I.6 Dimensi *Neutrality* (Netralitas)

Netralitas akan diukur berdasarkan:

I.6.1 Adanya *sensasionalisme* dalam berita, yang diukur melalui tiga hal:

I.6.1.a Ada tidaknya personalisasi dalam berita, yakni adanya tokoh yang paling dominan dan paling berpengaruh daripada tokoh lainnya dalam teks berita oleh wartawan Harian Solopos dalam pemberitaan Mobil Kiat Esemka.

I.6.1.b Ada tidaknya dramatisasi atau pemberitaan yang hiperbolik dan melebih-lebihkan suatu fakta (sangat, luar biasa) untuk memberi kesan dramatis dalam memberitakan Mobil Kiat Esemka.

I.6.2 Ada tidaknya *stereotype* berupa penggunaan atribut kata tertentu yang berasosiasi pada tokoh atau kelompok dalam berita Mobil Kiat Esemka.

I.6.3 Ada tidaknya *juxtaposition*, yakni wartawan Harian Solopos menghadirkan perbandingan dua hal yang tidak sebanding (kontras) dalam berita untuk menghasilkan kesan dramatis dalam berita.

I.6.4 Ada tidaknya *linkage*, yakni wartawan Solopos membandingkan dua hal yang tidak berhubungan untuk menimbulkan efek asosiatif dalam teks berita. Sehingga seakan-akan memiliki hubungan sebab akibat.

J. Metodologi Penelitian

J.1 Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan analisis isi kuantitatif. Analisis isi kuantitatif yang ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi (Eriyanto, 2011: 15).

Analisis isi deskriptif adalah analisis yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau suatu teks tertentu. Analisis isi dalam penelitian ini semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik suatu pesan serta melihat dinamika pemberitaan pada periode waktu yang berbeda.

Penelitian ini bersifat deskriptif terutama untuk mendeskripsikan *media performance* Solopos dalam memberitakan kemunculan mobil Kiat Esemka pada periode 3 Januari -12 Maret 2012.

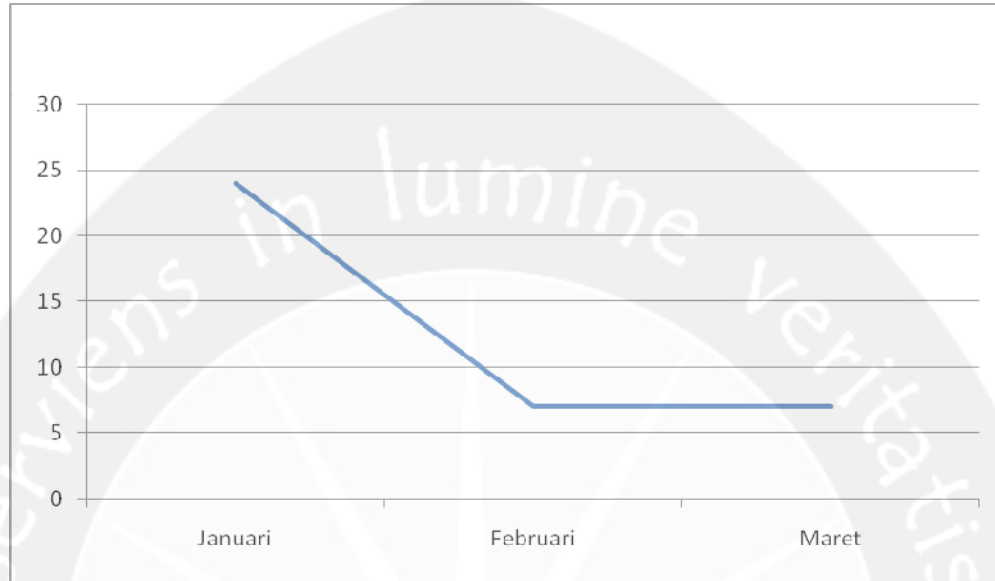
J.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah berita *hard news* dalam surat kabar Harian Solopos periode 3 Januari –12 Maret 2012. Pemilihan Solopos ini atas pertimbangan antara lain karena Solopos merupakan salah satu media cetak yang berpengaruh di Kota Solo. Dengan oplah yang mencapai 70.000 eksemplar setiap hari (Saraswati,2011:44) membuat Solopos banyak dibaca oleh masyarakat luas terutama oleh masyarakat Solo. Selain itu penelitian juga dapat menjawab profesionalitas kinerja wartawan Solopos yang merupakan media cetak daerah yang bernaung dalam *group* Bisnis Indonesia.

J.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008: 115). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *total sampling* yaitu meneliti seluruh populasi pemberitaan yang berjumlah 38 berita. Hal ini karena salah satu tujuan penelitian adalah untuk mengetahui adakah terdapat dinamika dan perubahan isi pemberitaan pada sebelum dan setelah pemberitaan uji emisi mobil Kiat Esemka pada Harian Solopos.

GRAFIK. 1
Grafik Pemberitaan Mobil Kiat Esemka Pada Harian Solopos



TABEL. 2
Judul Artikel Dalam Populasi Penelitian

No.	Hari / Tanggal	Judul Berita
1.	Rabu, 4 Januari 2012	Dikritik Gubernur, Didukung Menteri
2.	Rabu, 4 Januari 2012	Jokowi Siap Modali Kiat Esemka
3.	Kamis, 5 Januari 2012	SBY Dukung Jokowi
4.	Kamis, 5 Januari 2012	Izin Laik Jalan Tunggu Tiga Bulan
5.	Kamis, 5 Januari 2012	Sepelekan Esemka, Bibit Dikecam Rakyat
6.	Jumat, 6 Januari 2012	Pemerintah Modali Esemka
7.	Jumat, 6 Januari 2012	Rina Jajal Esemka
8.	Sabtu, 7 Januari 2012	Inden Esemka 2.000 unit
9.	Minggu, 8 Januari 2012	2013 Esemka Dipasarkan
10.	Selasa, 10 Januari 2012	12 SMK Produksi Kiat Esemka
11.	Selasa, 10 Januari 2012	Iran Danai Pembelian Kiat Esemka
12.	Rabu, 11 Januari 2012	Bakrie Incar Esemka
13.	Kamis, 12 Januari 2012	Esemka Tolak Investor Kakap
14.	Jumat, 13 Januari 2012	4 Koperasi Siap Investasi Esemka
15.	Sabtu, 14 Januari 2012	Dahlan: Esemka Untuk Belajar Saja

16.	Minggu, 15 Januari 2012	200 Esemka Siap Meluncur
17.	Senin, 16 Januari 2012	Uji Emisi Esemka Terhambat Syarat Administrasi
18.	Rabu, 18 Januari 2012	Hipmi Siap Bikin Diler Esemka
19.	Kamis, 19 Januari 2012	Uji Emisi Esemka Tertunda Lagi
20.	Rabu, 25 Januari 2012	Mobil Esemka Cari Dukungan Ke Senayan
21.	Kamis, 26 Januari 2012	DPR Dukung Esemka
22.	Jumat, 27 Januari 2012	Menkeu Janjikan Insentif Esemka
23.	Minggu, 29 Januari 2012	Jokowi Berharap Jerman Beri Pendampingan
24.	Selasa, 31 Januari 2012	Pabrikan Jerman Dilobi Dukung Esemka
25.	Sabtu, 4 Februari 2012	Esemka Promosi Ke luar Kandang
26.	Selasa, 7 Februari 2012	Uji Emisi Esemka Bisa Molor Lagi
27.	Kamis, 9 Februari 2012	Tujuh Kota Menanti Esemka
28.	Rabu, 22 Februari 2012	45 Penari Bakal Lepas Esemka
29.	Minggu, 27 Februari 2012	Esemka Makan Tumbal
30.	Senin, 28 Februari 2012	Optimis Lolos
31.	Selasa, 29 Februari 2012	Agustus Esemka Dipasarkan
32.	Jumat, 2 Maret 2012	Gagal, Esemka Berjuang Lagi
33.	Minggu, 4 Maret 2012	Esemka Comot Onderdil Mobil Lain
34.	Senin, 5 Maret 2012	Esemka Tak Asal Comot
35.	Selasa, 6 Maret 2012	Silahkan Liat Onderdil Esemka
36.	Selasa, 6 Maret 2012	AS Tawarkan Transfer Teknologi Esemka
37.	Rabu, 7 Maret 2012	Lokasi Pembongkaran Esemka Dirahasiakan
38.	Sabtu, 12 Maret 2012	Terlalu Berat Body Esemka Dipermak

Sumber: Solopos

J.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat empat bentuk data yang digunakan dalam penelitian ini:

J.4.1 Dokumentasi

Data utama dalam penelitian ini adalah kliping teks *hard news* mengenai pemberitaan Mobil Kiat Esemka, pada harian Solopos periode 3 Januari–12 Maret 2012. *Hard news* merupakan bentuk berita yang memiliki nilai aktualitas dan memiliki kepentingan untuk segera diketahui oleh pembaca. Teks berita terfokus pada media lokal. Hal ini digunakan mengingat tujuan penelitian ialah mengangkat analisis pemberitaan pada harian tingkat daerah atau lokal.

J.4.2 Data pengkoder *coding sheet*

Data khas analisis isi berisikan pertanyaan yang dibuat berdasarkan sub unit analisis. Pertanyaan ini harus dijawab oleh dua pengkoder dalam bentuk pilihan jawaban.

J.4.3 Studi Pustaka

Peneliti mempelajari, mendalami, dan mengutip konsep dari sejumlah literatur yang relevan dengan topik penelitian. Literatur yang digunakan berupa buku, surat kabar, dan data *online* dari Solopos.com.

J.5 Uji Reliabilitas Data

Analisis teks merupakan sebuah alat pengumpulan data yang utama dalam penelitian analisis isi. Untuk memperoleh data dari teks berita tersebut, maka tahap selanjutnya adalah dengan melakukan pengkodean. Pengkodean dilakukan dengan menggunakan unit analisis yang ada pada definisi operasional. Teknis pengkodean ini akan dilakukan oleh dua orang dari latar belakang pendidikan yang berkaitan dengan penelitian ini, sehingga dapat mengetahui latar belakang dan isi permasalahan.

Dalam hal ini, peneliti menentukan 2 pengkoding, yaitu Nayunda Shinta sebagai pengkoding pertama dan Melania Ayu sebagai pengkoding kedua. Pengkoder adalah mahasiswi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sama-sama mengambil konsentrasi Jurnalisme. Dalam menyelesaikan skripsinya, Nayundha Shinta juga menggunakan metode analisis isi sehingga mengerti proses yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Hasil dari pengkodingan yang diperoleh dari kedua pengkoding kemudian akan diuji tingkat reliabilitas datanya dengan membandingkan jawaban dari *coding sheet* berdasarkan kesamaan-kesamaan pengkodingan yang dilakukan oleh kedua pengkoder. Uji reliabilitas diperlukan untuk memperoleh data yang objektif.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menguji reliabilitas kategori adalah teknik yang diperkenalkan oleh Ole R. Holsti. Reliabilitas ditunjukkan dalam persentase persetujuan, berapa besar persentase persamaan antar-coder ketika menilai suatu isi. Rumus untuk menghitung reliabilitas adalah sebagai berikut:

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

CR	= <i>coeficient reliability</i>
M	= jumlah <i>coding</i> yang sama (yang disetujui oleh masing-masing coder)
N1	= jumlah <i>coding</i> yang dibuat oleh <i>coder 1</i>
N2	= jumlah <i>coding</i> yang dibuat oleh <i>coder 2</i>

(Sumber: Kriyantono,2006:235)

Dengan menggunakan rumus Holsti, dapat diketahui derajat kesamaan antara peneliti dan dua pengkoder. Prinsip dari uji reabilitas adalah semakin tinggi

persamaan hasil pengkodean di antara dua pengkode maka semakin reliabel kategori yang telah disusun. Derajat kesamaan dinilai memenuhi syarat kepercayaan apabila hasilnya diatas 0,6 atau 60%

J.6 Teknik Analisis Data

Setelah melakukan analisis isi terhadap berita dalam teks pemberitaan mobil Kiat Esemka pada Solopos. Kemudian pengolahan pengkodean dilakukan secara kuantitatif yaitu:

J.6.1 Distribusi Frekuensi

Distribusi Frekuensi bermanfaat untuk melihat porsi klarifikasi penilaian pada setiap kategori dimensi unit-unit analisis. Penerapan penyekoran terkait dengan objek berita yang paling sering muncul misalnya pemerintah, pakar berkompeten non-pemerintah atau masyarakat.