

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Republika.co.id

ROL atau Republika online hadir sejak 17 Agustus 1995, dua tahun setelah Harian Republika terbit. ROL merupakan portal berita yang menyajikan informasi secara teks, audio, dan video, yang terbentuk berdasarkan teknologi *hypermedia* dan *hypertext*. Republika awalnya adalah koran nasional yang dilahirkan oleh kalangan komunitas muslim untuk publik Indonesia. Republika terbit perdana pada 4 Januari 1993, koran ini terbit di bawah bendera perusahaan PT Abdi Bangsa. Setelah BJ Habibie tak lagi menjadi presiden dan seiring dengan surutnya kiprah politik ICMI selaku pemegang saham mayoritas PT Abdi Bangsa, pada akhir 2000, mayoritas saham koran ini dimiliki oleh kelompok Mahaka Media.

PT Abdi Bangsa selanjutnya menjadi perusahaan induk, dan Republika berada dibawah bendera PT Republika Media Mandiri, salah satu anak perusahaan PT Abdi Bangsa. Meskipun berganti kepemilikan, Republika tak mengalami perubahan visi maupun misi. Namun harus diakui, ada perbedaan gaya dibandingkan dengan sebelumnya, dimana sentuhan bisnis dan independensi Republika menjadi lebih kuat. Karena itu, secara bisnis, koran ini terus berkembang. Republika menjadi makin profesional dan matang sebagai koran nasional untuk komunitas muslim. Sejak berdiri, motto “bukan sekedar menjual

berita” dipakai oleh Republika. Ideologi Republika adalah ideologi pemiliknya, PT Abdi Bangsa, yaitu Kebangsaan, Kerakyatan dan Keislaman. Republika banyak berupaya menyajikan Islam sebagai agama yang dapat memberi inspirasi terhadap kesadaran sosial selaras dengan aspirasi kontemporer seperti keterbukaan, pluralisme, kecanggihan dunia informasi.

Keterlibatan republika dalam dunia politik boleh dibilang jarang, sehingga dapat dikatakan republika adalah media yang independen. Media yang independen, tidak selamanya netral. Dalam konsep etik, independensi akan berpihak kepada kebenaran. Kemudian dalam bingkai independensi, media tersebut harus seluas mungkin menciptakan ruang-ruang publik. Republika adalah media yang sering diakses baik itu akun twitter, facebook, portal berita serta cetaknya.

Visi dan Misi Republika

Visi :

Menjadikan harian umum Republika sebagai koran umat yang terpercaya dan mengedepankan nilai-nilai universal yang sejuk, toleran, damai, cerdas, dan profesional, namun mempunyai prinsip dalam keterlibatannya menjaga persatuanbangsa dan kepentingan umat Islam yang berdasarkan pemahaman *Rahmatan Lil Alamin* yaitu Rahmat bagi semua makhluk didunia.

Misi :

- Menciptakan dan menghidupkan sistem manajemen yang efisien dan efektif, serta mampu dipertanggungjawabkan secara profesional.

- Menciptakan budaya kerja yang sehat dan transparan.
- Meningkatkan kinerja dengan menciptakan sistem manajemen yang kondusif dan profesional.
- Meningkatkan penjualan iklan dan koran, sementara menekan biaya operasional (antara lain dengan memiliki mesin cetak).
- Memprioritaskan pengembangan pemasaran surat kabar Republika di jabodetabek, tanpa harus memhatikan di daerah yang sudah ada.
- Merajut tali persaudaraan dengan organisasi-organisasi Islam di Indonesia

Republika dan Islam

Republika menampilkan Islam sebagai satu kesatuan. Bingkai Republika yang menonjolkan aspek agama karena harian ini mengusung ideologi keislaman dan juga sebagai representasi media islam. Harian Republika memilih bermain "aman" dengan menghindari sesuatu yang kontraproduktif. Ideologinya berencana merangkul semua kelompok Islam, Republika tidak membeda-bedakan Islam radikal-konservatif, moderat dan liberal.

Adapun beberapa produk Republika Online, yaitu :

- Nasional: berisi informasi dan berita tentang politik, umum, hukum, jabodetabek, daerah, Pemprov Jabar
- Internasional : berisi mengenai informasi dan berita di dunia secara global, palestina-israel, timur tengah dan australia plus.
- Khazanah : berisi informasi dan berita islami mengenai sejarah, fatwa, hikmah, cahaya islam, dll.
- Gaya hidup : berisi informasi dan berita mengenai tren masa kini, kuliner, info sehat, keluarga, konsultasi, dan tips.
- Sepakbola: berisi informasi dan berita terhangat didunia sepakbola.

- Trendtek: berisi informasi dan berita mengenai teknologi dan *gadget*, elektronik dan internet.
- Senggang : berisi informasi dan berita mengenai film, musik, unik, asia pop, dll.
- Ekonomi: berisi informasi mengenai *update* tentang perekonomian, syariah, korporasi, dll.
- Video: berisi informasi unik, berita terhangat berformat video
- Olahraga:berisi informasi terkini di dunia olahraga meliputi basket, arena, raket dan *pit stop*.
- Kolom: berisi informasi mengenai resonansi dan fokus.
- Pendidikan: berisi informasi mengenai pendidikan di indonesia
- Otomotif: berisi informasi di dunia otomotif
- *English version*: versi bahasa inggris dari republika *online*
- Suara pembaca: berisi tentang informasi dari pembaca yang mengirimkan informasi bersifat *citizen journalism*.

3. 2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian

3.2.1.1 Metode Penelitian

Metodologi Penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin ilmu. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Metode Penelitian Kuantitatif Deskriptif.

Penelitian Deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan objek atau subjek yang diteliti sesuai dengan apa adanya juga tidak mencari atau menjelaskan suatu hubungan, tidak menguji sebuah hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian deskriptif bertujuan menuliskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang

tertentu secara faktual dan cermat. Penelitian dalam objektivitas yang peneliti lakukan, menggunakan metode penelitian kuantitatif studi deskriptif .

3.2.2 Teknik Penelitian

Analisis isi dipakai untuk menganalisis isi media baik cetak ataupun elektronik. Lewat analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik, pesan, dan perkembangan dari suatu isi. Analisis isi juga dirancang untuk menghasilkan perhitungan yang objektif, terukur dan teruji atas isi pesan yang nyata. Analisis isi berfungsi paling baik dalam skala lebih besar; semakin banyak yang dianalisis, akan semakin akurat analisisnya. Salah satu ciri penting dari analisis isi adalah objektif. Penelitian dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi secara apa adanya, tanpa adanya campur tangan peneliti. Penelitian menghilangkan bias, keberpihakan, atau kecenderungan tertentu. Analisis isi memang menggunakan manusia, tetapi harus dibatasi sedemikian rupa sehingga subjektivitas ini tidak muncul. Hasil dari analisis isi adalah benar-benar mencerminkan isi dari suatu teks dan bukan akibat dari subjektivitas (keinginan, bias, atau kecenderungan tertentu) dari peneliti. (Eriyanto, 2011:16)

Stokes (2006:20) menyebutkan bahwa objek analisis dari analisis isi adalah mempelajari mengenai seberapa banyak sesuatu terjadi dalam sebuah rangkaian teks. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa analisis isi merupakan teknik penelitian yang mempelajari seberapa banyak sesuatu terjadi pada sebuah teks media.

Dalam analisis isi terdapat beberapa tahapan penelitian yang harus dilakukan, seperti yang dinyatakan dalam buku Stokes (2006:65-71), yaitu :

Pertama menyusun hipotesis, mendefinisikan objek analisis, definisi kategori yang digunakan, membuat lembar koding untuk merekam temuan, uji kategori koding, kumpulkan data, jumlahkan temuan, tafsirkan data, hubungkan kembali dengan pertanyaan penelitian, tampilkan penemuan dan didiskusikan penemuan yang sudah didapat.

Maka dari itu, penelitian ini cocok menggunakan analisis isi. Karena, penelitian ini ingin mengungkapkan suatu berita yang dimuat media *online* apakah objektif atau tidak. Di mana, analisis isi mengkaji seberapa banyak sesuatu dalam suatu teks.

3.2.3 Populasi Dan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Populasi adalah semua anggota dari objek yang ingin diketahui. Penelitian ini mengenai objektivitas pemberitaan kasus penolakan Ahok sebagai gubernur DKI Jakarta oleh ormas dalam media *Republika.co.id*, sehingga Peneliti mengambil semua berita-berita mengenai isu tersebut sebagai populasi dalam penelitian ini. Kumpulan berita tersebut dimuat pada bulan September – Desember 2014.

3.2.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam analisis isi terdapat beragam metode dalam

penarikan sampel. Secara umum, dari beragam metode penarikan sampel ini, dapat dibagi ke dalam dua bagian besar, yakni penarikan sampel acak (*random/probability sampling*) dan penarikan sampel non acak (*non-random/nonprobability sampling*).

Namun, dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah sampel *Purposive*. Peneliti secara sengaja memilih sampel atau periode tertentu atas dasar pertimbangan ilmiah. Pemilihan sampel memang tidak dilakukan secara acak, tetapi berdasar pertimbangan (*judgment*) yang kuat dari peneliti (Eriyanto, 2011: 147).

Berdasarkan teknik sampel *purposive*, dalam penelitian ini penulis menentukan sampel yang diteliti adalah sepuluh berita. Pertimbangan pemilihan sepuluh sampel adalah sampel-sampel tersebut sesuai dengan dua konstruksi kategori yang digunakan dalam penelitian dan masuk ke dalam perkembangan kasus penolakan Ahok sebagai gubernur. Adapun di bawah ini sampel dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

No.	Portal berita online	Judul berita	Edisi
1	Republika.co.id	Besok Giliran FBR Demo Tuntut Ahok Mundur	30 September 2014,
2	Republika.co.id	Tolak Ahok Jadi Gubernur, Belasan Ulama Datangi DPR	28 Oktober 2014
3	Republika.co.id	Habib Rizieq: Kebijakan Ahok Tak Berpihak Pada Umat Islam	10 November 2014
4	Republika.co.id	Belasan Ormas akan Gelar Unjuk Rasa Tolak Ahok Jadi Gubernur	10 November 2014
5	Republika.co.id	Haji Lulung Ancam Angkat Gubernur Tandingan Jika Ahok Dilantik	11 November 2014
6	Republika.co.id	Ahok: FPI Jangan Rusak Citra Islam di Indonesia	12 November 2014

7	Republika.co.id	FPI Polisikan Ahok	12 November 2014
8	Republika.co.id	Jakarta Aman Tanpa Ahok!	14 November 2014
9	Republika.co.id	GMJ Rangkul KMP Lengserkan Ahok	14 November 2014
10	Republika.co.id	Tolak Ahok, GMJ Lantik Gubernur DKI Jakarta Tandingan	01 Desember 2014

Tabel 3.1 : Sampel yang digunakan dari media Republika.co.id

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lembar Koding (*Coding Sheet*): lembar koding ini mirip dengan mirip dengan kuesioner dalam penelitian survei. Lembar koding memuat semua kategori, aspek yang ingin diketahui dalam analisis isi. Setiap unit analisis isi yang diteliti disediakan satu lembar koding.
2. Wawancara: memperoleh data dengan mengadakan tanya jawab dengan pihak-pihak tertentu yang diharapkan dapat memberikan informasi yang berhubungan dengan bahan-bahan penelitian. Sumber yang diwawancarai adalah bapak Rachmat Santosa Basarah selaku ketua Republika perwakilan jawa barat yang dilakukan pada 10 april 2015 dan bertempat di kantor republika yang beralamat di Jalan Mangga No : 57 Kota Bandung.
3. Studi Kepustakaan: mencari data-data penunjang melalui buku-buku referensi kepustakaan, dan bacaan lainnya yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian ini.

3.2.5 Konstruksi Kategori

Konsep	Konstruksi Kategori	Sub-Kategori	Indikator		Sub-indikator	Unit analisis
Objektivitas	Faktualitas	Kebenaran (<i>Truth</i>)	Tingkat Kebenaran Dalam Berita	1.Faktualitas	Fakta,opini, campuran fakta dan opini,bukan campuran opini dan fakta	Kalimat, Paragraf
				2.Akurasi	<i>Positif, less, negative</i>	Berita
				3.Kelengkapan	Lengkap dan tidak lengkap	Berita
	Relevansi	Tingkat Relevansi	1.Relevance Salience	Relevan dan Tidak Relevan	Berita	
			2.Relevance Priority	Penting, Kurang Penting dan Tidak Penting	Berita	
	Imparsialitas	Berimbang	Tingkat Keberimbangan Dari Berita	1.Proposional	Proposional dan Tidak Proposional	Berita
				2. <i>Cover Both Side</i>	Satu Pihak dan Dua Pihak	Berita
		Netralitas	Tingkat Netralitas Berita	1.Non Evaluatif	Non-Evaluatif dan Evaluatif	Berita
2.Non Sensasional				Non-Sensasional Dan Sensasional	Berita	

Tabel 3.2 : Konstruksi Kategori

3.2.6 Teknik Analisis Data

1. **Merumuskan Tujuan Analisis**, tahap ini harus dilakukan terlebih dahulu, Agar tahu apa yang menjadi fokus dan apa yang ingin diteliti dalam penelitian ini.

2. **Konseptual dan Operasionalisasi**, dimana menentukan kategorisasi apa yang akan dipakai. Dalam penelitian ini memakai 4 kategorisasi, dimana dari 4 kategorisasi tersebut memiliki beberapa indikator yang dipakai untuk mencari temuan dari penelitian yang akan dilakukan.

3. **Menentukan Sampel dan Populasi**, populasi dalam penelitian ini diambil pada bulan september-desember. Sampel diambil dari populasi menggunakan sebuah teknik penarikan sampel .

4. **Membuat lembar Koding Sheet**, dari empat kategori diinput pemberitaan mengenai penolakan ahok dari media, yaitu Republika.co.id dengan sampel yang sudah ditentukan.

5. **Pengisian lembar Koding ini**, dilakukan oleh 3 pengkoder, dimana masing-masing koder mempunyai *coding sheet*-nya masing-masing dan harus mengisi tanpa ada yang terlewat karena bisa mempengaruhi hasil.

6. **Melakukan Perhitungan**, dengan rumus Koefisien Korelasi Person's C untuk mengetahui Indeks Reliabilitas Coding (IRC). Untuk mengetahui berapa presentase yang dihasilkan dari tiap kategori, karena dalam tabel IRC peneliti harus mencapai persentasi 60% agar bisa dinyatakan lulus kategori.

3.2.7 Uji Validitas & Realibilitas

Validitas sangat penting dalam analisis isi. Hal ini karena temuan-temuan dalam analisis isi didasarkan pada alat ukur yang dipakai. Jika alat ukur salah, dapat dipastikan temuan-temuan yang dihasilkan juga tidak dapat dipercaya. Validitas memastikan apakah alat ukur yang dipakai oleh peneliti valid dan dari pengukuran yang tepat.

Menurut Krippendorff dalam Eryanto (2011), arti penting validitas ini dikatakan sebagai “kualitas hasil penelitian yang membawa seseorang untuk meyakini bahwa fakta-fakta yang ada tidak dapat ditentang. Ia mengukur apa yang didesain untuk diukur, dan kita menganggap analisis isi valid sejauh inferensinya didasarkan atas dasar pembuktian yang dicapai secara independen. Validitas menjamin bahwa temuan-temuan penelitian (analisis isi) harus diambil secara serius dalam membangun teori-teori ilmiah atau membuat keputusan mengenai masalah-masalah praktis.” Untuk mengukur reabilitas coding, peneliti mengemukakan rumus Koefisien Korelasi Person's C untuk mengetahui Indeks Reliabilitas Coding

(IRC), yakni: Rumus Koefisien Pearson

$$C^2 = \frac{X^2}{n+X^2} \quad X^2 = \sum (O-E)^2/E$$

Keterangan : C^2 = koefisien kontingensi Pearsons, X^2 = nilai *chi kuadrat* hitung untuk tabel d x k, n = total sampel (IR) = (1-C) x 100% Pedoman korelasi : 0 % - 59 % = data tidak valid 70 % - 100% = data valid

Presentase Hasil Koding, yang nantinya akan dijadikan rujukan untuk menentukan apakah temuan dari hasil hitung reliabilitasnya layak untuk dijadikan indikator keobjektivitasan atau tidak dengan nilai validitas dari presentase dan keterangannya, seperti dibawah ini:

1% - 20% = Hasil Indeks Reliabilitas Coding (IRC) sangat rendah ,

21% - 40% = Hasil Indeks Reliabilitas Coding (IRC) rendah,

41% - 60% = Hasil Indeks Reliabilitas Coding (IRC) sedang ,

61% - 80% = Hasil Indeks Reliabilitas Coding (IRC) tinggi ,

81% - 100% = Hasil Indeks Reliabilitas Coding (IRC) sangat tinggi.

Seperti keterangan diatas, jika hasil hitungan IRC 1% - 40% maka dinyatakan tidak lolos untuk dijadikan indikator penelitian. Jika hasil hitungan IRC 60% - 100% maka dinyatakan valid dan lolos untuk dijadikan indikator penelitian.