

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma atau Pendekatan Penelitian

##### 3.1.1 Paradigma Penelitian

Metodologi bisa diartikan sebagai proses prinsip dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan kata lain metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian.

“Metodologi dipengaruhi atau berdasarkan perspektif teoritis yang kita gunakan untuk melakukan penelitian, sementara perspektif teoritis itu sendiri adalah suatu kerangka penjelasan atau interpretasi yang memungkinkan peneliti memahami data dan menghubungkan data yang rumit dengan peristiwa dan situasi” (Mulyana, 2002:145).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis *framing*. Dalam penelitian kualitatif berarti hasil analisa yang didapat hanya mengungkapkan (memaparkan penemuan) tidak dalam bentuk angka-angka, tapi berkenaan dengan dengan nilai-nilai yang didasarkan pada hasil pengolahan data dan penilaian (subjektif). Bila penelitian kuantitatif lebih memfokuskan penelitiannya pada hal-hal yang berbau angka-angka, penelitian kualitatif sebaliknya.

Penelitian Kualitatif berakar pada latar alamiah sebagai keutuhan, mengandalkan manusia sebagai alat penelitian, memanfaatkan metode kualitatif, mengadakan analisis data secara induktif, mengarahkan sasaran penelitiannya pada usaha menemukan teori dari dasar, lebih mementingkan proses daripada hasil, membatasi studi dengan fokus, memiliki seperangkat kriteria untuk

memeriksa keabsahan data, rancangan penelitiannya bersifat sementara. (Moleong, 2000:27).

Kirk dan Miller (1986) ikut menambah pengertian penelitian kualitatif ini.

Dalam bukunya, ia menuliskan bahwa penelitian kualitatif adalah

Tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya (Moleong 2000:3).

Dari akar kemunculannya, metode kualitatif lahir sebagai reaksi atas pendekatan positivistik. Istilah positivis sendiri diperkenalkan oleh seorang sosiolog bernama Auguste Comte, Emile Durkheim, dan kawan-kawan pada abad ke 19 dan awal abad ke 20. Positivis menekankan bahwa setiap kejadian dan fenomena yang diteliti, baik itu alam maupun sosial harus diukur dengan angka-angka kuantitatif.

Karena pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang bermula dari studi tentang ilmu-ilmu alam, maka realitas sosial juga harus diletakkan pada tatanan realisme atau naïve realism, serupa dengan *natural science*".(Basrowi, 2002:5).

Para positivis dinilai kurang mempertimbangkan keadaan subjektif individu dalam mencari fakta dan penyebab fenomena sosial. Bahkan Durkheim, sang positivis menyarankan kepada para ahli ilmu pengetahuan sosial untuk "mempertimbangkan "fakta sosial" atau "fenomena sosial" sebagai "sesuatu" yang memberi pengaruh dari luar atau memaksakan pengaruh tertentu terhadap perilaku manusia" (Moleong, 2000:31). Sehingga akhirnya pendekatan kuantitatif

dinilai sebagai pendekatan yang linier, mekanistik, dan penuh dengan reduksi kebenaran.

Mulyana (2007:4) dalam bukunya “Metode Penelitian Komunikasi” menjelaskan bahwa metode kualitatif menganggap pengukuran dengan angka-angka dalam penelitian sosial adalah hal yang sia-sia.

Dalam pemahaman peneliti kualitatif, realitas itu, realitas alam sekalipun, dikonstruksi secara sosial, yakni berdasarkan kesepakatan bersama. Hasil konstruksi itu dipengaruhi sifat hubungan antara peneliti dengan yang diteliti, serta kendala-kendala situasional di antara keduanya. Salah satu prinsip dalam penelitian kualitatif adalah bahwa penggunaan angka-angka yang cocok untuk mengukur fenomena yang tunggal, seragam, statis dan dapat diramalkan seperti fenomena alam, dianggap sia-sia karena perilaku manusia, paling tidak secara parsial bertentangan dengan perilaku alam. Perilaku manusia justru tidak pasti. (Mulyana dan Solatun, 2007:4).

Namun dengan asumsi-asumsi itu penelitian kualitatif juga seringkali disalah pahami dan dihujat oleh para pengkritiknya, bahkan terkadang dipandang sebelah mata. Lebih lanjut, Mulyana menambahkan “peneliti kualitatif terkadang disebut jurnalis, ilmuwan lunak (*soft scientist*); hasil penelitian mereka disebut tidak ilmiah, atau hanya penjelajahan (*eksploratory*), bersifat personal dan mengandung bias” (Denzin dan Licoln, 1998 dalam Mulyana 2007:5).

Salah satu salah satu sebab kesalahpahaman terhadap penelitian kualitatif itu, menurut Mulyana, terletak pada kata ‘kualitatif’ itu sendiri yang berabstraksi tinggi. Hal ini serupa dengan kata ‘komunikasi’, ‘budaya’, atau ‘globalisasi’ yang dapat didefinisikan dengan berbagai macam cara. Padahal Moleong menegaskan bahwa:

Kerja peneliti dalam penelitian kualitatif jelas berbeda dengan jurnalis. Meskipun dalam prinsip dan cara bekerja kegiatan jurnalistik dan penelitian hampir sama, tapi pekerjaan jurnalis memiliki fungsi dan tujuan yang berbeda dengan peneliti. Jurnalis melakukan pekerjaannya mencari

isu dan peristiwa tertentu untuk dimuat dalam sebuah berita agar laris dinikmati pembaca. Sedangkan peneliti bekerja dengan tujuan menemukan teori. Wartawan juga bekerja berdasarkan *deadline* dan kecepatan guna memperhatikan persaingan dengan media massa lainnya, namun kerja peneliti haruslah hati-hati dan cermat dalam mengamati gejala dan peristiwa yang ditelitinya, tidak boleh terburu-buru karena bisa jadi fenomena yang ditelitinya selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu. (Moleong 2000:24).

Moleong juga menepis pandangan bahwa “penelitian kualitatif itu tidak ilmiah. Menurut Moleong pihak yang menuduh penelitian kualitatif tidak ilmiah biasanya mendasarkan diri pada beberapa alasan, seperti penelitian kualitatif berangkat dari dasar, tidak memiliki hipotesis, dan tidak dapat digeneralisasikan”. (Moleong 2000: 23).

Dalam pemikirannya, Moleong menyatakan penelitian itu pada dasarnya merupakan upaya untuk menemukan teori, dan hal itu dapat dilakukan secara baik justru dengan pendekatan induktif. Data dikumpulkan, dianalisis, diabstraksikan, dan akan muncul teori-teori sebagai penemuan penelitian kualitatif. Selain itu penelitian kualitatif juga mengenal adanya hipotesis kerja. Hanya bedanya hipotesis ini dirumuskan dan data dikumpulkan, jadi tidak disusun sebelumnya. Justru dengan cara demikian, hipotesis bisa lebih disempurnakan disaat pengumpulan data berlangsung. Hal demikian tidak mungkin dilakukan pada penelitian kuantitatif. Penelitian kualitatif pun dapat digeneralisasikan. Bahkan tidak hanya pada latar substantif yang sama, tapi juga pada latar lainnya. Ini bisa dilakukan oleh peneliti yang berminat pada penyusunan teori dari dasar (*Grounded Theory*).

Menurut Hayes, secara konvensional metodologi kualitatif bisa disandingkan dengan keinginan peneliti untuk menelaah makna, konteks, dengan suatu pendekatan menyeluruh terhadap fenomena. Seringkali

terjadi metodologi penelitian kualitatif dilawankan dengan metodologi penelitian kuantitatif yang menawarkan upaya-upaya terbatas untuk mengukur perilaku manusia dan proses kognitif mereka, yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. (dalam Mulyana dan Solatun 2007:5-6).

Bagi penelitian kualitatif, suatu penelitian disebut ilmiah jika konsisten dengan paradigma yang melandasinya, papar Mulyana. Sekalipun dalam analisisnya peneliti tidak menggunakan perhitungan matematis.

Dalam tradisi penelitian kualitatif terdapat sejumlah teori yang menjadi landasan penelitiannya, seperti fenomenologi, interaksi simbolik, etnometodologi, kajian budaya (*cultural studies*), feminisme, pos modernisme, dan teori kritis. Penggunaan perspektif teoritis tertentu akan mempengaruhi metode penelitiannya. Misalnya saja, fenomenologi akan menitikberatkan pada wawancara mendalam, sedangkan interaksi simbolik dapat menggunakan kombinasi wawancara mendalam dan pengamatan berperan serta. Lalu untuk penelitian seperti analisis wacana kritis dan analisis bingkai (*framing*), akan menjadikan teks tertulis atau visual sebagai bahan penelitiannya, meskipun wawancara dengan berbagai pihak juga bisa dilakukan untuk memperkaya analisis data (Mulyana dan Solatun, 2007:18).

Pada intinya, penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang menekankan pada suatu makna tertentu. Dalam menggali sebuah makna didalam penelitian tersebut, seorang peneliti harus terjun langsung dalam proses penggalian makna tersebut, yaitu dengan melakukan wawancara dengan nara sumber yang tentunya relevan dengan penelitian yang sedang diteliti, melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian, lalu pemanfaatan data atau dokumen yang menunjang isi penelitian dan sebagainya.

### **3.1.2 Pendekatan Penelitian**

Proses persepsi yang dilakukan wartawan ataupun editor secara sadar atau tidak telah melakukan penyeleksian realitas, hasilnya dapat dilihat dalam pemilihan judul, kata-kata apa yang dikedepankan, dicetak tebal, dikutip, warna

huruf, ukuran huruf, penempatan kolom dalam media massa cetak. Semua itu menandakan penting atau tidaknya berita tersebut. Peneluran ini sedikit banyak menunjukkan keberpihakan media itu sendiri. Label apa yang dipilih untuk memandang suatu pihak, apakah itu label yang baik maupun sebaliknya. Dapat dikatakan bahwa media bukan hanya menyampaikan, melainkan juga menciptakan makna. Dalam bukunya *Analisis Framing*, Eriyanto mengemukakan sebagai berikut:

Pada dasarnya analisis *framing* adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “Cara melihat” ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas. Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. (Eriyanto, 2002:10).

Jika dilihat dari definisi tersebut, *framing* merupakan sebuah cara, untuk melihat bagaimana sebuah peristiwa, kejadian dikonstruksi oleh media. Bagaimana sebuah realitas dimaknai oleh media. *Framing* juga dilihat sebagai sebuah analisis yang dipakai untuk melihat sebuah realitas dibingkai dan dipahami oleh media. Dapat dikatakan *framing* adalah sebuah strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.

Maksud dari definisi *framing* diatas adalah bagaimana sebuah berita dibuat semenarik mungkin agar khalayak tertarik untuk membaca berita tersebut. Berita

itu dibuat semenarik mungkin dengan cara melakukan penyeleksian berita mana saja yang akan ditampilkan, lalu pengulangan sebuah isu yang sedang hangat di tengah masyarakat, selain itu dilakukan juga penekanan terhadap makna dari isi berita tersebut, dan presentasi aspek-aspek tertentu yang relevan dengan isi berita.

Eriyanto juga menambahkan bahwa:

Sebagai metode analisis teks, analisis *framing* mempunyai karakteristik berbeda dibandingkan dengan analisis isi kuantitatif. Analisis isi kuantitatif menekankan dari isi (content) suatu pesan atau teks komunikasi. Sedangkan analisis *framing* yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. *Framing*, terutama melihat bagaimana pesan dikonstruksikan oleh media, bagaimana wartawan mengkonstruksikan peristiwa dan meyajikannya kepada khalayak (Eriyanto, 2002:11).

Jadi, dalam penelitian *framing*, yang menjadi titik persoalan adalah bagaimana realitas atau peristiwa dikonstruksi oleh media. Lebih spesifik, bagaimana media membingkai peristiwa dalam konstruksi tertentu. Sehingga yang menjadi titik perhatian bukan apakah media memberitakan negatif atau positif, melainkan bagaimana bingkai yang dikembangkan oleh media. Sedangkan sikap mendukung, positif atau negatif hanyalah efek yang dikembangkan oleh media.

*Framing* pada akhirnya menentukan bagaimana realitas itu hadir di hadapan pembaca. Apa yang kita tahu tentang realitas sosial pada dasarnya tergantung pada bagaimana kita melakukan *frame* atas peristiwa yang memberikan pemahaman dan pemaknaan tertentu atas suatu peristiwa. *Frame* dapat mengakibatkan suatu peristiwa yang sama dengan menghasilkan berita secara radikal berbeda apabila wartawan mempunyai *frame* yang berbeda ketika melihat peristiwa tersebut dan menuliskan pandangannya dalam berita (Eriyanto, 2002:82-

83). Analisis *framing* membantu peneliti untuk mengetahui bagaimana realitas isu program Pemerintah Kota Bandung dikemas secara berbeda oleh wartawan sehingga menghasilkan berita yang terkonstruksi.

**Tabel 3.1**  
**Frame dan Realitas**

Pemberitaan peristiwa tertentu	Kenapa berita itu diberitakan? Kenapa peristiwa itu tidak diberitakan? kenapa peristiwa yang sama di tempat/pihak yang berbeda tidak diberitakan
Pendefinisian realitas tertentu	Kenapa realitas didefinisikan seperti itu?
Penyajian sisi tertentu	Kenapa sisi tertentu yang ditonjolkan? kenapa bukan sisi yang lain?
Pemilihan fakta tertentu yang lain?	Kenapa fakta itu yang ditonjolkan? kenapa bukan fakta
Pemilihan narasumber tertentu	Kenapa narasumber itu yang diwawancarai? kenapa bukan yang lain?

(Sumber: Eriyanto, 2002:83)

Sementara itu, ada dua aspek dalam *framing*. Pertama, memilih fakta atau realitas. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta ini selalu terkandung dua kemungkinan : apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*exluded*). Bagian mana yang ditetapkan dalam realitas? Bagian mana dari realitas yang diberitakan dan bagian mana yang tidak diberitakan? Penekanan aspek tertentu itu dilakukan dengan memilih *angel* tertentu, memilih fakta tertentu, dan melupakan fakta yang lain, memberitakan aspek tertentu dan melupakan aspek lainnya.

Kedua, menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa, dan



sebagainya. Bagaimana fakta yang dipilih tersebut ditekankan dengan pemakaian perangkat tertentu: penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline* depan, atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simpifikasi, dan pemakaian kata yang mencolok, gambar dan sebagainya. Elemen menulis fakta ini berhubungan dengan penonjolan realitas. Pemakaian kata, kalimat atau foto itu merupakan implikasi dan memilih aspek tertentu dari realitas. Akibatnya, aspek tertentu yang ditonjolkan menjadi menonjol, lebih mendapat alokasi dan perhatian yang besar dibandingkan aspek lain.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang diperkenalkan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki sebagai model dalam analisis teks. Dalam pendekatan ini, perangkat *framing* dapat dibagi kedalam empat struktur besar yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

“Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing* : sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global” (Sobur, 2001: 175).

Keempat struktur tersebut merupakan suatu rangkaian yang dapat menunjukkan *framing* dari suatu media. Kecenderungan atau kecondongan wartawan dalam memahami suatu peristiwa dapat diamati dari keempat struktur tersebut. Dengan kata lain, struktur dapat diamati dari bagaimana wartawan menyusun peristiwa ke dalam bentuk umum berita, cara wartawan mengisahkan peristiwa, kalimat yang dipakai, dan pilihan kata atau idiom yang dipilih. Ketika

menulis berita dan menekankan makna atas peristiwa, wartawan akan memakai semua strategi wacana itu untuk meyakinkan khalayak pembaca bahwa berita yang dia tulis adalah benar.

Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti dan lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain, *framing* adalah: Pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagaimana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa ke mana berita tersebut. (Sobur, 2001:162). Berikut skema *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki:

**Tabel 3.2**  
**Kerangka *Framing* Pan dan Kosicki**

<b>STRUKTUR</b>	<b>PERANGKAT <i>FRAMING</i></b>	<b>UNIT YANG DIAMATI</b>
<b>SINTAKSIS</b> (Cara wartawan menyusun berita)	1. Skema berita	<i>Headline, lead</i> , latar informasi, kutipan sumber, pertanyaan, penutup
<b>SKRIP</b> (Cara wartawan mengisahkan fakta)	2. Kelengkapan berita	5W + 1H
<b>TEMATIK</b> (Cara wartawan menulis fakta)	3. Detail 4. Maksud kalimat, hubungan 5. Nominalisasi antarkalimat 6. Koherensi 7. Bentuk kalimat 8. Kata ganti	Paragraf, proposisi
<b>RETORIS</b> (Cara wartawan menekan fakta)	9. Leksikon 10. Grafis 11. Metafor 12. Pengandaian	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

Sumber: (Sobur, 2001: 176).

Menurut Eriyanto, dalam pendekatan ini perangkat *framing* dibagi menjadi empat struktur besar:

1. Sintaksis. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita. Intinya, ia mengamati bagaimana wartawan memahami peristiwa yang dapat dilihat dari cara ia menyusun fakta ke dalam bentuk umum berita.
2. Skrip. Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Terdapat beberapa unit yang diamati pada struktur skrip, yakni unsur kelengkapan 5W+1H, *Who* (Siapa?), *What* (Apa yang terjadi?), *When* (Kapan kejadian tersebut berlangsung?), *Where* (Dimana tempat kejadian berlangsung?), *Why* (Mengapa kejadian tersebut terjadi?), dan *How* (Bagaimana kronologi kejadian tersebut?).
3. Tematik. Berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Terdapat beberapa unit yang diamati pada struktur tematik, yakni :
  - a. Koherensi: Jalinan antarkata, proposisi, atau kalimat.
  - b. Detail: Merupakan strategi bagaimana wartawan mengekspresikan sikapnya dengan cara yang implisit.
  - c. Bentuk kalimat: Menentukan apakah subjek diekspresikan secara eksplisit atau implisit dalam teks. Berhubungan dengan cara berpikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Dimana ia menanyakan apakah A yang menjelaskan B, ataukah B yang menjelaskan A.
  - d. Kata ganti: Merupakan elemen untuk memanipulasi bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imajinatif. Dalam mengungkapkan sikapnya, seseorang dapat menggunakan kata ganti “saya” atau “kami” yang menggambarkan bahwa sikap tersebut merupakan sikap resmi komunikator semata-mata.
4. Retoris. Berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Terdapat beberapa unit yang diamati pada struktur retorik, yakni:
  - a. Leksikon: elemen ini menandakan bagaimana seseorang melakukan pemilihan kata atas berbagai kemungkinan kata yang tersedia. Pilihan kata yang tidak semata hanya karena kebetulan, tetapi juga secara ideologis menunjukkan bagaimana pemaknaan seseorang terhadap fakta atau realitas.
  - b. Grafis: Elemen ini merupakan bagian untuk memeriksa apa yang ditekankan atau ditonjolkan (yang berarti dianggap penting) oleh seseorang yang dapat diamati dari teks. Biasanya muncul lewat bagian tulisan yang dibuat lain dibandingkan tulisan lain.
  - c. Metafora: Metafora tertentu dipakai oleh wartawan secara strategis sebagai landasan berpikir, alasan pembenar atas

pendapat atau gagasan tertentu kepada publik (Eriyanto, 2002:257-266).

## **3.2 Subjek-Objek, Wilayah Penelitian, dan Sumber Data**

### **3.2.1 Subjek-Objek Penelitian**

Objek yang menjadi pemberitaan adalah mengenai pemberitaan program yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Bandung. Objek tersebut dimuat di dalam Harian Umum Galamedia edisi, Rabu 5 Maret 2014 dengan judul “Pemberdayaan Gepeng Gagal”, Kamis 20 Maret 2014 dengan judul “Tong Sampah Tidak Efektif”, serta Senin 21 April 2014 dengan judul “Atasi PKL Gasibu Lamban”.

#### **3.2.1.1 Sejarah Harian Umum Galamedia**

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari bagian penelitian dan pengembangan PT. Galamedia Bandung Perkasa. Peneliti akan mencoba menguraikan sejarah singkat dari berdirinya PT. Galamedia Bandung Perkasa.

PT. Galamedia Bandung Perkasa (Grup Pikiran Rakyat) yang salah satu unit usahanya adalah Harian Umum Galamedia (HU Galamedia), didirikan di Bandung pada tahun 1968. Di mana kegiatan usahanya khusus bergerak dalam bidang jurnalistik atau penerbitan surat kabar yang cakupan usahanya adalah lokal dengan kata lain daerah pemasarannya adalah Kota dan Kabupaten Bandung serta sekitarnya.

HU Galamedia semula muncul dari izin terbit Majalah Sunda Tjempaka yang diterbitkan oleh CV. Tjampaka dibawah pimpinan Sukandi Andrias Wasuma. Badan penerbit tersebut kemudian diserahkan sekitar bulan Agustus

1968 kepada Sjamsujar Adnan, yang kemudian mengubah majalah tersebut menjadi Surat Kabar Mingguan Gala.

Direktur Pembinaan Pers Departemen Pendidikan, Anwar Luthan (Alm), mengeluarkan SIT (Surat Izin Terbit) dengan nomor 0128/SK Direktur BP/SK/tanggal 16 Oktober 1968, dengan persetujuan menteri penerangan saat itu H. Boediarjo. Surat Kabar Mingguan Gala terbit dan diedarkan untuk pertama kali pada hari Jumat, 20 Oktober 1968 dan secara resmi terbit pada hari Minggu, 22 Oktober 1968.

Surat kabar Mingguan Gala pertama kali dicetak di percetakan Jakarta Pers, jalan Gunung Sahari Ancol, Jakarta. Percetakan ini dikelola oleh lima orang, tiga orang direksinya masing-masing ditempatkan di Bandung, termasuk Pemimpin Umum atau Pemimpin Redaksi. Sedangkan di Jakarta, Sofyan Lubis memegang jabatan sebagai Redaktur Pelaksana dan Chaeruddin sebagai kolektor. Selama surat kabar mingguan Gala di cetak di Jakarta, peredaranya melebihi 50% dari jumlah oplah cetak, yakni 20.000 eksemplar setiap terbit.

Seiring dengan waktu, Surat Kabar Mingguan Gala kemudian berpindah cetak dari Jakarta ke Bandung. Oplah Gala meningkat mendekati oplah tertinggi saat diterbitkan di Jakarta. Perkembangan ini menjadi dorongan jajaran Redaksional Gala untuk meningkatkan periode penerbitan menjadi dua kali seminggu. Keputusan ini segera terlaksana setelah Gala memperoleh Surat Ijin Terbit Harian yang baru. Pada 27 Desember 1971, Surat Kabar Mingguan Gala berubah menjadi Surat Kabar Harian berdasarkan surat ijin terbit Harian nomor

0113/Per-3/SK/Dirjen PPG/71, dimana edisi pertama terbit tanggal 28 Desember 1971 sebagai nomor perkenalan atau perdana.

Sejak terbit pertama kali sebagai Surat Kabar Mingguan Gala, CV. Tjampaka sebagai perusahaan penerbitnya menghentikan segala aktivitas penerbitannya pada tanggal 31 Desember 1971, karena sebelumnya telah berdiri sebuah perusahaan penerbit lainnya, yakni PT. Galamedia.

Seiring dengan aktivitas CV. Tjampaka, PT. Galamedia mengajukan permohonan kepada Menteri Penerangan untuk memperoleh SIT penerbit Gala, disertai akta penghentian kegiatan CV. Tjampaka dan pengambilan SIT atas nama CV. Tjampaka tersebut.

Setelah empat tahun terbit sebagai surat kabar harian, tepatnya mulai tanggal 26 Agustus 1975 Dirjen PPG/Deppen memberi izin kepada Gala untuk menambah jumlah halaman. Di samping hal itu pada tahun 1978 oplah Gala berada pada titik terendah dibanding ketika terbit dua kali seminggu, kecuali saat musim kampanye 1979, oplah Gala mencapai lebih dari 20.000 eksemplar yang kemudian turun kembali di bawah angka minimum.

Setelah akhir tahun 1981, penampilan redaksional harian Gala dibenahi secara total mulai dari penyajian pemberitaan sampai tata letak rubrik berita (*Layout*). Berbeda dengan penampilan yang dulu, dan berbeda dengan surat kabar lainnya dalam hal penyajian berita. Terutama dalam hal sasaran pemasaran atau segmentasi pembacanya. Sehingga surat Kabar Gala lebih mempunyai jati diri yang khas di hati para pembacanya.

Setelah terbit lebih dari 13 tahun sebagai surat kabar harian, oplah Gala mencapai 118.500 eksemplar di saat musim pembunuhan misterius antara tahun 1982 sampai 1983-an. Oplah Gala yang mampu menembus angka 100.000 eksemplar lebih ini, merupakan oplah terbesar penerbitan sebuah surat kabar daerah di Indonesia saat itu. Namun, jumlah oplah ini sebenarnya bisa ditingkatkan sampai angka 150.000 eksemplar jikalau sarana percetakan yang dimiliki saat itu lebih memadai dan menunjang.

Keberhasilan Gala mencapai Oplah dan pemasaran yang sangat bagus ini, bukan semata-mata karena lebih banyak menyajikan berita-berita kriminal melainkan karena hasil pembenahan penampilan redaksional dan perwajahan yang dilakukan setelah kembali menggunakan nama Surat Kabar Gala.

Keberhasilan Gala dalam melakukan penampilan redaksional dan perwajahan yang khas ini, mampu meraih segmentasi pembaca tersendiri dan mendapat tanggapan positif dari berbagai pihak. Dengan kondisi ini, Gala dianggap sukses mencapai sasaran atau misinya yaitu untuk selalu menjadi surat kabar yang berorientasi pada kepentingan masyarakat dan juga tidak bersaing dengan surat kabar lainnya yang telah memiliki ciri dan atribut tersendiri.

Pada tahun 1985, pemerintah mengeluarkan peraturan yang baru melalui SK Menteri Penerangan RI nomor 61/1984 tentang penghapusan SIT, yang mengacu kepada Undang-undang Pokok Pers nomor 21/1982. dengan izin baru SIUP tersebut jumlah halaman Gala secara resmi bertambah menjadi 12 halaman dan terbit di Jawa Barat, dan memperoleh SIUP pada tanggal 8 November 1985, melalui SK Menteri Penerangan Nomor 009/SK/Menpen/SIUPPA-7/85.

Mulai tanggal 10 November 1989 Harian Gala kembali terbit dengan penampilan baru-nya. Di mana dua halaman (Cover dan Halaman terakhir) berwarna, dan terbit 12 halaman 7 kali seminggu. Penampilan redaksional dan wajah baru ini berbeda dengan penampilan Gala sebelumnya, perubahan secara total dan drastis ini berkaitan dengan keinginan jajaran Redaksi untuk mengembalikan Harian Gala ke format lama tanpa ada perubahan dalam susunan jajaran keredaksionalan.

Seiring dengan waktu pada tanggal 4 Oktober 1999, Harian Gala beralih Manajemen menjadi Harian Umum Galamedia di bawah naungan Grup pikiran Rakyat Bandung. PT. Galamedia Bandung Perkasa mempunyai satu unit usaha dalam bentuk penerbitan surat kabar.

Setelah beralih menjadi Harian Umum Galamedia, oplah surat kabar harian ini meningkat menjadi 26.000 eksemplar. Menurut data terakhir dari bagian Litbang per-Desember 2003, tiras penjualan Harian Umum Galamedia mencapai 40.000 eksemplar untuk edisi hari Senin sampai Jum'at. Sedangkan untuk edisi Hari Minggu penjualannya mencapai 28.000 eksemplar.

### **3.2.1.2 Sejarah Bagian Redaksi Harian Umum Galamedia**

Bagian redaksi dalam sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan surat kabar atau yang berkaitan dengan kegiatan jurnalistik, dapat diibaratkan sebagai organ tubuh manusia yang paling vital yaitu jantung. Perusahaan penerbitan surat kabar tidak akan pernah bisa menjalankan kegiatannya tanpa adanya bagian redaksi. Bagian menjadi bagian yang



menentukan kelangsungan hidup sebuah perusahaan penerbitan surat kabar. Di bagian ini pula semua kegiatan penting berjalan.

Demikian juga dengan bagian redaksi Harian Umum Galamedia pada PT. Galamedia Bandung Perkasa. Sejarah berdirinya Bagian Redaksi Harian Umum Galamedia tak terlepas dari pertama kali berdirinya perusahaan penerbitan surat kabar ini pada tahun 1968.

Namun sejarah keberadaan bagian redaksi khususnya pada jajaran keredaksionalan Harian Umum Galamedia yang tampak seperti sekarang, dimulai ketika Harian Gala berganti kepemilikan atau manajemen dibawah naungan grup Pikiran Rakyat. Peralihan manajemen ini tentu saja membuat struktur keredaksionalan. Harian Umum Gala berubah menjadi unit usaha yang merupakan bagian dari Grup Pikiran Rakyat dengan nama Perusahaan PT. Galamedia Bandung Perkasa, dan nama surat kabar pun ikut berubah menjadi Harian Umum Galamedia.

Walau demikian perusahaan ini tidak melepaskan kegiatan jurnalistiknya, bahkan di bawah manajemen yang baru ini Harian Umum Galamedia, lebih bisa menempatkan diri di hati para pembaca khususnya di hati pembaca dari kalangan masyarakat menengah ke bawah.

Harian Umum Galamedia merupakan surat kabar yang terbit setiap hari. Lebih mengkhususkan diri pada pemberitaan lokal yaitu kejadian atau peristiwa yang terjadi di sekitar Bandung Raya. Sedangkan berita-berita yang sifatnya nasional lebih bersifat untuk melengkapi.

Sedangkan sasaran pembacanya ditujukan untuk semua lapisan masyarakat, dengan lebih menekankan pada konsumen lapisan menengah ke bawah. Penekanan jenis beritanya yaitu Berita Hukum dan Kriminalitas atau berita yang bersifat suatu kasus. Semua berita yang disajikan pada Harian Umum Galamedia disajikan secara Etis, Tajam dan Akurat seperti halnya motto dari Harian Umum Galamedia.

### 3.2.1.3 Profil Perusahaan

Nama Surat Kabar : Harian Umum Galamedia

Badan Hukum : Perseroan Terbatas

Alamat Redaksi : Jalan Belakang Factory No. 2B Bandung 40111.

Telp (022) 4210063/4205347

Alamat Sirkulasi : Jalan Belakang Factory No. 2C Bandung 40111.

Telp (022) 4210063/4205347

Percetakan : PT. Granesia (Grup Pikiran Rakyat) Jalan  
Soekarno-Hatta No.147, Bandung.

### 3.2.1.4 Visi, Misi dan Motto

#### 3.2.1.4.1 Visi

Menciptakan kinerja yang lebih baik dengan memperhatikan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi guna mencerdaskan anak bangsa.

#### 3.2.1.4.2 Misi

1. Menciptakan sarana komunikasi dan informasi bagi masyarakat umum.

2. Mencari keuntungan/laba yang sebesar-besarnya demi kesejahteraan para karyawan.
3. Menyediakan berita yang melaporkan tentang peristiwa atau kejadian yang ada relevansinya dengan kehidupan sehari-hari.
4. Meningkatkan kinerja supaya masyarakat gemar membaca untuk menambah pengetahuan bagi mereka tentang sesuatu hal atau makalah yang sedang terjadi pada keadaan yang sebenarnya.
5. Mengurangi pengangguran.

#### **3.2.1.4.3 Motto**

Bagi setiap perusahaan, keberadaan motto merupakan bentuk keseriusan dalam dunia bisnis. Karena dengan adanya motto, dapat menggambarkan identitas perusahaan secara singkat. Demikian halnya dengan HU Galamedia yang memiliki motto sebagai berikut:

“EKSPRESI GREATER BANDUNG”

Motto HU Galamedia seperti tertulis di atas memiliki pengertian tersendiri bagi HU Galamedia yang mana diartikan sebagai pengungkapan atau proses menyatakan lebih kepada masyarakat Bandung bahwa Galamedia sebagai koran se-Bandung Raya.

#### **3.2.1.5 Struktur Organisasi Redaksi Harian Umum Galamedia**

Dengan adanya struktur organisasi akan terlihat bagaimana pembagian tanggung jawab tugas tersebut dijalankan sesuai dengan fungsinya masing-masing. Kejelasan struktur yang terdapat dalam suatu organisasi akan memberikan kejelasan tentang hubungan kerja secara fungsional antara satu

bagian dengan bagian lainnya, baik hubungan vertikal maupun hubungan horizontal.

Adapun susunan organisasi pada Kantor PT Galamedia Bandung Perkasa, antara lain:

1. Pemimpin Umum
2. Pemimpin Redaksi
3. Dewan Redaksi
4. Redaktur Pelaksana
5. Sekretariat Redaksi
6. Penelitian Dan Pengembangan Redaksi
7. Seksi Monitoring dan Dokumentasi
8. Pelaksana adalah Para Redaktur Dan Asisten Redaktur, yang terdiri dari :
  - a. Redaktur Halaman Utama Membawahi Asisten Redaktur Halaman Utama dan Wartawan.
  - b. Redaktur Rubrik Bandung Raya Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan Untuk Rubrik Bandung Raya.
  - c. Redaktur Ekonomi Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan Untuk Rubrik Ekonomi
  - d. Redaktur Publik Opini dan Feature Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan Untuk Rubrik Opini dan Feature.
  - e. Redaktur Pendidikan dan Agama Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan untuk Rubrik Pendidikan dan Agama

- f. Redaktur Rubrik Hiburan, Budaya dan Pariwisata Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan Untuk Rubrik Hiburan, Budaya dan Pariwisata.
- g. Redaktur Rubrik Jawa Barat Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan Untuk Rubrik Jawa Barat.
- h. Redaktur Rubrik Olah Raga Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan Untuk Rubrik Olah Raga
- i. Redaktur Foto Membawahi Asisten Redaktur Foto dan Wartawan Foto
- j. Redaktur Bahasa Membawahi Asisten Redaktur Bahasa
- k. Redaktur Perwajahan Membawahi Asisten Redaktur Perwajahan
- l. Koordinator Liputan Membawahi Asisten Koordinator Liputan

Berikut nama redaksi yang berada dalam HU Galamedia;

Pemimpin Redaksi : Enton Supriatna Sind

Wakil Pimpinan Redaksi : Heri Askari

Dewan Redaksi : Enton Supriatna Sind, Boedi Azwar, Heri Askari

Redaktur Pelaksana : Hj. Ati Suprihatin

Staf Inti Redaksi : Rachmat Iskandar, H.E Achmad Zall, H. Rachmat Sudarmaji, Sutisna AM, Asep Sobandi, Rusyandi, Yayan Sofyan, Eficie Chrisanto

Assistant Redaktur : Digdo Moedji, H. Dicky Aditya, Nana Sukmana, Endri Darmawan, Wahyu Budiantoro, Gatot Nirboyo, Nandang Muhidin

- Wartawan : Rosyad Abdullah, Rd. A. Mirza R., H. A.R. Rochim, Deni Kusmawan, Kiki Kurnia, Endan Suhendra, Ris Imantoro, Dicky Mawardi, Agus Hermawan, Eli Siti Wasliah, Brilliant Awal, Dadang Setiawan, Yeni Siti Apriani, Engkos Kosasih, Rinny Rosliani, Andri Ridwan Faiuzi, Cucu Sumiati, Eli Kurniawati, Lucky Mochammad L., Laksmi Sri Sundari, Remi Suryadi, Tri Widyanti
- Fotografer : Imam Cahyadi, Deni Sahbudin, M. Fadillah, Dharma Legi
- Koresponden Daerah : Dally Kardilan THR (Subang), Ade Hadeli (Sumedang), Ayep Setiadi (Garut)

### 3.2.1.6 Wartawan Penulis Desk Pemkot Bandung

Selain meneliti mengenai media yakni HU Galamedia. Penulis juga meneliti bagaimana cara wartawan tersebut berpikir hingga membentuk sebuah berita yang diteliti oleh penulis. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui wartawan di balik berita yang telah dimuat di HU Galamedia yang diteliti oleh penulis.

#### 3.2.1.6.1 Kode Wartawan B.98

Dalam teks berita “Pemberdayaan Gepeng Gagal” dan “Atasi PKL Gasibu Lambat,” dituliskan oleh wartawan dengan kode B.98, ia adalah Brilliant Awal. Masuk ke HU Galamaedia sejak tahun 2003, selain di *desk* Pemkot Bandung,

Brilliant juga pernah *desk* Kepolisian, Olah raga, serta Pertahanan dan Keamanan (Hankam). Berikut adalah riwayat hidup dari wartawan tersebut;

Nama : Brilliant awal

TTL : Jakarta, 2 Maret 1976

Alamat : Tinggal di Jln. Pinus 7 no 2 Bumi Adipura Gedebage, Kota Bandung

No Telp : 0818 2032 42

Email : awalb98@gmail.com

#### **Riwayat Pendidikan**

- a. SD Bakti Jaya III
- b. SMP 3 Depok
- c. SMA 1 Depok
- d. Pendidikan S1 Ilmu Kesejahteraan Sosial FISIP Unpad 1994-2000
- e. Saat ini tengah menyelesaikan Pascasarjana Ilmu Komunikasi Unisba, 2013

Lama Bekerja di HU Galamedia : Wartawan Galamedia sejak 2003

Pengalaman Desk liputan : Pemkot Bandung, Kepolisian, Olah Raga, dan Pertahanan dan keamanan (Hankam)

Liputan di desk Pemkot Bandung : 2003-2004, 2007-2009, 2013-2014

Pengalaman Kerja : Sebelum bekerja di PT Galamedia Bandung  
Perkasa berkeja di PT Multigambut Industri  
Riau.

### 3.2.1.6.2 Kode Wartawan B.96

Selain itu dalam teks berita dengan judul “Tong Sampah Tidak Efektif” terdapat pula kode wartawan B.96 yakni Yeni Siti. Sejak tahun 2003 di HU Galamedia, dari September 2010 hingga saat ini Yeni ditempatkan dalam *desk* Pemkot Bandung. Berikut ini adalah riwayat hidup wartawan;

Nama : Yeni Siti Apriani  
 Alamat : Pesona Ciwastra Permai, Kota Bandung  
 Jabatan : Wartawan *desk* Pemkot Bandung  
 Lama di HU Galamedia : Sejak tahun 2003 hingga sekarang  
 No telephone : 0815 6152 891  
 Email : yeni1595@gmail.com

#### Riwayat Pendidikan

SD Bhakti Bandung 1994  
 SMPN 35 Bandung 1996  
 SMAN 19 Bandung 1998  
 Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati 1998

### 3.2.2 Wilayah Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian teks yang bertujuan mengetahui pemingkiaan pemberitaan yang terdapat di HU Galamedia Bandung mengenai, program pemerintah Kota Bandung mengenai, pemberdayaan gepeng di Kota Bandung, tong sampah di Kota Bandung, serta penanganan PKL di Kota Bandung. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian ini di Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia sebagai wilayah penelitian.



### 3.2.3 Sumber Data

Penulis menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan sekunder yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Data primer berupa *headline* yang digunakan sebagai sumber data berasal dari berita di H.U Galamedia edisi 5, 20 Maret dan 21 April 2014 mengenai berita program Pemerintah Kota Bandung. Teks berita menjadi data primer karena *framing* lebih menekankan pada upaya peneliti untuk menganalisa berita, sehingga teks berita merupakan perangkat utama sebagai sumber data primer.
2. Data sekunder di dapat dari wawancara, buku, laporan ilmiah, data internet dan sumber referensi lainnya yang mendukung kebutuhan informasi penelitian.

Dalam menentukan data sekunder wawancara, peneliti menentukan sebanyak 3 orang yang akan mendukung kebutuhan informasi untuk penelitian ini yakni, Dicky Aditya Asisstant redaktur Kabar Bandung HU Galamedia dan Yenni wartawan HU Galamedia *desk* Pemkot Bandung yakni. Kedua orang tersebut dipilih karena keduanya dianggap penulis memiliki pemahaman dan dapat mewakili keterlibatan dirinya dalam HU Galamedia. Serta Adi Marsiela, ketua Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Kota Bandung yang juga seorang wartawan senior dari surat kabar Suara Pembaruan. Penulis memilih karena pengalamannya di dunia jurnalistik dapat dijadikan informasi penunjang penelitian bagaimana seharusnya seorang wartawan

bertindak serta bertingkah laku. Ke tiga orang ini dirasa telah cukup memenuhi kebutuhan penelitian, karena analisis *framing* lebih menekankan pada penguasaan peneliti dalam menganalisa berita berdasarkan teks berita, sehingga wawancara dengan informan dilakukan sebagai pendukung penelitian.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis akan mencari data dengan berbagai cara, di antaranya adalah :

1. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumentasi yang diamati oleh peneliti adalah H.U Galamedia (5, 20 Maret dan 22 April 2014) mengenai pemberitaan program Pemerintah Kota Bandung.

2. Studi pustaka

Studi pustaka yaitu salah satu teknik pengumpulan data dengan maksud untuk memperoleh data tertulis yang dapat menunjang pembahasan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti

menggunakan beberapa referensi buku yang sumbernya telah tercatat di daftar pustaka.

### 3. Wawancara

Wawancara adalah salah satu upaya pengumpulan data penelitian dengan perbincangan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung. Bisa dikatakan juga bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Peneliti di sini melakukan wawancara dengan pihak redaksi H.U Galamedia yang bertanggung jawab atas penerbitan berita tersebut.

### 4. Internet

Internet adalah salah satu teknik pengumpulan data yang mempunyai *link link* atau alamat website tertentu agar bisa diakses dengan maksud untuk memperoleh data tertulis. Peneliti mencari data yang diperlukan dengan mengakses melalui google.com.

## 3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian ini dilakukan sejak pra-penelitian, selama penelitian, dan setelah penelitian selesai, atau dengan kata lain, analisis data dilakukan selama proses penelitian berlangsung hingga selesai. Dalam penelitian kualitatif, Bogdan dan Biklen menyebutkan bahwa:

“Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencaai dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan

apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.” (Moleong, 2000: 248)

Teknik analisis yang akan dilakukan diantaranya adalah:

1. Melakukan pencatatan secara rinci dan teliti; membuat transkrip teks berita, membuat draft pedoman wawancara dan mentranskrip hasil wawancara, menulis catatan teknik analisis *Framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki sebagai pisau analisisnya.
2. Melakukan kategorisasi data agar di dapat kriteria data tertentu yang diharapkan; membuat kategorisasi percakapan mana saya yang akan diteliti, membuat kategorisasi hasil wawancara.
3. Memasukkan data yang telah dikategorisasikan ke dalam aspek-aspek yang terdapat didalam analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Analisis yang digunakan dalam proses penelitian kali ini cenderung mengutamakan penelitian teks yang diteliti sebagai objek penelitian dan menanalisis buku-buku serta jurnal online yang dapat mengembangkan proses dan hasil penelitian.

### 3.5 Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk uji keabsahan data yang diperoleh yaitu dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain (Meleong, 2000: 178).

Triangulasi sendiri dibagi menjadi empat macam yang disesuaikan dengan penelitian ini, yaitu seperti :

- 1) Triangulasi Sumber  
Yakni membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Dalam hal ini jangan sampai banyak mengharapkan bahwa hasil perbandingan tersebut merupakan kesamaan pandangan, pendapat, atau pemikiran. Yang penting adalah bisa mengetahui adanya alasan-alasan terjadinya perbedaan-perbedaan tersebut.
- 2) Triangulasi Metode  
Terdapat dua strategi, yakni: pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.
- 3) Triangulasi Penyidik  
Ialah dengan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data.
- 4) Triangulasi Teori  
Dalam hal ini, jika analisis telah menguraikan pola, hubungan, dan menyertakan penjelasan perbandingan atau penyangkal. Hal itu dapat dilakukan secara induktif atau secara logika.  
(Moleong, 2000: 178-179).

Teknik triangulasi yang dipilih untuk penelitian ini adalah triangulasi sumber dengan cara, membandingkan data hasil pengamatan dengan data wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dari masyarakat, dan membandingkan hasil wawancara dalam hal ini adalah wawancara langsung dengan wartawan *jobdesk* Pemkot Bandung, *assistant* redaktur pelaksana HU Galamedia, serta pakar jurnalistik serta, dengan isi suatu dokumen yang berkaitan, dan kecukupan referensial.