



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma, Jenis dan Pendekatan Penelitian

Paradigma digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma *positivisme*, yaitu suatu keyakinan dasar yang berakar dari paham *ontology realism* yang menyatakan bahwa realitas itu ada (*exist*) dalam kenyataan yang berjalan sesuai dengan hukum alam (*natural laws*). Dengan demikian peneliti berusaha untuk mengungkap kebenaran realitas yang ada dan bagaimana realitas tersebut ksenyatanya berjalan (Salim, 2001:39).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Jenis penelitian ini dipilih karena peneliti hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan hasil penelitian. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi (Bungin, 2010:36). Jenis ini bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi (Bungin, 2010: 36).

Pendekatan penelitian yang dilakukan merupakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah yang diambil dari sampel (Sugiyono, 2003:14). Sedangkan menurut Stokes penelitian kuantitatif adalah penelitian apa pun yang menggunakan nilai-nilai numerik, seperti penelitian statistik, beberapa jenis penelitian survei, atau metode apa pun yang menghasilkan angka-angka (Stokes, 2003:15). Pendekatan kuantitatif akan terlihat dari proses, hasil penelitian yang kemudian akan dijabarkan secara deskripsi dan analisis.

Dalam pendekatan kuantitatif posisi peneliti memiliki jarak dengan subjek, ini sesuai dengan yang dinyatakan Elvinaro Ardianto dalam buku *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif* yang mengatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif peneliti harus menjaga jarak terhadap masalah yang sedang ditelitinya (Ardianto, 2010:58).

### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi. Metode analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Kriyantono, 2008:230).

Analisis isi adalah sebuah peringkasan (*summarizing*), kuantifikasi dari pesan yang didasarkan pada metode ilmiah (di antaranya objektif-intersubjektif,

reliable, valid, dapat digeneralisasikan, dapat direplikasi dan pengujian hipotesis) dan tidak dibatasi untuk jenis *variable* tertentu atau konteks di mana pesan dibentuk dan ditampilkan (Neuendorf, 2002:10).

Sedangkan menurut Barelson analisis adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak (*manifest*). Dilakukan secara objektif, *valid*, *reliable* dan dapat direplikasi (Barelson, 1952:18).

Analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi: surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita rakyat, lukisan, pidato, surat, peraturan, undang-undang, music, teater, dan sebagainya (Rakhmat, 2012:89). Hal ini sesuai dalam buku *Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research* (Riffe, 1998:20) bahwa analisis isi dapat menggambarkan isi komunikasi, menarik kesimpulan dan memberikan konteks, baik produksi ataupun konsumsi, dengan cara melakukan pengujian yang sistematis dan dapat di replikasi dari simbol-simbol komunikasi, dimana simbol ini diberikan nilai numeric berdasarkan pengukuran yang *valid*.

Menurut Fluomoy (1989:46), analisis isi adalah suatu metoda yang mengamati dan mengukur isi komunikasi. Metoda ini sering digunakan untuk

mengetahui karakteristik isi surat kabar mengenai frekuensi, volume berdasarkan bidang masalah, penggunaan sumber informasi dan kecenderungan isi.

Dalam penelitian ini peneliti ingin dilihat adalah pencitraan yang ditampilkan oleh media massa mengenai PT Bakrie & Brothers Tbk melalui analisis berita ekonomi, apakah positif, netral atau *negative* dengan teks berita yang ditulis di koran Tempo dan Kompas. Sebagai dua *media massa* yang sudah dipercaya kredibilitasnya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dan stakeholder perusahaan, jelas pencitraan yang disampaikan menjadi hal penting yang harus diperhatikan perusahaan. Oleh karena itu, semua artikel teks yang ada dalam surat kabar menjadi sample penelitian yang akan dimasukkan ke dalam sebuah bingkai *coding* untuk kemudian diukur dan dianalisis per unit.

### **3.3 Objek Penelitian**

Penelitian ini akan menggunakan objek penelitian berupa teks berita surat kabar Kompas dan harian Tempo mengenai citra peroleh PT Bakria & Brothers Tbk melalui kegiatan-kegiatan yang terberitakan periode Januari 2012 sampai dengan Desember 2012. Berita-berita yang ada nantinya akan ditentukan sampel dan dimasukkan ke dalam bingkai kategorisasi untuk selanjutnya dianalisis.

## **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

### **3.4.1 Data Primer**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan teks berita di surat kabar Kompas dan harian Tempo pada periode Januari 2012 hingga Desember 2012. Data dikumpulkan menggunakan lembar *coding (coding sheet)* yang dibuat dengan kategori-kategori yang ditentukan sebelumnya. Pengumpulan data dilakukan melalui mencatat, menyeleksi dan memberikan kode data yang diperlukan sesuai dengan tujuan penelitian.

### **3.4.2 Data Sekunder**

Selain itu, data-data lain (sekunder) didapat dari berbagai jurnal, situs internet, dan skripsi yang terkait dengan studi analisis isi yang relevan dengan masalah citra, reputasi dan analisis media.

## **3.5 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang data berupa manusia hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2010:99).

Populasi untuk analisis isi dalam penelitian ini adalah seluruh berita tentang PT Bakrie Brothers Tbk di surat kabar Kompas dan harian Tempo pada periode Januari 2012 sampai Desember 2012.

Pemberitaan yang berhubungan dengan kegiatan atau program dan isu PT Bakrie & Brothers Tbk selama tahun 2012. Banyaknya berita dalam periode ini adalah 62 berita (Tempo memiliki 32 artikel berita sedangkan Kompas 30 artikel), diperoleh melalui litbang Kompas dan Tempo dengan unit analisisnya adalah keseluruhan artikel yang berhubungan dengan citra perusahaan yang akan menjadi sampel.

Dengan populasi yang mencakup 62 berita, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan total sampling. Hal ini disebabkan keseluruhan objek penelitian dapat dijangkau oleh peneliti. Selain itu, dengan menggunakan total sampling maka hasil yang didapatkan pun akan lebih sah.

### **3.6 Kategorisasi**

Dari pemberitaan di harian Tempo dan Kompas, juga bisa dikategorikan menjadi tiga jenis, yaitu pemberitaan yang positif, negative atau netral.

## 1. Positif

Pemberitaan bisa dikategorikan positif jika judul, isi, dan sumber menunjukkan dukungan terhadap PT Bakrie & Brothers Tbk di tiap-tiap aspeknya.

- Judul: Penggunaan kata, mencapai, meraih, mampu, mendapatkan, dipercaya, melaksanakan, didorong, dan lainnya.
- Isi, bisa dilihat secara keseluruhan apakah isi tersebut menguntungkan Bakrie group atau tidak.
- Sumber penulisan berita juga menjadi aspek yang penting, yaitu sejauh mana sumber yang dicantumkan menginformasikan sisi positif dari Bakrie group. Salah satunya berasal dari *Public Relations* Bakrie group, Jajaran Managerial Bakrie group, atau bahkan berasal dari siaran pers Bakrie group.

## 2. Netral

Pemberitaan bisa dikategorikan netral jika judul, isi, dan sumber menunjukkan ketidakberpihakan di tiap-tiap aspeknya.

- Judul pemberitaan bisa dilihat bahwa judul tidak membawa arah opini apapun dan datar.
- Isi pemberitaan juga hanyalah sekedar laporan tentang apa yang terjadi dan berita yang sedang aktual terjadi.

- Sumber merupakan gabungan dari kedua belah pihak, baik itu dari sisi yang menguntungkan Bakrie group, maupun yang merugikan Bakrie group.

### 3. Negatif

Pemberitaan bisa dikategorikan negatif jika judul, isi, dan sumber cenderung menjatuhkan Bakrie group.

- Judul: Penggunaan kata krisis, konsumen pindah, tidak mampu, tidak puas, kecewa, dan lainnya.
- Isi bisa dilihat secara keseluruhan apakah isi tersebut menjatuhkan Bakrie group atau tidak.
- Sumber penulisan berita juga menjadi aspek yang penting, yaitu sejauh mana sumber yang dicantumkan menginformasikan sisi negatif dari Bakrie group. Salah satunya berasal dari LSM, masyarakat, atau ormas-ormas yang tidak puas terhadap keputusan dan tindakan Bakrie group.

### 3.7 Uji Reliabilitas

Sebelum penelitian dilakukan, peneliti akan meminta tiga orang lain (peneliti pembantu untuk melakukan pemberian kode (*coding*) terhadap berita yang akan dijadikan sebagai sampel yang dapat di sebut sebagai *coder*.

Seorang *coder* haruslah mengetahui metode analisis isi dan paham akan

pemberitaan media dan citra. Yang akan bertindak sebagai *coder* dalam penelitian ini adalah Edward Robin, praktisi *Public Relation*, Catherina Rosanty, mahasiswa *Public Relations* Universitas Multimedia Nusantara dan Mary Daisy Tyasta, mahasiswa *Public Relations* Universitas Multimedia Nusantara.

Setelah tahap pemberian kode dilakukan, yaitu dengan memasukkan data sesuai dengan kategorisasi yang telah ditentukan maka langkah operasional berikutnya adalah melakukan penghitungan uji reabilitas. Untuk keperluan pemberitaan kode yang lebih terpercaya maka operasionalisasi lembar koding yang telah diberi kode tersebut diuji reabilitasnya. Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur (kategorisasi) dapat dipercaya atau diandalkan.

Perhitungan reliabel tidaknya kategorisasi akan dilakukan dengan menggunakan rumus *intercoder reliability* dari Holsti (Eriyanto, 2011: 290), yaitu:

$$CR = \frac{4M}{N1 + N2 + N3 + N4} \times 100\%$$

CR = *Coefficient Reliability*

M = Jumlah pernyataan yang disetujui oleh pemberi kode

N = Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh pemberi kode

**Tabel 3.1**

**Tabel Koding Realiabel Menurut Laswell**

<b>Hasil &lt; 70</b>	Tidak Reliabel untuk digunakan sebagai kategori analisis
<b>Hasil &gt; 70</b>	Reliabel untuk digunakan sebagai kategori analisis.

Menurut Laswell pemberian angka yang menunjukkan kesamaan antara pemberi kode sebaiknya berkisar antara 70-80% (Flournoy, 1989:33).

Dengan demikian proses pemberian kode dapat diterima sebagai keterpercayaan. Jadi, jika nantinya, hasil reabilitas kategorisasi mencapai nilai diatas 70%, maka kategorisasi dianggap reliable untuk digunakan sebagai kategori analisis.

Hasil uji reabilitas dalam penelitian ini untuk melihat citra PT Bakrie & Brothers yang dikemas dalam surat kabar Tempo dan Kompas. Berdasarkan kegiatan dan program yang menggambarkan perkembangan dan kebijakan perusahaan, dengan hasil:

A. Judul

$$CR = \frac{4(41)}{48 + 47 + 49 + 48} \times 100 = 84\%$$

Dari hasil penghitungan realibilitas ini, maka tingkat reliabilitas berdasarkan instrumen judul yaitu sebesar 84%, yang artinya diatas tingkat reliabilitas minimalnya yaitu 70%. 84% lebih besar dari 70%, maka instrumen ini dianggap reliabel.

B. Isi

$$CR = \frac{4(45)}{52 + 48 + 51 + 52} \times 100 = 85,31\%$$

Dari hasil penghitungan realibilitas ini, maka tingkat reliabilitas berdasarkan instrumen isi yaitu sebesar 85,31%, yang artinya diatas tingkat reliabilitas minimalnya yaitu 70%. 85,31% lebih besar dari 70%, maka instrumen ini dianggap reliabel.

C. Narasumber

$$CR = \frac{4(46)}{51 + 50 + 51 + 48} \times 100 = 88,46\%$$

Dari hasil penghitungan realibilitas ini, maka tingkat reliabilitas berdasarkan instrumen narasumber yaitu sebesar 88,46%, yang artinya diatas tingkat reliabilitas minimalnya yaitu 70%. 88,46% lebih besar dari 70%, maka instrumen ini dianggap reliabel.