

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis isi deskriptif yang bersifat kuantitatif. Menurut Eriyanto (2011, hal. 47) analisis isi deskriptif adalah metode yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara detail suatu pesan atau teks tertentu. Jenis penelitian ini digunakan untuk menganalisis teks dan kemudian bisa untuk membandingkan teks tersebut. Dalam penelitian ini tidak akan membandingkan teks dari tiga media *online* dengan peringkat tertinggi di Indonesia, tetapi ketia media tersebut untuk mendapatkan data. Media yang digunakan dalah Detik.com, Kompas.com dan Tribunnews.com.

Analisis isi bisa digunakan untuk membandingkan teks karena dalam analisis isi terdapat angka untuk mengolah data, sehingga dapat menghasilkan hasil yang mutlak terhadap teks yang diteliti. Teknik analisis isi kuantitatif berbeda dengan teknik kualitatif lainnya, analisis isi bersifat kuantitatif dan merupakan salah satu metode penelitian dalam Ilmu Komunikasi. Metode analisis isi kuantitatif dipilih dalam penelitian ini karena memiliki sifat objektif, sistematis, replikabel, meneliti isi yang tampak (manifest), perangkuman, dan generalisasi. Sehingga sifat dari analisis isi kuantitatif tersebut dianggap sesuai dengan kasus yang diteliti, daripada menggunakan metode analisis lainnya.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi deskriptif. Menurut Eriyanto (2011, hal. 47) Analisis isi deskriptif adalah metode yang ditunjukkan untuk menggambarkan secara rinci suatu pesan atau suatu teks. Analisis isi bukan diperuntukan menguji hipotesis atau menguji hubungan natar variabel, melainkan untuk mendeskripsi dan menggambarkan karakteristik dari sebuah teks atau pesan yang dikaji. Dalam penelitian ini analisis isi digunakan untuk mengkaji dan membandingkan klarifikasi yang berbeda

dalam kasus yang sama, yaitu kasus promo miras Holywings yang menyangkut unsur SARA.

Penelitian ini menggunakan unit tematik sebagai unit analisisnya. Menurut Holsti (1996) unit tematik ini memungkinkan peneliti untuk melihat kecenderungan, sikap, kepercayaan dari suatu teks dalam Eriyanto (2011, hal. 84). Unit analisis tematik lebih mengarah pada topik pembicaraan dalam sebuah teks, oleh karena itu unit ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis sebuah kalimat yang bermakna sama dengan yang lainnya, misalnya seperti dalam Teori *Image Repair* kata *Bolstering* merupakan bagian dari *Reduce Offensiveness*, sehingga bisa dikategorikan kedalam *Reduce Offensiveness*. Perbedaan unit tematik dengan unit lainnya adalah unit tematik memiliki kebebasan untuk menganalisis teks. Seperti dalam penelitian ini dalam artikel mengandung beberapa strategi *Image Repair* dan dalam unit analisis ini dapat mencatat seluruh hasil analisis.

Penelitian ini akan menggunakan Teori *Image Repair* untuk mengkaji unit dalam kasus yang dipilih. Dalam menganalisis unit diperlukan teori untuk membedakan unit yang dikaji. Dalam *Teori Image Repair* terdapat lima strategi yang akan digunakan untuk membedakan setiap unit. Selain itu untuk menghilangkan perbedaan analisis bagi *coder* yaitu dengan membuat unit yang diteliti semakin rinci. Dalam penelitian ini dibuat paragraf menjadi unit yang diteliti, dengan demikian setiap berita mampu lebih dari satu strategi *Image Repair*. Hal ini dilakukan karena biasanya setiap berita tidak hanya mengandung satu jenis strategi *Image Repair* saja, misalnya seperti dalam berita yang sama terdapat strategi *Denial* dan *Mortification*, sehingga jika menganalisis setiap paragraf membuat unit yang diteliti semakin rinci dan meminimalisir kemungkinan perbedaan analisis pada *coder*.

3.3 Populasi dan Sampel

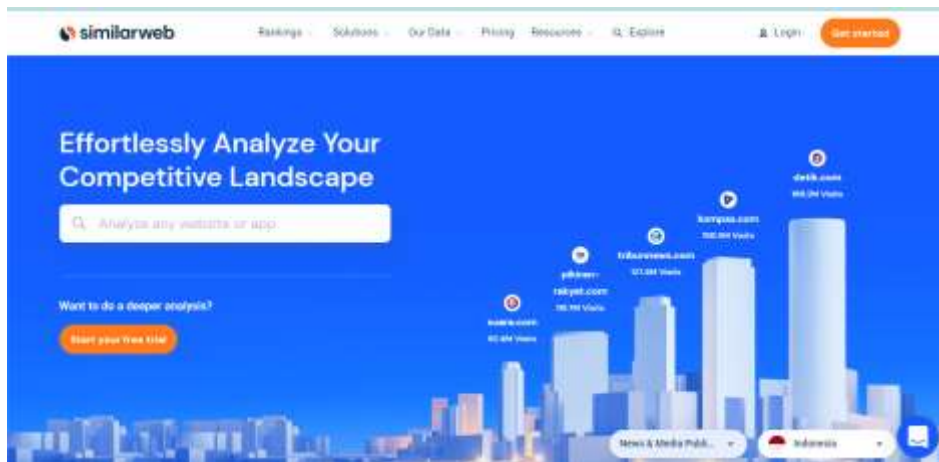
Setiap penelitian tentu membutuhkan populasi dan sampel. Menurut Eriyanto (2011, hal. 109) populasi adalah semua anggota dari objek yang akan diteliti dan populasi

adalah konsep yang abstrak. Dari populasi tersebut kemudian bisa menemukan sampel yang akan diteliti.

3.3.1 Populasi

Dalam penelitian ini populasinya adalah keseluruhan pemberitaan promo miras Holywings dari tiga media online, yaitu Kompas.com, Detik.com, dan Tribunnews.com. Media *online* yang dipilih berdasarkan media yang tercatat dalam situs Dewan Pers Indonesia (DPI) untuk mendapatkan sumber berita yang kredibel dan faktual. Media *online* yang digunakan secara lengkap tercatat dan terverifikasi dalam situs DPI. Penelitian ini menggunakan tiga media *online* terkemuka di Indonesia yang memberitakan promo miras dengan jumlah yang cukup banyak. Pemberitaan media *online* dipilih karena *stakeholder* banyak yang membaca pemberitaan melalui portal berita *online*.

Selain itu pemilihan sumber berita hanya berdasarkan Dewan Pers Indonesia tidak cukup, oleh karena itu untuk mendapatkan media *online* yang sesuai yaitu dengan menggunakan situs Similarweb.com untuk men-*traffic* ketiga media *online* tersebut. Ketiga sumber berita dipilih berdasarkan peringkat tiga teratas di bidang *News & Media* periode Bulan Juli – September 2022. Periode ini dipilih berdasarkan sejak munculnya permasalahan promosi miras Holywings sampai pemberitaan mulai menurun. Melalui Similarweb.web bisa terlihat bahwa ketiga media *online* tersebut yang banyak diakses oleh masyarakat Indonesia. Banyaknya pemberitaan yang disajikan oleh media *online* tersebut juga menjadi hal yang penting.



Gambar 3.3.1 1 Daftar Peringkat Media

Sumber: Similarweb.com (2022)



Gambar 3.3.1 Daftar Peringkat Media

Sumber: Similarweb.com (2022)

Untuk mendapatkan pemberitaan yang sesuai dijadikan populasi dan sampel, maka dalam penelitian ini menggunakan kata kunci 'Holywings'. Kata kunci ini menghasilkan seluruh pemberitaan mengenai promosi miras Muhammad & Maria. Seperti yang kita ketahui bahwa mesin pencarian Google dapat memberikan informasi apapun yang dibutuhkan, oleh sebab itu dalam penelitian ini dengan mudah artikel pemberitaan menjadi lebih mudah untuk didapatkan. Artikel dari ketiga media *online* tersebut menggunakan kata kunci yang sama karena dianggap kata kunci 'Holywings' mencakup secara keseluruhan dibandingkan dengan

menggunakan kata kunci yang lebih spesifik seperti ‘Promo Miras’, ‘Muhammad & Maria’, ‘Kasus Holywings, dan lain sebagainya. Walaupun kata kunci ‘Holywings’ tidak detail dan kemungkinan pemberitaan yang keluar dari pemberitaan terdahulu, tapi hal ini dapat diatas dengan memilih berdasarkan di awal kasus tersebut mencuat ke publik. Populasi dari ketiga media *online* total berjumlah 666 artikel berita, berikut ini adalah rinciannya.

Tabel 3.3.1 Populasi Penelitian

Portal Berita	Kata Kunci Pencarian	Jumlah Berita
Kompas.com	Holywings	161
Detik.com	Holywings	405
Tribunnews.com	Holywings	100
Total : 666		

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)

3.3.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Menurut Eriyanto (2011, hal. 147) pengambilan sampel jenis ini karena disengaja atas dasar pertimbangan ilmiah dan pemilihan sampel bukan dilakukan secara acak. Oleh karena itu sampel dalam penelitian ini artikel berita yang di dalamnya mengandung pernyataan dari Holywings Berdasarkan populasi artikel dari tiga media *online* yang sudah didapatkan melalui pencarian dengan *keyword*, kemudian tidak bisa langsung digunakan melainkan harus dipisahkan berdasarkan artikel berita yang relevan dan non-relevan.

Kemudian artikel berita yang digunakan adalah artikel yang didalamnya terdapat klarifikasi Holywings mengenai permasalahan promo miras. Artikel yang dijadikan sampel kemudian akan diteliti sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini. Kriteria artikel yang dinilai relevan adalah yang di dalamnya terdapat pernyataan yang dapat diukur dengan menggunakan teori *Image Repair* oleh William L. Benoit. Seperti contoh artikel berita yang terdapat permohonan maaf dan adanya

pernyataan menyangkal dari pihak Holywings, sehingga artikel tersebut dikatakan relevan untuk dijadikan sampel penelitian. Berikut ini adalah jumlah sampel yang digunakan:

Dalam penelitian ini memberikan rentang waktu untuk mengumpulkan artikel berita yang dijadikan sampel, terhitung dari tanggal 23 Juni 2022 yang merupakan tanggal terjadinya kasus promosi miras Holywings, hingga tanggal 2 November 2022. Rentang waktu tersebut diambil karena untuk mendapatkan berita sebanyak mungkin pada setiap sumber berita *online* yang akan menjadi populasi. Berdasarkan rentang waktu yang dipilih dalam penelitian dianggap cukup dan memadai. Pemberitaan yang dicari menggunakan kata kunci ‘Holywings’ tidak sepenuhnya menghasilkan pemberitaan yang sesuai dengan kriteria sampel penelitian. Maka dari itu perlu diseleksi yang berkaitan dengan kasus dan layak untuk dijadikan sampel penelitian. Setiap media *online* memiliki berbagai rubrik berita yang memberikan variasi pemberitaan. Kemudian perlu diketahui bahwa pemberitaan di media *online* bukan hanya berbentuk teks saja, melainkan tersedia foto dan video jurnalistik.

Dalam memilih artikel berita yang akan dijadikan sampel, maka terdapat batasan tertentu agar berita yang dihasilkan sesuai. Berikut ini adalah kriteria berita yang layak untuk dijadikan sampel:

1. Artikel berita yang mengandung pemberitaan mengenai promosi miras Holywings
2. Artikel berita tersebut harus menyampaikan pesan kepada publik mengenai efek terhadap citra Holywings
3. Artikel berita tersebut mengandung komponen yang dapat diukur dengan teori *Image Repair*.

Tabel 3.3.2 Sampel Penelitian

Portal Berita	Kata Kunci Pencarian	Jumlah Berita
Kompas.com	Holywings	32
Detik.com	Holywings	77

Tribunnews.com	Holywings	25
Total : 134		

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2022)

3.4 Operasionalisasi

Penelitian analisis isi diawali dari konsep. Menurut Neuma dalam Eriyanto (2011, hal. 175) setelah konsep ditentukan maka langkah selanjutnya adalah melakukan konseptualisasi, yaitu proses menafsirkan arti dari konsep. Biasanya konseptualisasi membuat definisi dan konsep. Kemudian langkah berikutnya adalah konsep diturunkan agar bisa dapat dikaji secara empiris. Operasionalisasi adalah proses penurunan konsep yang akan dikaji secara empiris dan juga proses penurunan abstrak penelitian ke konkret. Menurut Eriyanto (2011, hal. 177) konsep yang bersifat abstrak kemudian dioperasionalisasikan menjadi indikator yang akan diamati secara empiris.

Tabel 3.4 Operasionalisasi

Strategi	Kategori	Definisi	Contoh Kalimat
Denial	<i>Simple Denial</i>	Penyangkalan yang tidak menyalahkan pihak lain	<i>“Tidak sampai maksud hati kami mengaitkan unsur agama kedalam bagian dari promosi kami”</i>
	<i>Shift Blame</i>	Penyangkalan dengan menyalahkan pihak lain	<i>“Anehnya. Itu kejadiannya, pada saat semua pimpinan dari Holywings lagi di Bali karena ada peresmian disana. Sehingga timbul pertanyaan ‘ini jangan-jangan ada disusupi musuh’, karena kebetulan saya kan musuhnya kagi banyak banget, musuh saya”</i>

Evade Responsibility	<i>Provocation</i>	Tuduhan yang diberikan merupakan hasil dari provokasi atas kesalahan yang terjadi sebelumnya	hal ini dilakukan karena mengacu pada permasalahan sebelumnya
	<i>Defeasibility</i>	Mengubah tuduhan menjadi sesuatu yang tidak harus dipertanggung jawabkan	"Kami jujur, dalam hal ini kami kecolongan dengan tim marketing yang sudah ditetapkan sebagai tersangka"
	<i>Accident</i>	Tuduhan yang diberikan terjadi karena ketidaksengajaan atau kecelakaan yang tidak dapat dihindari untuk menghindari tuduhan dan tekanan	"Dan jujur Holywings juga menjadi korban dengan ulah mereka,"
	<i>Good Intentions</i>	Tidak mengelak tuduhan yang diberikan, namun memberikan alasan hal tersebut terjadi berdasarkan niat yang baik	"Jadi mengenai promosi, sudah lama ada promosi seperti ini. Kalau dilihat KPT kamu, hari lahirnya, hari yang sama dikasih makan gratis. Jadi sudah lama Holywings itu selalu diambil nama dari dua pelanggan yang sering datang, diambil dua, itu dipromosikan akan mendapat minuman (keras) satu botol gratis"
		Mengurangi dampak negatif dengan cara mengingatkan publik	"Ini bukan hanya persoalan bagaimana satu sisi kita menutup, tapi juga ada hal lain

Reduce Offensiveness	<i>Bolstering</i>	bahwa organisasi tersebut pernah melakukan hal yang positif	yang harus dipikirkan bersamaan terkait dengan lapangan pekerjaan. Dampak dari penutupan ini ada sekitar 3.000 lebih lapangan pekerjaan di luar itu ada UMKM juga yang harus dipikirkan”
	<i>Minimization</i>	Meminimalisir jumlah pengaruh negatif	“Saya mengakui bahwa pemilihan nama (Muhammad dan Maria) itu tidak sensitif”
	<i>Differentiation</i>	Menunjukkan perbedaan suatu kejadian serupa yang terjadi	“Banyak orang dengan nama itu berkunjung ke Holywings makanya dipilih. Tidak ada maksud untuk mengacu pada tokoh atau pimpinan agama tertentu”
	<i>Transcendence</i>	Menempatkan suatu kejadian negatif dalam konteks yang berbeda	Promosi ini memang mengandung unsur SARA, namun promosi ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan.
	<i>Attack the Accuser</i>	Memutar balikan tuduhan yang diberikan	“Tidak pernah. Ini pertama kalinya. Jadi makanya ada dua pertanyaan, apakah staf medsos ini terlalu kreatif sehingga dia tidak menyadari ini hal sensitif atau kita dimasuki oleh musuh karena semua orang tahu saya salah satu pemegang saham di

			<i>Holywings dan musuh saya banyak”</i>
	<i>Compensation</i>	Menawarkan memberikan imbalan untuk mengimbangi stigma negatif	Karena promosi ini telah menyinggung, maka akan dilakukan ganti rugi
<i>Corrective Action</i>		Mengakui kesalahan atas krisis yang terjadi dan berupaya untuk bertanggung jawab	<i>"Terkait dengan viralnya unggahan kami (Holywings Indonesia) menyangkut promosi dengan menggunakan nama 'Muhammad & Maria', kami telah menindaklanjuti pihak tim promosi yang membuat promosi tersebut tanpa sepengetahuan manajemen Holywings Indonesia dengan sanksi yang sangat berat,"</i>
<i>Mortification</i>		Mengakui kesalahan dan memohon maaf	<i>"Saya Hotman Paris, selaku salah satu pemegang saham di Holywings datang bersilaturahmi, ke rumah Bapak Kyai Cholil Nafis, selaku Ketua MUI dan juga Rais Suriah PBNU atas kesalahan yang dilakukan oleh staf Holywings yang telah menimbulkan kegaduhan di masyarakat dan di medsos,"</i> <i>"(Juga) Menimbulkan ketersinggungan umat Islam. Saya atas nama pribadi dan juga atas nama Holywings sebagai institusi memohon maaf kepada Bapak Kyai Cholil Nafis dan juga</i>

			kepada umat Islam,"
--	--	--	---------------------

Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

3.5 Prosedur Koding

Tujuan dari analisis isi adalah untuk mengukur dan menghitung elemen tertentu dari isi media. Setelah kategori dan pengukuran dibuat, hal yang harus dilakukan selanjutnya adalah mengisi lembar koding. Menurut Eriyanto (2011, hal. 221) lembar koding adalah alat yang digunakan untuk menghitung dan mengukur elemen tertentu dalam isi media. Proses pengisian lembar *coding* disebut *coding* dan orang yang mengisi lembar tersebut disebut *coder*. Para *coder* akan membaca berita dan mengkategorikan isi yang sudah dikategorikan sebelumnya untuk membantu mengklasifikasi strategi *image repair* yang terdapat dalam berita yang dijadikan sampel. Berikut ini adalah contoh lembar *coding* yang telah dibuat:

Tabel 3.5 Lembar Coding

No	Kategori	Definisi Kategori	Frekuensi
1	<i>Simple Denial</i>	Penyangkalan yang tidak menyalahkan pihak lain Contoh: “ <i>Tidak sampai maksud hati kami mengaitkan unsur agama kedalam bagian dari promosi kami</i> ”	
4	<i>Shift Blame</i>	Penyangkalan dengan menyalahkan pihak lain. Contoh : “ <i>Anehnya. Itu kejadiannya, pada saat semua pimpinan dari Holywings lagi di Bali karena ada peresmian disana. Sehingga timbul pertanyaan ‘ini jangan-jangan ada disusupi musuh’, karena kebetulan saya kan musuhnya kagi banyak banget, musuh saya</i> ”	

3	Provocation	<p>Tuduhan yang diberikan merupakan hasil dari provokasi atas kesalahan yang terjadi sebelumnya</p> <p>Contoh : hal ini dilakukan karena mengacu pada permasalahan sebelumnya</p>	
4	Defeasibility	<p>Mengubah tuduhan menjadi sesuatu yang tidak harus dipertanggung jawabkan</p> <p>Contoh : "Kami jujur, dalam hal ini kami kecolongan dengan tim marketing yang sudah ditetapkan sebagai tersangka"</p>	
5	Accident	<p>Tuduhan yang diberikan terjadi karena ketidaksengajaan atau kecelakaan yang tidak dapat dihindari untuk menghindari tuduhan dan tekanan:</p> <p>Contoh : "Dan jujur Holywings juga menjadi korban dengan ulah mereka,"</p>	
6	Good Intentions	<p>Tidak mengelak tuduhan yang diberikan, namun memberikan alasan hal tersebut terjadi berdasarkan niat yang baik</p> <p>Contoh :</p> <p>"Jadi mengenai promosi, sudah lama ada promosi seperti ini. Kalau dilihat KPT kamu, hari lahirnya, hari yang sama dikasih makan gratis. Jadi sudah lama Holywings itu selalu diambil nama dari dua pelanggan yang sering datang, diambil dua, itu dipromosikan akan mendapat minuman (keras) satu botol gratis"</p>	
		<p>Mengurangi dampak negatif dengan cara mengingatkan publik bahwa organisasi tersebut pernah melakukan hal yang positif</p>	

7	<i>Bolstering</i>	<p>Contoh :</p> <p><i>“Ini bukan hanya persoalan bagaimana satu sisi kita menutup, tapi juga ada hal lain yang harus dipikirkan bersama terkait dengan lapangan pekerjaan. Dampak dari penutupan ini ada sekitar 3.000 lebih lapangan pekerjaan di luar itu ada UMKM juga yang harus dipikirkan”</i></p>	
8	<i>Minimization</i>	<p>Meminimalisir jumlah pengaruh negatif</p> <p>Contoh : <i>“Saya mengakui bahwa pemilihan nama (Muhammad dan Maria) itu tidak sensitif”</i></p>	
9	<i>Differentiation</i>	<p>Menunjukkan perbedaan suatu kejadian serupa yang terjadi</p> <p>Contoh : <i>“Banyak orang dengan nama itu berkunjung ke Holywings makanya dipilih. Tidak ada maksud untuk mengacu pada tokoh atau pimpinan agama tertentu”</i></p>	
10	<i>Transcendence</i>	<p>Menempatkan suatu kejadian negatif dalam konteks yang berbeda</p> <p>Contoh : Promosi ini memang mengandung unsur SARA, namun promosi ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan.</p>	
11	<i>Attack the Accuser</i>	<p>Memutar balikan tuduhan yang diberikan</p> <p>Contoh : <i>“Tidak pernah. Ini pertama kalinya. Jadi makanya ada dua pertanyaan, apakah staf medsos ini terlalu kreatif sehingga dia tidak menyadari ini hal sensitif atau kita dimasuki oleh musuh karena semua orang tahu saya salah satu pemegang saham di Holywings dan musuh saya banyak”</i></p>	

12	Compensation	Menawarkan memberikan imbalan untuk mengimbangi stigma negatif Contoh : Karena promosi ini telah menyinggung, maka akan dilakukan ganti rugi	
13	Corrective Action	Mengakui kesalahan atas krisis yang terjadi dan berupaya untuk bertanggung jawab Contoh : “ <i>Terkait dengan viralnya unggahan kami (Holywings Indonesia) menyangkut promosi dengan menggunakan nama 'Muhammad & Maria', kami telah menindaklanjuti pihak tim promosi yang membuat promosi tersebut tanpa sepengetahuan manajemen Holywings Indonesia dengan sanksi yang sangat berat,</i> ”	
14	Mortification	Mengakui kesalahan dan memohon maaf Contoh : “ <i>Saya Hotman Paris, selaku salah satu pemegang saham di Holywings datang bersilaturahmi, ke rumah Bapak Kyai Cholil Nafis, selaku Ketua MUI dan juga Rais Suriah PBNU atas kesalahan yang dilakukan oleh staf Holywings yang telah menimbulkan kegaduhan di masyarakat dan di medsos,</i> ”	

Sumber : Dokumen Pribadi (2022)

3.6 Teknik Pengukuran Data

Langkah berikutnya adalah melakukan uji validitas dan uji reabilitas. Menurut Eriyanto (2011, hal. 259) validitas berhubungan dengan apakah alat ukur yang digunakan sah untuk mengukur konsep yang ingin diukur. Sedangkan reliabilitas menurut Eriyanto (2011, hal. 282) adalah berhubungan dengan apakah alat ukur yang digunakan kredibel dan dapat menghasilkan temuan yang sama jika dilakukan oleh orang yang berbeda

3.6.1 Uji Validitas

Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas muka (*face validity*). Menurut Eriyanto (2011, hal. 260) validitas muka adalah validitas yang berhubungan dengan ketepatan dalam pemilihan alat ukur untuk mengukur konsep yang ingin diukur, kemudian jenis validitas ini memastikan bahwa ukuran yang digunakan sesuai.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *intercoder reliability*. Reliabilitas dilakukan untuk melihat persamaan dan perbedaan dari alat ukur yang dilakukan oleh *coder* yang berbeda. *Coder* yang dibutuhkan adalah sebanyak dua atau lebih orang untuk melakukan uji reliabilitas. Para *coder* akan diberikan lembar *coding* untuk menilai sesuai dengan petunjuk dalam lembar *coding* tersebut. Untuk melakukan uji reliabilitas dalam penelitian ini maka menggunakan formula Holsti yang ditunjukkan untuk presentase persetujuan dari para *coder* dalam menilai isi. Berikut ini rumusnya:

$$\text{Reliabilitas } \textit{intercoder} = \frac{2M}{N1+N2}$$

M	Jumlah <i>coding</i> sama
N1	Jumlah <i>coding</i> <i>coder</i> 1
N2	Jumlah <i>coding</i> <i>coder</i> 2

Dalam Formula Holsti dalam Eriyanto (2011, hal. 290) ditafsirkan bahwa reliabilitas bergerak dari 0 sampai 1. Angka 0 menunjukkan bahwa tidak ada yang disetujui oleh para *coder* dan angka 1 menunjukkan adanya persetujuan dari para *coder*. Angka reliabilitas minimum adalah 0,7 atau 70%. Artinya jika hasil perhitungan di atas 70% maka alat ukur yang digunakan reliabel. Tetapi jika angka yang dihasilkan di bawah 70% maka alat ukur (lembar *coding*) bukan alat yang reliabel. Terdapat tiga *coder* dalam penelitian ini, yaitu Anggita Aulia Rahmi, Natasya Aufa Andriani, dan Fenny Septiani. Menurut Neuendorf dalam Eriyanto

(2011, hal. 299) jumlah unit yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah minimal sebanyak 10% dari keseluruhan populasi unit studi. 10% berita yang diuji dipilih secara acak oleh peneliti dan diharapkan tidak menghasilkan perbedaan di atas 70%. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas reabilitas dari tiga *coder*.

Tabel 3.6.1 Uji Reliabilitas

Nama *coder* 1 : Anggita Aulia Rahmi

Usia : 21 Tahun

Institusi : Universitas Multimedia Nusantara

NO	Judul	C1	C2	C3	Setuju (S)/ Tidak Setuju (TS)
1	6 Pegawai Holywings Jadi Tersangka Kasus Promo Miras Bernada Penistaan Agama	1	1	1	S
2	Holywings Ganti Nama Jadi Gold Dragon Bar, Minta Tak Lagi Dipermasalahan	1	1	1	S
3	Ini Tanggapan Manajemen Holywings Setelah Outlet di Jakarta Disegel	1	1	1	S
4	Manajer Mengaku Bisnis Holywings Sudah Tumbang Kalau Mau Disegel Silahkan	1	1	1	S
5	Temui Ketua MUI Hotman Paris Minta Maaf Soal Promo Miras Holywings	1	1	1	S
6	Holywings Minta Maaf soal Promo Minuman, Tim Promosi Disanksi Berat	1	1	1	S

7	Heboh Promo Minuman buat 'Muhammad' & 'Maria', Ini Para Pemilik Holywings	1	2	1	TS
8	Promo Minuman Alkohol bagi 'Muhammad dan Maria' di Holywings Dipolisikan!	1	1	1	S
9	Polda Metro Dalam Laporan 'Promo Minuman Holywings untuk Muhammad-Maria'	1	1	1	S
10	GP Ansor DKI Bakal Konvoi di Holywings Buntut Promo Alkohol bagi 'Muhammad'	1	1	1	S
11	Himpunan Advokat Muda Indonesia Laporkan Holywings terkait Dugaan Penistaan Agama	1	1	1	S
12	Siang Ini GP Ansor DKI Konvoi Geruduk Outlet Holywings, Buntut Promo Minuman Keras Gratis	1	1	1	S
13	GP Anshor Bakal Konvoi ke Holywings Protes Promo Minuman Alkohol Untuk Nama Muhammad dan Maria	1	1	1	S
14	GP Anshor Desak Pemda DKI Jakarta Cabut Izin Usaha Holywings	1	1	1	S
S: 13 TS: 1					

Sumber : Olahan Pribadi (2022)

$$\text{Reliabilitas } intercoder = \frac{3M}{N1+N2+N3}$$

3.13

$$14 + 14 + 14 = 0,92 \text{ (92\%)}$$

Hasil uji reliabilitas pada *coder* 1 adalah 0,92 atau 92%. Berdasarkan angka minimal dalam uji reliabilitas adalah 0,7 atau 70%, maka hasil dari uji ini dianggap reliabel dan bisa digunakan untuk menganalisis.

Nama *coder* 2 : Natasya Aufa Andriani

Usia : 22 Tahun

Institusi : Universitas Multimedia Nusantara

NO	Judul	C1	C2	C3	Setuju (S)/ Tidak Setuju (TS)
1	Alasan Holywings Promisi Miras Bernada Penistaan Agama Hingga Minta Maaf	1	1	1	S
2	Holywings Promosi Miras Bernada Penistaan Agama, Satpol PP: Sudah Diberi Sanksi	1	1	1	S
3	6 Pegawai Holywings yang Jadi Tersangka Kasus Penistaan Agama Terancam Hukuman 10 Tahun Penjara	1	1	1	S
4	Promosi Miras Berbau SARA, Manajemen Holywings: Kami Kecolongan!	1	1	1	S

5	Promosi Miras Holywings Gunakan Nama 'Muhammad-Maria', Pemprov DKI Akan Panggil Manajemen dan Jatuhkan Sanksi	1	1	1	S
6	6 Staf Holywings Promo Minuman untuk 'Muhammad' Dijerat Pasal Penistaan Agama	1	1	1	S
7	Polisi Ungkap Holywings Promo 'Minuman untuk Muhammad' demi Tarik Pengunjung	1	1	2	TS
8	GP Ansor DKI Datangi Holywings Gunawarman, Tempel Poster Desak Penutupan	1	1	1	S
9	Alur Peran 6 Staf Holywings di Kasus Minuman untuk 'Muhammad'	1	1	1	S
10	Buntut Panjang Holywings Promo Miras 'Muhammad-Maria', 6 Orang Jadi Tersangka	1	1	1	S
11	Soal Promo Miras Holywings, Hotman Paris: Jangan-Jangan Disusupi Musuh Saya	1	2	3	TS
12	Berkaca Kasus Holywings, Masyarakat Ekonomi Syariah DKI Minta Pengusaha Bijak dalam Promosi	1	1	1	S

13	Hotman Paris: Staf yang Ditahan Polisi Bukan Pegawai Outlet Holywings yang Ditutup	1	1	1	S
14	GM Holywings Buka Suara: Kami Kecolongan Konten Promo Gunakan Nama Maria dan Muhammad	1	1	1	S
S: 12 TS: 1					

Sumber : Olahan Pribadi (2022)

$$\text{Reliabilitas } intercoder = \frac{3M}{N1+N2+N3}$$

$$\frac{3.12}{14 + 14 + 14} = 0,85 \text{ (80\%)}$$

Hasil uji reliabilitas pada *coder* 1 adalah 0,85 atau 85%. Berdasarkan angka minimal dalam uji reliabilitas adalah 0,7 atau 70%, maka hasil dari uji ini dianggap reliabel dan bisa digunakan untuk menganalisis.

Nama *coder* 3 : Fenny Septiani

Usia : 22 Tahun

Institusi : Universitas Multimedia Nusantara

NO	Judul	C1	C2	C3	Setuju (S)/ Tidak Setuju (TS)
1	[POPULER MONEY] Hotman Paris Temui Ketua MUI soal Holywings	1	2	1	TS

	Korupsi Garuda Indonesia Rugikan Negara hingga Rp 8,8 Triliun				
2	Polisi Periksa Manajemen Holywings Terkait Promosi Miras Bernada Penistaan Agama	1	1	1	S
3	Holywings Penuhi Panggilan DPRD DKI, Jelaskan Akar Masalah Promo Miras Bermuatan SARA	1	1	1	S
4	Tanda Tanya Dalih Manajemen Holywings Soal Promosi Miras Bernada SARA	1	1	1	S
5	Hotman Paris Jelaskan Asal Munculnya Promosi Muhammad-Maria, Akui Hal Itu Tidak Sensitif	1	1	1	S
6	Holywings Minta Maaf Lagi soal Promo 'Minuman untuk Muhammad'	1	1	1	S
7	Promo Miras Bagi 'Muhammad' Berujung Kantor Holywings Digaris Polisi	1	2	1	TS
8	Hotman Paris Temui Ketua MUI Minta Maaf soal Promo Miras Holywings	1	1	1	S
9	Kasus Promo Holywings, Ketua MUI: Tentu Umat Islam Akan Memaafkan	1	1	1	S
10	Hotman Paris Datangi Ulama Meminta Maaf terkait Promo Holywings	1	1	1	S

11	Eks Jubir Habib Rizieq Ajak Umat Nasrani Untuk Proses Hukum Holywings Soal Promosi Miras Gratis	1	1	1	S
12	Holywings Dilaporkan dan Dituntut, Buntut Promo Miras untuk Nama Maria dan Muhammad	1	1	1	S
13	Holywings Unggah Promo Minuman Keras untuk Muhammad dan Maria, Ini Reaksi Pemprov DKI	1	1	1	S
14	Pemprov DKI Jakarta Ancam Tutup Holywings Jika Mengabaikan Teguran Ketiga	1	1	1	S
S: 13 TS: 1					

Sumber : Olahan Pribadi (2022)

$$\text{Reliabilitas } intercoder = \frac{3M}{N1+N2+N3}$$

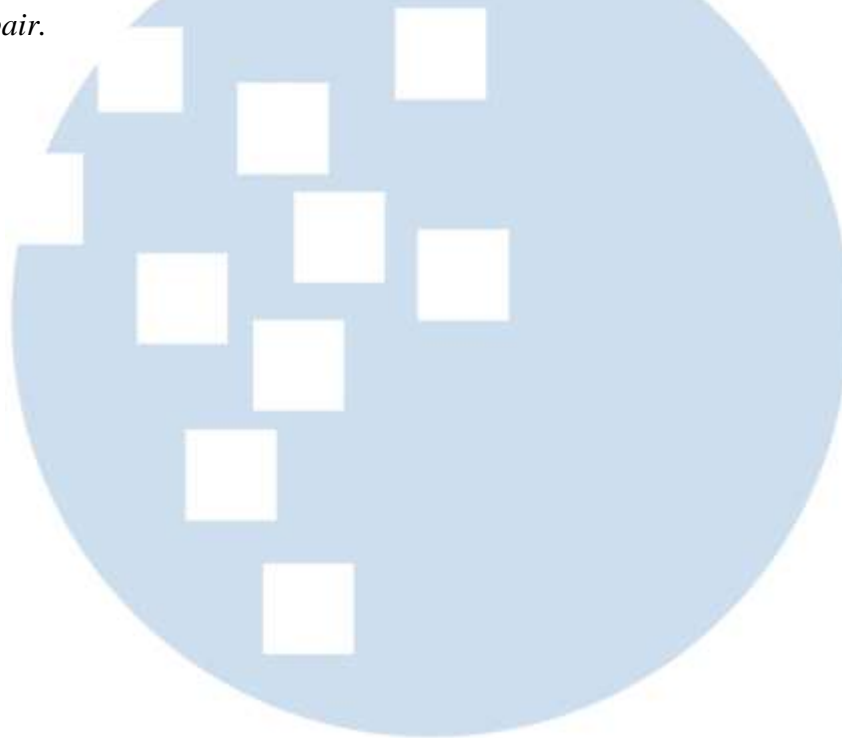
$$\frac{3.12}{14 + 14 + 14} = 0,85 \text{ (80\%)}$$

Hasil uji reliabilitas pada *coder* 1 adalah 0,85 atau 85%. Berdasarkan angka minimal dalam uji reliabilitas s adalah 0,7 atau 70%, maka hasil dari uji ini dianggap reliabel dan bisa digunakan untuk menganalisis.

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah semua sampel di-*coding*, langkah selanjutnya adalah melakukan input data. Menurut Eriyanto (2011, hal. 305) hasil penelitian analisis isi ini mendeskripsikan dalam bentuk tabel frekuensi. Tabel frekuensi digunakan untuk menjabarkan hasil

temuan strategi *Image Repair* pada sumber berita. Seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya bahwa terdapat 14 strategi *Image Repair* yang yang dijadikan indikator. Tabel frekuensi menyajikan data dalam bentuk persentase dari penggunaan strategi *Image Repair*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA