

4-1-2013

Analisis Isi: Sebuah Pengantar Metodologi yang Mendalam dan Kaya dengan Contoh

Hendriyani Hendriyani

Follow this and additional works at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jkmi>



Part of the [Gender, Race, Sexuality, and Ethnicity in Communication Commons](#), [International and Intercultural Communication Commons](#), and the [Social Influence and Political Communication Commons](#)

Recommended Citation

Hendriyani, Hendriyani (2013) "Analisis Isi: Sebuah Pengantar Metodologi yang Mendalam dan Kaya dengan Contoh," *Jurnal Komunikasi Indonesia*: Vol. 2: No. 1, Article 7.

DOI: 10.7454/jki.v2i1.7832

Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jkmi/vol2/iss1/7>

This Book Review is brought to you for free and open access by the Faculty of Social and Political Sciences at UI Scholars Hub. It has been accepted for inclusion in Jurnal Komunikasi Indonesia by an authorized editor of UI Scholars Hub.

Tinjauan Buku

Analisis Isi: Sebuah Pengantar Metodologi yang Mendalam dan Kaya dengan Contoh

Hendriyani

Eriyanto
Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya
Kencana (Prenada Media Group)
2011
ix + 510 halaman
ISBN 978-602-8730-66-2



*Radboud University
Nijmegen, Netherland*
hendriyani.sos@ui.ac.id

Bagi banyak peneliti yang melakukan analisis teks, terutama pada bidang ilmu komunikasi, nama Eriyanto sudah tidak asing lagi. Bukunya tentang *Analisis Wacana* (2001) dan *Analisis Framing* (2003) hampir menjadi semacam 'kitab suci' bagi mereka yang tengah menulis skripsi, thesis, maupun disertasi dengan menggunakan kedua metode tersebut. Penerbitan buku *Analisis Isi* ini seakan menjadi rangkaian yang logis bahwa Eriyanto, sekali lagi, menulis buku tentang analisis teks. Namun, sesungguhnya ada perbedaan besar antara buku ini dengan kedua buku analisis teks sebelumnya.

Analisis wacana (kritis) merupakan metodologi dalam paradigma kritis, yang "melihat bahwa media bukanlah saluran yang bebas dan netral. Media justru dimiliki oleh kelompok tertentu dan digunakan untuk mendominasi kelompok yang tidak dominan" (Eriyanto, 2001, h. 48). Tugas peneliti adalah membongkar kesadaran semua dari kelompok yang didominasi itu, dengan mengungkap siapa kelompok dominan tersebut. Seperti yang ditulis Eriyanto sendiri, kekuatan analisis wacana adalah kemampuannya melihat bagaimana media

dan bahasa digunakan mendistorsikan realitas (2001, h. xvii). Dedy Nur Hidayat mengingatkan bahwa karena berada dalam paradigma kritis, “Kualitas analisis wacana kritis akan selalu dinilai dari segi kemampuan untuk menempatkan teks dalam konteksnya yang utuh, holistik,” (dalam Eriyanto, 2001, h. xi).

Dalam buku *Analisis Framing* (2003), Eriyanto menguraikan sebuah teori/metodologi dalam paradigm konstruktivisme. Dalam analisis *framing*, fakta dalam berita merupakan hasil konstruksi dari realitas, namun bukanlah realitas itu sendiri. Sudut pandang si wartawanlah yang muncul dalam berita tersebut. Media tidaklah menjadi sarana yang netral, melainkan merupakan agen konstruksi realita (h. 19, 22). Berada dalam paradigma konstruktivisme, kualitas analisis *framing* dapat dilihat dari autentisitas dan reflektivitas temuan (h. 61), dan mungkin *trustworthiness*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (lihat Guba & Lincoln, 1994, h. 114).

Buku *Analisis Isi* yang diterbitkan tahun 2011 ini memiliki paradigma yang berbeda: positivisme. Analisis teks dalam paradigma ini berarti mengamati pesan teks berdasarkan apa yang dapat didengar, dirasakan, dan dibaca. Komunikasi dilihat sebagai bentuk pengiriman pesan yang statis; peneliti tidak menafsirkan atau memaknai pesan yang ada. Hasilnya, kita dapat melakukan kuantifikasi beragam aspek dalam teks atau artefak budaya. Objektivitas, validitas, dan reliabilitas menjadi bahasa yang dipakai ketika melihat kualitas penelitian analisis isi.

Mengapa menjadi penting melihat paradigma ketiga jenis analisis teks dalam tiga buku berbeda di atas? Untuk menjawab pertanyaan ini, kita perlu kembali pada apa yang dimaksud sebagai paradigma. Guba dan Lincoln menjabarkan paradigma sebagai “a set of basic beliefs that deals with ultimates or first principles. It represents a worldview that defines, for its holders, the nature of the “world,” the individual’s place in it, and the range of possible relationships to the world and its parts,” (1994, h. 107). Peneliti yang memiliki cara pandang akan “dunia” atau fenomena secara berbeda, tentang bagaimana pengetahuan harus diperoleh, serta bagaimana mereka harus berhubung dengan subjek yang diteliti; akan memiliki paradigma yang berbeda pula. Paradigma menjadi seperti ‘agama’ bagi peneliti, berganti paradigma seringkali diibaratkan sebagai berganti ‘agama.’ Penulisan tiga buah buku tentang analisis teks yang memiliki tiga paradigma berbeda memperlihatkan penguasaan metodologi yang dalam oleh Eriyanto. Mungkin ini memperlihatkan sikapnya sebagai peneliti bahwa sekat paradigma tidak lagi penting, yang penting adalah mencapai tujuan penelitian yang dipilih. Namun, biasanya seorang peneliti memiliki preferensi paradigma tertentu yang akan mempengaruhinya ketika menulis tentang paradigma lain. Yang mana paradigma hakiki Eriyanto? Pengetahuan akan hal ini dapat membantu pembaca memahami tulisannya.

Untuk menegaskan posisi metode analisis isi, Eriyanto memberikan berbagai contoh penggunaan analisis isi, serta perbedaannya dengan analisis teks yang lain, pada bagian awal buku ini. Ia juga memberikan beragam contoh pemanfaatan analisis

isi di berbagai bidang ilmu sosial, seperti politik, ekonomi, dan sosiologi; untuk memperlihatkan bahwa analisis isi tidak hanya bermanfaat bagi mereka yang berkecimpung di bidang komunikasi. Namun, memang sebagian besar contoh yang diberikan oleh Eriyanto masuk dalam ranah komunikasi, misalnya dalam kajian media, jurnalisme, atau periklanan. Yang belum diangkat justru bahwa analisis isi adalah metode yang paling banyak dipakai oleh praktisi Humas untuk mengukur publisitas sebuah organisasi atau merek. Frekuensi kemunculan nama tertentu, *tonality* (tampilan sebuah organisasi atau merek secara positif atau negatif), dan penyebutan wakil organisasi sebagai narasumber menjadi variabel yang penting bagi Humas saat melakukan analisis isi.

Analisis isi juga dapat dipadukan dengan metode penelitian yang lain. Dalam penelitian klasik yang dimulai oleh George Gerbner, analisis isi dilakukan untuk melihat bagaimana ‘dunia’ direpresentasikan dalam program acara televisi sejak tahun 1960an: bagaimana gender, kekerasan, usia, dan indikator budaya lain ditampilkan (sebagai contoh, lihat Gerbner, 1970). Penelitian lalu dilanjutkan dengan survei terhadap penonton TV di Amerika Serikat. Survei tersebut menemukan adanya bias antara pandangan penonton TV akan dunia mereka dengan realita sebenarnya, misalnya bahwa mereka yang ‘heavy viewers’ cenderung melihat dunia penuh dengan kejahatan dan memiliki tingkat kepercayaan akan orang lain yang lebih rendah dibandingkan ‘light viewers’ (lihat Griffin, 2012). Rangkaian penelitian tersebut mengantarkan Gebrner pada teori kultivasi yang menjadi salah satu teori paling banyak dipakai dalam komunikasi.

Secara umum, banyak persamaan proses antara analisis isi dengan metode lain dalam paradigma positivisme. Misalnya, adanya proses konseptualisasi dan operasionalisasi. Peneliti analisis isi, survei, maupun eksperimen harus menjelaskan definisi konsep yang dipakainya serta menjabarkan sejauhmana konsep tersebut akan diukur. Dengan begitu, peneliti dapat membuat indikator dan buku *coding* untuk mengamati fenomena yang diteliti. Setelah itu, peneliti harus menentukan unit analisis serta metode *sampling* untuk mendapatkan unit yang akan diamati dan diukurinya. Semua metode dalam positivisme juga berusaha untuk mencapai validitas dan reliabilitas yang baik, sebagai kriteria kualitas penelitian. Persamaan lainnya adalah penggunaan statistik dalam analisis data, baik statistik deskriptif maupun inferensial. Dengan menyadari persamaan-persamaan ini, lebih mudah bagi pembaca yang sudah mempelajari metode penelitian sosial untuk memahami proses analisis isi yang dijabarkan dalam buku ini.

Tentu saja, ada hal-hal yang sangat khas dalam analisis isi yang membedakannya dengan metode lain dalam positivisme. Misalnya tentang penentuan unit analisis. Dalam survei atau eksperimen, unit analisis biasanya berupa individu atau kelompok, yang lalu akan diberikan kuesioner, diwawancarai, atau diobservasi. Eriyanto menjelaskan bahwa dalam analisis isi yang disebut sebagai unit analisis adalah bagian dari isi yang akan diamati; dapat berupa kata, kalimat, gambar, potongan adegan, paragraf,

dan sebagainya. Lebih spesifik lagi, ada dua bagian dari unit analisis yang harus ditentukan: unit sampel dan unit pencatatan. Unit sampel mengacu pada isi apa yang akan dianalisis, sementara unit pencatatan berbicara tentang bagian mana dari isi yang akan dicatat dan dihitung (Eriyanto, 2011, h. 64). Bila peneliti ingin mengetahui kandungan kekerasan dalam film kartun, peneliti harus menentukan apakah ia akan mengamati karakter (tokoh) kartun tersebut, adegannya, ceritanya, atau penyelesaian masalahnya; inilah yang dikatakan sebagai pilihan unit sampel. Bila kita memilih mengamati karakter, kita akan mengabaikan jalan cerita, penyelesaian masalah, dan sebagainya; kita hanya fokus pada karakter dalam film kartun tersebut. Lebih jauh lagi, kita harus memilih unit pencatatan: apakah kita akan menghitung berapa kali (frekuensi) atau berapa lama (durasi) karakter tersebut melakukan kekerasan? Penentuan unit analisis tertentu akan mengarahkan kita pada hasil tertentu, sekaligus membatasi lingkup penelitian kita.

Hal lain yang khas dalam analisis isi adalah dalam pencapaian reliabilitas penelitian. Ada tiga macam reliabilitas yang dapat dicapai dalam positivisme: reliabilitas antar-waktu, antar-peneliti, dan antar-item. Dalam survei atau eksperimen, jenis reliabilitas yang paling umum dicapai adalah reliabilitas antar-item, biasanya dengan menggunakan *Alpha Cronbach* atau *Coefficient of Reproducibility (CoR)* pada *Guttman-type scale*, terutama karena sebagian besar penelitian bersifat cross-sectional, hanya dilakukan satu kali. Dalam analisis isi, justru reliabilitas antar-peneliti atau antar-coder yang paling sering dipakai karena biasanya penelitian ini melibatkan lebih dari satu coder. Setiap coder akan mendapatkan

lembar *coding* yang sama untuk menilai unit analisis yang sama. Hasilnya dibandingkan, berapa banyak persamaan dan perbedaannya. Semakin banyak persamaan yang dimiliki, semakin tinggi reliabilitas antar-coder yang dicapai. Eriyanto menjelaskan secara singkat beberapa cara yang dapat dipakai untuk menghitung reliabilitas antar-coder (2011, h. 288-298): persentase persetujuan (*percent agreement*), Formula Hosti, Formula Scott (Scott Pi), Formula Cohen (Cohen Kappa), dan Formula Krippendorff (Krippendorff Alpha). Formula Krippendorff memiliki kelebihan dibanding formula yang lain karena dapat dipakai pada data nonnominal dan dalam kondisi coder lebih dari dua orang. Dalam bukunya ini, Eriyanto hanya memberikan prinsip dasar dari setiap formula, pembaca buku ini harus mencari tahu lebih rinci tentang masing-masing formula dari referensi lain, apalagi banyak di antara formula yang harus dihitung manual atau dengan memasukkan sintaks dalam *software* statistik seperti SPSS (untuk perhitungan formula Krippendorff silakan lihat Hayes & Krippendorff, 2007).

Bila dibandingkan dengan buku-buku metode penelitian yang sudah beredar saat ini, kekuatan terbesar buku ini adalah kekayaan contoh-contoh dalam konteks Indonesia yang diberikan. Eriyanto sungguh memanfaatkan pengalaman penelitiannya selama ini dengan memberikan contoh yang rinci dan bervariasi dalam setiap materi yang dibahasnya, termasuk juga dengan memberikan lampiran contoh analisis isi secara utuh (h. 391-495). Eriyanto terlalu rendah hati ketika memberi judul bukunya dengan kata “pengantar metodologi” karena isi buku yang sangat mendalam yang dapat sangat membantu siapa pun yang tertarik melakukan analisis isi.

Daftar Pustaka

- Eriyanto. (2001). *Analisis wacana: Pengantar analisis teks media*. Yogyakarta: LKIS.
- Eriyanto. (2003). *Analisis framing: Konstruksi, ideology, dan politik media*. Yogyakarta: LKIS.
- Gerbner, G. (1970). Cultural indicators: The case of violence in television drama. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 388(1), 69-81. doi: 10.1177/000271627038800108
- Griffin, E. (2012). *Communication Communication Communication*. New York: McGraw-Hill. 366-377.
- Guba, E.G. & Lincoln, Y.S. (1994). Competing paradigm in qualitative research. Dalam Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. (Eds.), *Handbook of qualitative research*. California: Sage Publications, Inc.
- Hayes, A. F., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for a standard reliability measure for coding data. *Communication Methods and Measures*, 1, 77-89. Retrieved from <http://www.unc.edu/courses/2007fall/jomc/801/001/HayesA>