

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Beberapa partai politik mulai bermunculan dan menunjukkan eksistensinya di dunia politik, terutama menyongsong pemilu 2014. Kesempatan untuk bergabung semakin terbuka lebar bagi partai politik. Berbanding terbalik dengan era sebelum reformasi, partai politik di Indonesia dibatasi dalam jumlah tertentu. Namun setelah reformasi bergulir hingga sekarang, kran politik terbuka besar bagi partai-partai baru.

Salah satu partai baru yang menjadi perhatian khalayak adalah partai Nasional Demokrat (NasDem). Semula, Nasional Demokrat merupakan organisasi masyarakat yang dipelopori oleh Surya Paloh, juga kader-kader partai Golkar lainnya. Ormas ini dibentuk atas inisiatif untuk membuat perubahan bagi kemajuan Indonesia. Semangat ini tercermin dalam slogan partai yaitu “Gerakan Perubahan” (<http://www.partainasdem.org/hal-sejarah-partai-nasdem.html#.Ummo5Dk-ZMs> diakses 5 Juli 2013 pukul 12.03). Ormas ini lahir tidak lama setelah kekalahan Surya Paloh dalam pemilihan ketua umum partai Golkar.

Seiring berjalannya waktu, ormas ini bermetamorfosis menjadi suatu partai politik. Keberadaan partai ini otomatis menambah semarak kiprah politik di Indonesia. Informasi serta publikasi dari partai ini pun berlangsung gencar melalui media. Hal ini jelas terjadi, jika melihat bahwa tokoh besar di dalamnya merupakan pemilik media seperti Surya Paloh. Surya Paloh dikenal sebagai Seorang politisi,

pengusaha pers, pemilik Media Group yang mencakup Media Indonesia, Lampung Pos, Borneonews, Metro TV, dan Yayasan Sukma (<http://www.tokohindonesia.com/tokoh/article/282-ensiklopedi/314-surya-paloh> diakses 6 Maret 2013 pukul 08.05).

Tokoh besar lainnya dalam dinamika politik Indonesia menjadi punggawa dalam partai ini. Salah satunya adalah Hary Tanoesoedibjo, Presiden Direktur PT. Global Mediacom Tbk. juga pendiri, pemegang saham, dan Presiden Eksekutif Grup PT. Bhakti Investama Tbk. Selain itu, Hary saat ini juga memegang berbagai posisi di perusahaan-perusahaan lainnya, di antaranya sebagai Presiden Direktur PT. Media Nusantara Citra Tbk. (MNC), PT. Media Nusantara Informasi (MNI) dan PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), Komisaris PT. Mobile-8 Telecom Tbk., dan perusahaan-perusahaan lainnya di bawah bendera grup perusahaan Global Mediacom dan Bhakti Investama.

Hary Tanoesoedibjo bergabung di Partai Nasional Demokrat pada 9 Oktober 2011 dengan jabatan sebagai Ketua Dewan Pakar Partai NasDem. Mengejutkan ketika masyarakat mengetahui keterlibatan dua tokoh sekaligus pemilik media besar dan ternama di Indonesia tersebut. Ada kekhawatiran ketika pemilik media terjun ke dunia politik, nantinya media tersebut akan menjadi media partisan. Bahkan nilai *checks and balances* media tersebut akan berkurang atau mungkin lenyap. Akibatnya, pemberitaan yang disampaikan oleh media tidak akan netral. Intervensi kekuasaan pemilik media akan berpengaruh pada konten berita yang dimuat. Ada kepentingan ekonomi, politik dan ideologi tertentu yang mereka sampaikan melalui

media tersebut (<http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/aptika-ikp/files/2013/02/Kekuasaan-dan-In-Konsistensi-Pemberitaan-Media-Televisi-Komersial.pdf> diakses 24 Mei 2013 pukul 12.00).

Dalam perkembangannya, friksi partai Nasional Demokrat tidak dapat dipungkiri, terutama pada bulan Januari 2013 yang lalu. Pada tanggal 21 Januari 2013, Hary Tanoesoedibjo memutuskan untuk beranjak dari partai Nasional Demokrat. Keputusannya untuk hengkang dari Partai Nasional Demokrat dilandasi oleh ketidaksamaan pendapat dengan Ketua Majelis Umum Partai Nasdem, Surya Paloh. Perbedaan pandangan di antara keduanya menyebabkan Hary Tanoesoedibjo memutuskan untuk mundur dari jabatannya sebagai Ketua Dewan Pakar Partai Nasdem. Bersama Hary, ikut mundur juga Sekretaris Jenderal Ahmad Rofiq, Wakil Sekretaris Jenderal Saiful Haq, dan Ketua Internal Endang Tirtana. Selain itu, dua ketua daerah, yaitu Jawa Barat dan DKI Jakarta, juga ikut angkat kaki (<http://www.tempo.co/read/news/2013/02/17/078461878/Hary-Tanoe-Resmi-Bergabung-ke-Hanura> diakses 5 Maret 2013 pukul 13.43).

Peristiwa hengkangnya Hary Tanoesoedibjo dari kepengurusan partai Nasdem menjadi hal menarik dan mempunyai nilai jual tersendiri bagi sebuah pemberitaan. Beberapa media massa, baik cetak, penyiaran juga *online* turut menyuguhkan fakta ini di khalayak luas, termasuk media massa yang dimiliki Hary Tanoesoedibjo sendiri. Media dapat saja menjadi subyek yang memanipulasi peristiwa politik sebab tekanan kepentingan ekonomi dan politik pemiliknya

(Masduki, 2004:75).

Hal tersebut mendasari peneliti dalam mengangkat tema penelitian ini. Peneliti meninjau sejauh mana obyektivitas pemberitaan yang disuguhkan oleh media milik Hary Tanoesoedibjo, yaitu Harian Seputar Indonesia. Penelitian akan menarik, apabila ada pemaparan berita dari media yang sempat menjadi payung partai NasDem.

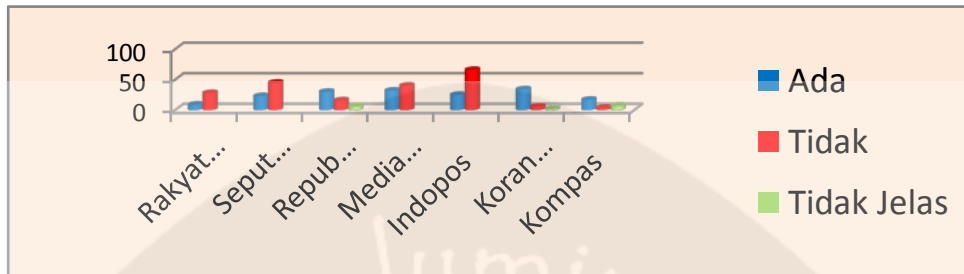
Rentang waktu penelitian ini adalah surat kabar harian SINDO periode Oktober 2011- Februari 2013. Seleksi dilakukan dan memilih pemberitaan khusus mengenai partai NasDem. Penelitian ini meneliti teks berita pra hingga pasca hengkangnya Hary Tanoesoedibjo. Periode Oktober 2011 merupakan saat di mana Hary Tanoesoedibjo bergabung pertama kali dalam partai NasDem. Sedangkan Februari 2013 merupakan saat setelah Hary Tanoesoedibjo hengkang dari partai NasDem. Pada bulan tersebut juga masih ditemukan berita-berita mengenai partai NasDem di SKH SINDO. Sedangkan pada bulan Maret, peneliti tidak menemukan pemberitaan mengenai partai NasDem.

Analisis isi kuantitatif menjadi pisau analisis penelitian ini. Teori yang dipilih merupakan teori obyektivitas milik Westerthal. Penelitian ini akan fokus menilai teks berita berdasarkan unit analisis yang telah disediakan, yaitu mengenai faktualitas dan imparsialitas. Menjadi hal yang menarik ketika penelitian teks berita ini dilakukan pada media cetak yang berafiliasi dengan tokoh yang diberitakan.

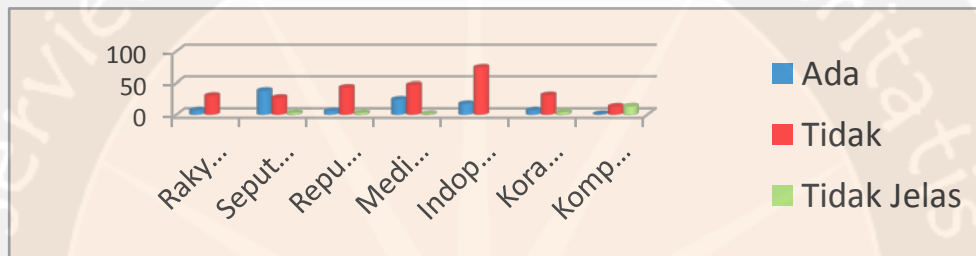
Peneliti meninjau penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki kesamaan dengan penelitian ini. Hasil penelusuran menemukan penelitian dari

lembaga IMMC (*Indonesia Media Monitoring Center*) terhadap Pemilukada DKI Jakarta 2012. IMMC merupakan sebuah pusat kajian terhadap pola pemberitaan yang berkembang di berbagai media massa di Indonesia. Fokus monitoring IMMC adalah pemberitaan tentang sebuah isu atau tokoh tertentu yang menjadi sorotan pemberitaan di berbagai media massa nasional, dalam rentang waktu tertentu (www.immcnews.com/finish/3-immc/12-peta-pemberitaan-kandidat-dan-sebaran-isu-dalam-putaran-ii-pilkada-dki-2012/0.html diakses 3 Juli 2013 pukul 15.09).

IMMC memantau perkembangan pemberitaan beberapa media cetak seperti Kompas, Rakyat Merdeka, Media Indonesia, Seputar Indonesia, Koran Tempo, Republika dan Indo Pos. Pengumpulan berita ini dilakukan pada periode waktu selama bulan Mei 2012. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan mengumpulkan dan menganalisa menggunakan metode analisis isi pada berita. Aspek cek dan ricek, *cover both side* dan pencampuran opini fakta ditelaah dalam berita yang ada. Dari hasil penelitian, diperoleh bahwa Seputar Indonesia tidak memenuhi aspek *cover both side* serta masih mencampurkan opini dan fakta dalam berita Pemilukada DKI Jakarta 2012 dibandingkan dengan media cetak lainnya (www.immcnews.com/finish/3-immc/12-peta-pemberitaan-kandidat-dan-sebaran-isu-dalam-putaran-ii-pilkada-dki-2012/0.html diakses 3 Juli 2013 pukul 15.13).



Grafik 1. Penelitian IMMC pada Aspek *Cover Both Side* Berita
Sumber : Hasil Penelitian IMMC



Grafik 2. Penelitian IMMC pada Aspek *Pencampuran Opini dan Fakta*
Sumber : Hasil Penelitian IMMC

Hasil dari penelitian IMMC tersebut menjadi dasar bagi penelitian ini. Jika melihat ketidakseimbangan dan ketidaknetralan SKH SINDO pada berita dengan aktor yang tidak berafiliasi dengan medianya, maka peneliti tertarik untuk menguji sejauh mana SKH SINDO mempertahankan objektivitas berita terkait aktor yang berafiliasi dengan medianya.

Penelitian lainnya dilakukan oleh *Pol- Tracking Institute* mengenai pemberitaan partai politik dan calon presiden. *Pol- Tracking Institute* merupakan pusat kajian politik dan demokrasi yang terdiri dari peneliti, akademisi dan praktisi dengan latar belakang yang berbeda-beda. Salah satu kegiatan lembaga ini adalah memantau opini publik berdasarkan apa yang disampaikan oleh media

(soedibjotp://poltracking.com/profil/ diakses 5 Juli pukul 20.34).

Penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* pada 5 media cetak (Kompas, Koran Tempo, Media Indonesia, Republika dan Seputar Indonesia), 5 media *online* (Detik.com, Kompas.com, Merdeka.com, Okezone.com, Viva.co.id), dan 5 media televisi (Trans TV, SCTV, RCTI, Metro TV dan TV One). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah mengumpulkan dan menganalisa teks (*content analysis*), serta analisis sosiopolitik (*critical discourse analysis*). Data dikumpulkan dalam periode waktu 1 Februari – 31 Maret 2013. Salah satu fokus riset ini adalah mengenai nada pemberitaan partai politik oleh media di Indonesia.

Hasil riset membuktikan bahwa nada pemberitaan negatif partai NasDem sebanyak 33,6%, nada pemberitaan positif 19,4% dan sisanya adalah netral. Nada pemberitaan ini diambil secara komprehensif dari media sebagai objek penelitian. Riset membuktikan bahwa pemberitaan partai NasDem didominasi dengan tema masalah internal partai (<http://www.slideshare.net/agungbudiono1/riset-media-monitoring-poltracking-institute> diakses 5 Juli pukul 20.45).

Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yang fokus pada pemberitaan mengenai salah satu partai politik yaitu partai NasDem. Namun penelitian ini fokus pada satu media saja, yaitu SKH SINDO dan dengan rentang waktu lebih lama (dari tahun 2011-2013).

Berdasarkan dua penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini menggabungkan aspek-aspek dari keseluruhan penelitian tersebut. Penelitian ini tidak hanya meninjau isi berita dari aspek nada pemberitaan saja. Namun penelitian

ini akan meninjau dimensi faktualitas dan imparsialitas yang kesemuanya melebur dan disebut dengan obyektivitas.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana obyektivitas Surat Kabar Harian Seputar Indonesia (SINDO) dalam memberitakan Partai NasDem periode Oktober 2011-Februari 2013?

C. Tujuan

Untuk mengetahui obyektivitas Surat Kabar Harian Seputar Indonesia (SINDO) dalam memberitakan Partai NasDem periode Oktober 2011- Februari 2013.

D. Manfaat

D.1 Manfaat Teoritis

Untuk menambah kajian analisis isi tentang obyektivitas pers Indonesia.

D.2 Manfaat Praktis

Untuk memberikan gambaran obyektivitas pers Surat Kabar Harian SINDO dalam memberitakan Partai NasDem.

E. Kerangka Teori

E.1 Teori Obyektivitas

Dalam jurnalisme maupun lingkup kerja pers, berita menjadi produk utama yang dihasilkan. Hal ini menjadi jelas melihat kegiatan utama yang dilakukan dalam praktik jurnalisme merupakan pengumpulan berita, mencari fakta dan melaporkan peristiwa (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2006:15). Media memiliki peranan untuk menyajikan informasi bagi khalayak luas. Adapun yang

tertulis dalam Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia, pasal 5 menyatakan bahwa wartawan Indonesia wajib menyajikan berita secara seimbang, adil, mengutamakan kecermatan dan ketepatan, serta tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri, dalam bahasa akademis disebut dengan objektif (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2006:47).

Objektivitas dihargai oleh konsumen berita, sebab objektivitas dianggap sebagai kunci kepercayaan masyarakat terhadap media (McQuail, 1992:183). Fakta pada umumnya diakui sebagai sandaran objektivitas, secara khusus objektivitas berita (Nurudin, 2009:76). Lantas bagaimana sebuah berita dapat dikatakan objektif oleh jurnalis?

Boyer (1981) dalam *Media Performance* yang ditulis oleh Denis McQuail mengungkapkan beberapa elemen terkait makna objektivitas. Pertama, adanya keseimbangan dalam menyajikan sisi yang berbeda dari suatu peristiwa. Kedua, dalam mengungkapkan sebuah peristiwa harus secara akurat dan sesuai dengan realitas. Ketiga, menyajikan semua poin-poin yang relevan. Keempat, memisahkan antara fakta dan opini, namun mengolah opini-opini yang relevan. Kelima, meminimalkan pengaruh, sikap, pendapat, keterlibatan penulis dalam berita. Keenam, penulis berita menghindari adanya kemelencengan, kebencian serta tujuan yang licik (McQuail, 1992:184-185).

Pekerja media memiliki kewajiban untuk menerapkan sikap objektif dalam menulis berita. Dengan demikian, berita yang dibuatnya akan selaras dengan kenyataan, tidak berat sebelah dan bebas dari prasangka (Kusumaningrat dan

Kusumaningrat, 2006 : 54). Objektif di sini juga dilihat pada bagaimana pekerja media menuliskan fakta secara keseluruhan, tidak dipotong-potong dan tidak melibatkan kecenderungan subjektif.

Objektivitas terbagi atas dua dimensi yaitu dimensi kognitif dan dimensi evaluatif (McQuail, 1992:196). Dimensi kognitif mencakup faktualitas yang dipahami sebagai kualitas informasi yang terkandung dalam sebuah berita. Sedangkan, ketidakberpihakan atau imparialitas berkaitan dengan adanya satu atau dua sisi yang ditampilkan dalam sebuah berita (Eriyanto, 2011:194). Berikut kerangka objektivitas menurut Westerthal (McQuail, 1992:196).

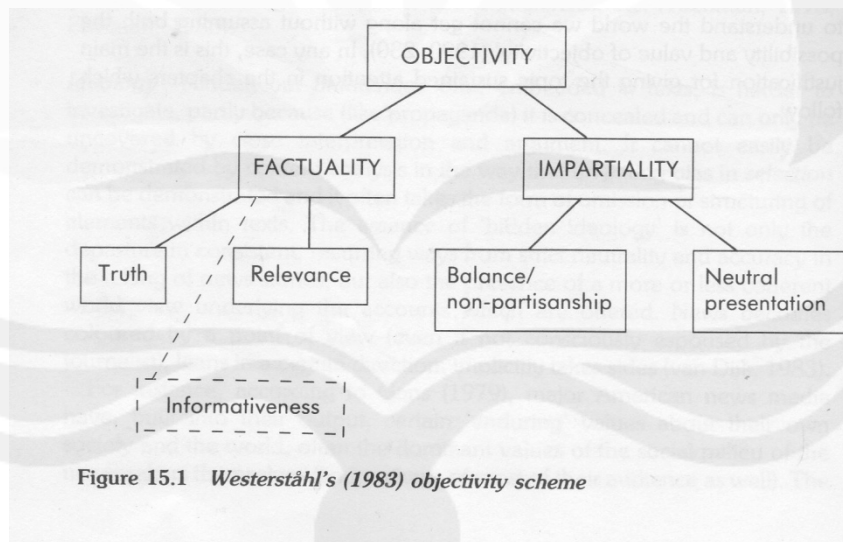


Figure 15.1 Westersthål's (1983) objectivity scheme

Bagan 1. Objektivitas menurut Westerthal

E.1.1 Faktualitas (*Factuality*)

Faktualitas dapat terwujud apabila didukung oleh adanya kebenaran serta

relevansi (Nurudin, 2009:82). Faktualitas terkait dengan kualitas informasi sebuah berita, di mana khalayak mampu memahami realitas yang disampaikan oleh sebuah berita. Ranah fokus pada bagaimana kelengkapan dan penyampaian sebuah peristiwa, narasumber dan fakta dalam sebuah berita supaya dapat dipahami oleh khalayak. Faktualitas terkait pada 3 hal, antara lain kebenaran (*truth*), relevansi (*relevance*) serta *informativeness* (McQuail, 1992:205-206).

Kebenaran (*truth*) mengharuskan sebuah berita untuk menyajikan informasi yang sifatnya faktual, berdasarkan pada fakta-fakta yang ada. Penelitian ini meninjau sejauh mana informasi yang disajikan merupakan peristiwa yang benar-benar terjadi. Peristiwa yang disampaikan bukan merupakan opini atau pendapat dari narasumber mengenai partai NasDem. Kebenaran (*truth*) meninjau fakta dalam dua kategori, yaitu fakta sosiologis dan fakta psikologis. Fakta sosiologis merupakan fakta yang bahan bakunya berupa peristiwa yang benar-benar terjadi. Sedangkan fakta psikologis merupakan fakta yang bahan bakunya merupakan opini, interpretasi serta pendapat dari narasumber.

Untuk dapat meninjau ada tidaknya fakta sosiologis maupun psikologis, maka perlu diperhatikan *statement* utama (*main point*) dari sebuah berita. Biasanya *statement* utama tersebut terletak di awal berita. Ini sejalan dengan ciri penulisan berita dalam jurnalisme, yaitu inti bahasan ada di paragraf-paragraf awal.

Selain meninjau nilai faktual, untuk membuktikan kebenaran juga harus diukur dengan melihat akurasi (*accuracy*) berita. Akurasi ini penting, supaya dapat menunjukkan kualitas, reputasi serta kredibilitas dari suatu media.

Salah satu indikator yang ditinjau dalam akurasi (*accuracy*) ini adalah melihat ada tidaknya verifikasi fakta (Kriyantono, 2006 : 244). Verifikasi dapat menunjukkan sejauh mana berita tersebut merupakan fakta yang benar-benar terjadi di lapangan. Ada tidaknya verifikasi dapat dilihat dari keberadaan sumber berita, tanggal, alamat, maupun nama institusi. Keberadaan sumber berita ini penting, supaya nantinya informasi dapat diverifikasi dan meningkatkan kredibilitas pembaca pada media tersebut.

Selain itu, dalam menjaga keakuratan, dapat pula diukur berdasarkan ada tidaknya pencampuran fakta dengan opini wartawan dalam menulis berita. Indikator ini mengadopsi model jurnalisme dari Subiakto, Rahmaida, dan Syirikit Syach (Kriyantono, 2006 : 245). Opini dapat dilihat dari keberadaan kata-kata *opinionative* seperti “diperkirakan”, “seakan-akan”, “seolah”, “diramalkan”, dan lain-lain.

Sedangkan relevansi terkait dengan standar kualitas proses seleksi berita (McQuail, 1992:203). Aspek relevansi dapat dinilai dari judul, narasumber dan permasalahan yang memiliki keterkaitan serta fokus pada sebuah peristiwa.

Kategori relevan di sini berkaitan dengan standar lazim berupa nilai berita. Nilai berita tersebut yaitu *significance*, *magnitude*, *timeliness*, *proximity*, *prominence*, dan *human interest*. Dalam bukunya, Ashadi Siregar (1998:27) menjelaskan, *significance* meninjau adanya kemungkinan berita yang disajikan memberikan pengaruh atau mempunyai akibat terhadap pembacanya. *Magnitude* merupakan kejadian yang di dalamnya terdapat angka-angka yang memiliki arti

bagi khalayak. *Timeliness* terkait dengan kejadian yang memiliki unsur kebaruan (baru saja terjadi).

Proximity dimaknai dengan kedekatan, baik dari unsur geografis (lokasi) maupun psikologis (emosional) antara berita dan pembacanya. *Prominence* meninjau seberapa terkenal tokoh atau narasumber yang diberitakan. Sedangkan *human interest* merupakan sentuhan perasaan yang diberikan oleh sebuah berita kepada pembacanya. Suatu teks berita akan disebut relevan apabila semakin mengarah ke *significance* (penting).

Selain itu, relevansi juga dapat diukur dari kesesuaian antara narasumber dan isi berita dan kesesuaian antara judul dan isi. Indikator ini mengadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Rahmah Ida pada tahun 2001. Narasumber yang relevan meliputi orang yang terlibat langsung dengan peristiwa, saksi serta ahli yang kompeten dengan peristiwa tersebut. Keberadaan narasumber yang relevan ini menjadi penting, sebab mempermudah verifikasi informasi yang ada dalam berita.

Kesesuaian antara judul dan isi juga menjadi penting. Biasanya khalayak hanya akan membaca judul dan *lead* saja, tanpa memperhatikan isinya. Oleh sebab itu, penelitian ini meninjau bagaimana isi beritanya. Apakah sudah sesuai dan relevan atau belum.

Kelengkapan (*completeness*) merupakan kelengkapan informasi mengenai kejadian penting yang terjadi (McQuail, 1992 : 210). Standar baku 5W + 1H digunakan untuk meninjau kelengkapan informasi dalam berita. Semakin lengkap informasi yang disampaikan, maka akan semakin menunjang pemahaman pembaca

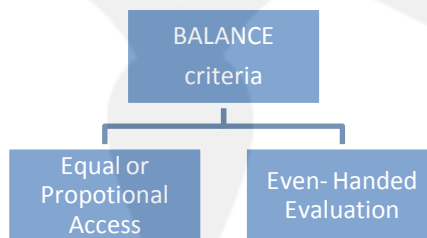
secara utuh dan benar.

Informativeness melihat sejauh mana kelengkapan informasi yang disampaikan. Kategori ini melihat penggunaan data pendukung atau kelengkapan informasi atas kejadian yang ditampilkan. Data pendukung ini misalnya, foto, gambar, ilustrasi, tabel, statistik, dll (Kriyantono, 2006 : 249).

E.1.2 Imparsialitas (*Impartiality*)

Dimensi imparsialitas meninjau apakah suatu berita memiliki keberpihakan pada satu pihak atau tidak. Imparsialitas secara tidak langsung mengharuskan jurnalis untuk menjaga jarak serta tidak berpihak pada satu sisi pendapat dalam sebuah isu (McQuail, 1992:201).

Imparsialitas terkait pada 2 hal, yaitu netralitas (*neutrality*) dan keseimbangan (*balance*). Keseimbangan berita dapat ditinjau dari hasil tulisan yang bebas dari pendapat serta interpretasi wartawan (Nurudin, 2009:86). McQuail membagi dimensi keseimbangan (*balance*) dalam dua subdimensi, yaitu *equal or propotional access* dan *even handed evaluation* (McQuail, 1992: 201-204).

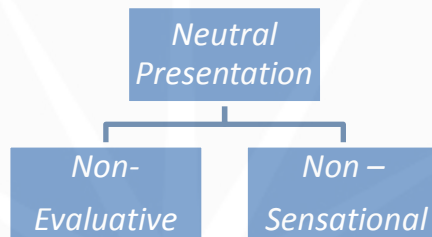


Bagan 2. Dimensi dan Kriteria *Balance*

Equal or propotional access dapat ditinjau dari bagaimana sebuah teks

menyajikan pandangan yang berbeda, apakah hanya dari satu sisi atau seimbang. Sedangkan *even-handed evaluation* meninjau indikator evaluasi dalam sebuah teks, apakah positif, negatif dan netral.

Sedangkan netralitas sebuah berita menunjukkan ketidakberpihakan pada salah satu aktor yang diberitakan. Pemberitaan yang netral akan menyajikan konten yang non-evaluatif dan non sensasional. Artinya, bahwa pemberitaan tidak mengarahkan pembacanya dan tidak diberitakan secara berlebihan (sensasional).



Bagan 3. Dimensi dan Kriteria Netralitas

McQuail (1992, 233) mengungkapkan indikator untuk melihat adanya sensasionalisme, yaitu :

- ✓ Personalisasi : ada penonjolan pada tokoh atau aktor yang memiliki pengaruh
- ✓ Emosionalisme : melihat keberadaan kata-kata yang menunjukkan emosi seperti sedih, gembira, marah, dan lain-lain.
- ✓ Dramatisasi : meninjau adanya informasi yang hiperbolik atau dilebih-lebihkan.

Pada dasarnya, berita yang objektif akan menyampaikan informasi secara

hati-hati, terkendali, serta mengambil jarak.

F. Kerangka Konsep

F.1. Pers

Pers, dalam bahasa Belanda memiliki arti menekan atau mengepres. Secara harafiah pers merupakan komunikasi yang dilakukan dengan perantara barang cetakan (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2006:17). Pada perkembangannya, pers dalam jurnalistik tidak lagi terbatas hanya untuk media cetak saja. Pers mencakup keseluruhan aktivitas mengumpulkan dan mengolah fakta baik melalui media cetak maupun elektronik.

Pers dapat dipahami dalam dua pengertian, sempit dan luas. Dalam pengertian luas, pers mencakup semua media komunikasi massa, seperti radio, televisi, dan film yang berfungsi memancarkan atau menyebarkan informasi, berita, gagasan, pikiran, atau perasaan seseorang atau sekelompok orang kepada orang lain. Pers dalam arti luas ini dapat juga disebut media massa (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2006:17).

Dalam pengertian sempit, pers hanya digolongkan produk-produk penerbitan yang melewati proses percetakan, seperti surat kabar harian, tabloid majalah mingguan, majalah tengah bulanan dan sebagainya yang dikenal sebagai media cetak. Dalam penelitian ini, pers akan mengarah pada pengertian sempit secara khusus pada surat kabar (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2006:17).

Kehadiran pers tidak semata-mata tanpa arti. Pers memiliki fungsi-fungsi yang secara garis besar mencakup empat hal sebagai berikut (Barus, 2010:16-18).

a. **Memberi Informasi**

Pers sebagai media massa berfungsi menyampaikan informasi yang aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, serta berimbang dan etis.

b. **Mendidik**

Pers berfungsi untuk mendidik sebagai bentuk tanggung jawab sosial.

Pers juga tidak diperbolehkan menyebarkan informasi yang tidak benar.

Ini sebagai bentuk pers yang mendidik khalayaknya.

c. **Memberi Hiburan**

Pers memiliki kewajiban memberi bentuk rekreasi atau hiburan bagi khalayaknya. Diharapkan bentuk hiburan tersebut dapat sekaligus mendidik khalayak.

d. **Melakukan Kontrol Sosial**

Pers berfungsi mengontrol masyarakat serta 3 pilar kekuasaan (eksekutif, legislatif dan yudikatif).

Sumadiria (2006:36-38) dalam bukunya *Jurnalistik Indonesia*, menyatakan bahwa pers juga memiliki karakteristik atau ciri-ciri spesifik. Berikut lima ciri spesifik pers yang dapat diidentifikasi, yaitu :

a. **Periodisitas**

Pers memiliki periode terbit yang harus teratur, misalnya harian, mingguan, dwi mingguan, bulanan atau tri wulan.

b. **Publisitas**

Pers mempunyai sasaran publikasi ke khalayak luas. Khalayak tersebut

sifatnya heterogen baik dari segi geografis maupun psikologis.

c. Aktualitas

Pers wajib menyuguhkan informasi yang memiliki unsur kebaruan (aktual). Peristiwa yang sedang terjadi atau baru saja terjadi merupakan informasi yang aktual.

d. Universalitas

Pers memiliki sifat universal, ditujukan untuk umum. Sumber dan materi yang diunggah oleh pers juga memiliki keragaman, tidak *pakem* pada satu materi saja.

e. Objektivitas

Pers harus menjunjung tinggi objektivitas. Pers berkuat pada fakta, kebenaran, relevansi, kelengkapan informasi, netral dan seimbang.

F.2. Berita

Berita menduduki posisi utama dalam praktek jurnalistik. Hampir sebagian besar atau bahkan seluruh produk jurnalistik adalah berita. Mendefinisikan berita cukup sulit, belum ada batasan yang benar-benar kokoh. Dengan demikian definisi berita cukup beragam disampaikan oleh pakar jurnalistik.

Willian C. Bleyer menyatakan, berita adalah suatu kejadian aktual yang diperoleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena menarik atau mempunyai makna bagi pembaca (Barus, 2010:26).

Jakob Oetama dalam bukunya *Perspektif Pers Indonesia* menyatakan, berita itu bukan fakta, tapi laporan tentang fakta itu sendiri. Suatu peristiwa menjadi berita hanya apabila ditemukan dan dilaporkan oleh wartawan atau membuatnya masuk dalam kesadaran publik dan dengan demikian menjadi pengetahuan publik (Barus, 2010 :26).

Rahayu (2006:7-26) menyatakan, terdapat beberapa indikator yang berguna dalam meninjau kinerja pemberitaan, antara lain :

a. *Factualness*

Terkait dengan sejauh mana berita dinyatakan faktual. Dalam artian, berita sesuai dengan peristiwa yang terjadi (fakta).

b. *Accuracy*

Merupakan tingkat keakuratan sebuah berita. Berita yang akurat kebenarannya merupakan berita yang berkualitas dan menciptakan kredibilitas dari khalayak.

c. *Completeness*

Apabila Informasi yang disajikan dalam berita lengkap dan menyeluruh.

d. *Relevance*

Sebuah berita akan dinilai relevan apabila informasi yang disuguhkan merupakan informasi yang penting.

e. *Balance*

Memiliki pengertian sebagai keseimbangan, ketidakberpihakan

media dalam menyajikan suatu berita.

f. Neutrality

Berita dapat dikatakan memenuhi netralitas apabila informasinya mengandung unsur ketidakberpihakan. Netralitas dapat dinilai salah satunya dari pemilihan kata.

G. Unit Analisis

Tabel 1.
Unit Analisis dan Kategori Penelitian

NO	DIMENSI	UNIT ANALISIS	SUB UNIT ANALISIS	KATEGORI
1.	FAKTUALITAS	<i>Truth</i>	Faktualitas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fakta Sosiologis ▪ Fakta Psikologis
		<i>Accuracy</i>	Verifikasi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ada ▪ Tidak Ada
			Percampuran opini dan fakta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ada ▪ Tidak ada
		<i>Relevance</i>	Keterkaitan narasumber dengan pemberitaan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relevan ▪ Tidak relevan
			Nilai berita <ul style="list-style-type: none"> • <i>Significance</i> • <i>Prominence</i> • <i>Magnitude</i> • <i>Timelines</i> • <i>Proximity</i> • <i>Human Interest</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengarah ke <i>significance</i> ▪ Mengarah ke <i>human interest</i>
			Kesesuaian judul dan isi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sesuai ▪ Tidak sesuai

		<i>Informative ness</i>	Elemen pelengkap	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ada gambar, grafik, foto, tabel ▪ Tidak ada gambar, grafik, foto, tabel
		<i>Complete Ness</i>	Kelengkapan berita 5W+1H	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lengkap ▪ Tidak Lengkap
2.	IMPARSIALITAS	<i>Neutrality</i>	<i>Sensationalism</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ada ▪ Tidak ada
		<i>Balance</i>	<i>Cover both side</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Satu Sisi ▪ Dua Sisi ▪ Multi Sisi
			<i>Even Handed Evaluation</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Positif ▪ Negatif ▪ Netral

H. Definisi Operasional

H.1. Faktualitas (*Factuality*)

1. Kebenaran (*Truth*)

Kebenaran ini condong pada sejauh mana berita itu *reliable* dan *credible*, dengan kata lain apakah fakta yang dimunculkan dalam berita dapat dipercaya dan menempuh konfirmasi terhadap narasumber terkait. Kebenaran ini memiliki kaitan erat dengan *factualness*, *accuracy*, *relevance* dan *informativeness*. Suatu berita dikatakan faktual apabila informasi yang disampaikan berdasar pada fakta-fakta yang ada. Faktual ini terbagi dalam dua kategori sebagai berikut :

- a. Fakta Sosiologis, merupakan berita yang bahan bakunya berupa peristiwa/ kejadian nyata/faktual. Misalnya, berita mengenai partai

NasDem, informasi yang disampaikan benar-benar berdasar peristiwa yang terjadi. Wartawan secara langsung melihat peristiwa yang terjadi. Tidak ada unsur opini atau pendapat dari pihak tertentu.

b. Fakta Psikologis, merupakan berita yang bahan bakunya berupa interpretasi subyektif (pernyataan/opini) dari narasumber terhadap sebuah fakta.

2. Akurasi (*Accuracy*)

2.1 Verifikasi Data

a. Ada, apabila terdapat verifikasi data dalam berita. Fakta yang ada dapat dikonfirmasi dan dapat dibuktikan kebenarannya. Hal ini dilihat dari adanya pernyataan dari narasumber yang terlibat. Misalnya diambil pada salah satu berita berjudul “Puluhan Ribu Kader NasDem Sulsel Mengundurkan Diri”. Ada verifikasi apabila penyebutan puluhan ribu kader tersebut diikuti dengan pernyataan dari narasumber yang terkait, misalnya dari Ketua DPW Partai NasDem Sulsel.

b. Tidak ada, apabila fakta yang ada tidak dapat dikonfirmasi dan tidak dapat dibuktikan kebenarannya. Hal ini dilihat jika informasi yang disampaikan tidak disertai dengan penyebutan narasumber, atau narasumber anonim. Misalnya, penyebutan puluhan ribu kader NasDem mengundurkan diri tidak disertai dengan pernyataan dari narasumber.

2.2 Akurasi (Pencampuran Fakta dan Opini)

a. Ada, apabila terdapat opini atau pendapat pribadi wartawan dalam teks

berita. Opini tersebut dapat dilihat dari kata tampaknya, sepertinya, seakan-akan, dan kata opini lain yang terdapat dalam isi berita.

b. Tidak ada, apabila tidak ditemui opini, pendapat, interpretasi dalam isi berita.

3. Relevansi (*Relevance*)

Relevansi sebuah berita dilihat pada bagaimana keterkaitan narasumber pada sebuah berita. Apakah narasumber memang mengalami atau kompeten dengan peristiwa tersebut atau tidak. Selain itu, relevansi juga dilihat berdasarkan indikator kelayakan berita (*newsworthiness*). Apabila sebuah berita mengandung nilai-nilai tersebut dengan lengkap, maka berita tersebut dikatakan layak untuk dimuat. Kesesuaian judul dan isi berita juga menjadi indikator dalam melihat relevansi berita.

3.1 Keterkaitan Narasumber

Melihat apakah narasumber adalah orang yang mengalami, saksi atau pakar dari peristiwa yang diberitakan.

a. Relevan

Apabila ada informasi jelas mengenai narasumber dan keterkaitannya pada peristiwa yang diberitakan. Misalnya, pada peristiwa hengkangnya Hary Tanoesoedibjo dari Partai NasDem, narasumber yang dipilih adalah orang-orang yang terkait seperti Ketua Umum Partai NasDem.

b. Tidak Relevan

Apabila tidak ada informasi yang lengkap dan jelas mengenai narasumber

dan keterkaitannya pada peristiwa yang diberitakan. Misalnya pada pemberitaan yang sama, narasumber yang dipilih adalah tokoh-tokoh dari partai lain. Hal itu dinilai tidak relevan.

3.2. Nilai Berita

Relevansi dengan standar jurnalistik dapat dilihat dari adanya aspek kelayakan berita (*newsworthiness*), yaitu *significance*, *magnitude*, *timeliness*, *proximity*, *prominence*, dan *human interest*. Penilaian relevansi berdasarkan nilai beritanya adalah sebagai berikut :



Sumber : Ashadi Siregar (1998:27)

Apabila berita mengarah pada kategori penting atau signifikan, maka berita tersebut mengandung nilai berita *significance*, *timeliness*, *magnitude* dan *proximity*. Berita yang mengarah ke *significance* berarti mengedepankan nilai pentingnya berita tersebut untuk diketahui khalayak. Misalnya, berita mengenai hengkangnya Hary Tanoesoedibjo dari kepeguruan partai NasDem.

Sedangkan, apabila berita tersebut mengandung nilai berita *prominence* dan *human interest*, maka berita tersebut mengarah pada

kategori berita menarik atau *human interest*. Berita yang mengarah ke nilai *human interest* berarti hanya mengedepankan unsur menarik tidaknya berita dan mengurangi nilai pentingnya berita tersebut bagi khalayak. Misalnya, ulasan kegiatan sehari-hari dari salah satu punggawa NasDem, yaitu Hary Tanoesoedibjo.

3.3 Kesesuaian antara judul dan isi berita

- a. Sesuai, apabila judul mencerminkan isi beritanya, juga apabila isinya tidak menyimpang dan sesuai dengan judul yang ada.
- b. tidak sesuai, apabila judul dan isi berita tidak sesuai atau menyimpang.

4. *Informativeness*

Terkait dengan elemen-elemen pelengkap yang ada dalam berita, misalnya gambar, grafik, foto, tabel serta gaya penulisan. Elemen pelengkap ini digunakan dalam menyajikan sebuah berita supaya lebih lengkap dan jelas.

5. Kelengkapan (*Informativeness*)

Adanya kelengkapan informasi dalam sebuah berita, yang dinilai dari adanya unsur 5W + 1H.

a. Lengkap

Apabila dalam berita menyebutkan unsur 5W+1H. *What*, apabila terdapat informasi mengenai apa yang terjadi. *Who* apabila menyebutkan siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut. *Why* apabila dijelaskan mengapa peristiwa tersebut terjadi. *Where* dan *when*, apabila dalam berita dijelaskan dimana dan kapan peristiwa tersebut terjadi. *How*, adalah bagaimana hasil atau dampak dari

peristiwa yang diberitakan.

b. Tidak lengkap

Apabila berita yang dianalisis tidak mengandung satu atau lebih unsur-unsur 5W + 1H.

H.2 Imparsialitas (*Impartiality*)

1. Netralitas (*Neutral Presentation*)

Melihat apakah media memihak pada satu pihak dalam memberikan fakta. Netralitas dapat diukur dengan melihat arah pemberitaan, pernyataan narasumber, jumlah narasumber seimbang dan pemilihan kata yang digunakan oleh jurnalis. Berikut indikator penilaian netralitas sebuah berita :

1.1 Sensasionalisme

a. Ada, apabila terdapat unsur berita baik judul maupun kontennya yang sensasional. Misalnya penggunaan kata atau kalimat yang berlebihan, judul yang ditulis secara besar maupun dicetak dengan warna mencolok, misalnya merah.

b. Tidak ada, apabila tidak terdapat judul maupun isi berita yang mencerminkan sifat sensasional.

2. Keseimbangan (*Balance*)

Merupakan keseimbangan dalam penyajian pendapat, komentar dari pihak-pihak tertentu dalam suatu berita. Keseimbangan ini dapat dilihat dari beberapa indikator, antara lain :

2.1. *Cover both sides*, yaitu menyajikan pandangan dua pihak yang

berlawanan secara seimbang. Kategori yang akan dilihat dari *cover both side*, antara lain:

- Satu sisi, yaitu: berita hanya berisi 1 sumber saja. Misalnya, dalam berita hanya dimunculkan pendapat dari kubu Hary Tanoesoedibjo saja atau Surya Paloh saja.
- Dua sisi, yaitu: berita yang berisi dua pandangan dan informasi yang berlainan pihak. Misalnya, dalam berita disajikan pandangan dari pihak Hary Tanoesoedibjo dan Surya Paloh.
- Multi sisi, yaitu: berita yang berisi banyak sudut pandang yang diberikan oleh sumber berita sehingga objektivitas tetap terjaga. Misalnya, dalam berita tersebut tidak hanya disuguhkan pendapat dari pihak Hary Tanoesoedibjo dan Surya Paloh sebagai bagian dari partai NasDem saja, tapi juga pendapat dari partai lainnya maupun pengamat politik.

2.2 *Even handed evaluation* (nilaiimbang) adalah menyajikan evaluasi dua sisi, baik negatif maupun positif terhadap fakta maupun pihak-pihak yang menjadi berita secara bersamaan dan proporsional. Untuk mengukur *even handed evaluation*:

- a. Positif, adalah ketika berita yang disajikan mengandung pernyataan, kalimat, kata yang memberikan gambaran positif mengenai partai NasDem.
- b. Negatif, adalah ketika berita yang disajikan mengandung

pernyataan, kalimat, kata yang memberikan gambaran negatif pada partai NasDem.

- c. Netral, adalah ketika berita yang disajikan berisi hal-hal positif maupun negatif dari partai NasDem, sehingga pada akhirnya berita menjadi netral.

I. Metodologi Penelitian

I.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian positivistik. Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif. Paradigma positivistik, secara khusus kaitannya dengan media dan berita, memandang bahwa realitas sifatnya objektif. Realitas di sini diartikan sebagai materi berita yang ada di sekitar kita. Wartawan atau pekerja media meliput realitas yang sudah ada dan tinggal diambil saja. Fakta dalam pandangan positivistik bukan merupakan konstruksi dari wartawan dan sifatnya tidak relatif (Eriyanto, 2007:20-21).

Pandangan positivistik menyatakan bahwa berita merupakan representasi atas fakta yang terjadi. Setidaknya, berita yang disampaikan merupakan cerminan dari kenyataan yang ada, dengan kata lain, berita sama dengan fakta yang diliput. Tanpa mengakomodasi imbuhan, pandangan subjektif atau opini dari wartawan (Eriyanto, 2007:25-27).

Media dalam pandangan positivistik dipahami sebagai saluran atau sarana pesan disebarkan dari komunikator ke khalayak (Eriyanto, 2007:22).

Media tidak mengintervensi realitas atau pesan yang akan disampaikan ke penerima. Sedangkan wartawan, dianggap sebagai pelapor, yang bertugas menyampaikan fakta yang ada di lapangan sesuai dengan apa yang terjadi. Wartawan mengambil jarak dengan fakta yang diliputnya, supaya fakta yang diperoleh benar-benar apa adanya (Eriyanto, 2007:29).

I.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif. Analisis isi kuantitatif banyak digunakan dalam penelitian bidang komunikasi. Analisis isi (*content analysis*) merupakan metode penelitian yang melakukan analisis secara mendalam soal isi berita di media massa baik cetak maupun elektronik.

Analisis isi kuantitatif dipakai untuk mengukur aspek-aspek tertentu dari isi yang dilakukan secara kuantitatif. Prosedurnya adalah dengan jalan mengukur atau menghitung aspek dari isi dan menyajikannya secara kuantitatif. Analisis isi ini hanya memfokuskan pada materi yang tersurat (*manifest*) saja. Peneliti hanya memberi tanda (*coding*) apa yang dilihat baik itu berupa suara, tulisan, atau gambar (Eriyanto, 2011:1).

Analisis isi ini meninjau lebih dalam mengenai isi, karakteristik pesan dan perkembangan dari sebuah isi media (Eriyanto, 2011:11). Analisis isi menjunjung tinggi unsur nilai objektif, sistematis, dan kuantitatif. Di dalamnya juga dipertimbangkan validitas, reliabilitas dan replikabel.

Sebagaimana pengertian objektif, maka penelitian dengan analisis isi

berguna untuk memperoleh hasil yang apa adanya dan tidak adanya subjektivitas dari peneliti. Peneliti tidak berhak untuk andil atau mengintervensi hasil penelitian ini.

Selain objektif, penelitian dengan analisis isi juga harus bersifat sistematis. Dengan kata lain, penelitian harus melalui tahapan dan proses yang jelas dan sistematis. Replikabel, menjadi unsur berikutnya dalam analisis isi. Replikabel bermakna sebagai berikut, penelitian dengan objek dan metode yang sama haruslah memperoleh hasil yang sama pula. Hasil yang sama ini berlaku untuk peneliti yang berbeda, waktu yang berbeda serta konteks yang berbeda pula (Neuendorf 2002 dalam Eriyanto, 2011 : 21).

Analisis isi menganalisis pada objek materi yang nampak. Namun terdapat perdebatan dari para ahli mengenai hal tersebut. Beberapa menyatakan bahwa analisis isi dapat digunakan bagi objek yang tersurat maupun tersirat. Namun beberapa menyatakan bahwa analisis isi hanya dapat difungsikan bagi materi yang tersurat saja. Riffe, Lacy dan Fico (1998 dalam Eriyanto, 2011:23) memberikan solusi bagi perdebatan ini. Mereka menyatakan bahwa isi yang nampak dapat dinilai pada proses coding dan pengumpulan data. Sedangkan isi yang tidak nampak dapat dimasukkan pada tahap analisis data.

Analisis isi memberikan rangkuman mengenai karakteristik sebuah isi dari media massa. Analisis isi tidak memberikan penjelasan secara detail

mengenai persoalan tersebut. Selain itu, analisis ini juga memiliki sifat generalisasi. Seperti penelitian kuantitatif pada umumnya, hasil dari penelitian ini bersifat umum dan menggambarkan populasi secara keseluruhan.

I.3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan cara berpikir deduktif, di mana kerangka analisisnya dimulai dari persoalan-persoalan yang umum ke persoalan-persoalan yang khusus. Penelitian kuantitatif menggunakan silogisme dimana alur berpikirnya berbentuk serupa piramida terbalik, dari teori ke data atau informasi.

Sifat penelitian ini merupakan analisis isi deskriptif. Dengan demikian, penelitian ini hanya menggambarkan variabel pada teks berita yang sesuai. Analisis ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis namun hanya mendeskripsikan aspek-aspek yang diukur dalam isi suatu berita (Eriyanto, 2011 : 46-47).

I.4. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan berita yang diterbitkan oleh SKH Seputar Indonesia dari bulan Oktober 2011- Februari 2013. Jumlah berita mengenai partai NasDem pada periode tersebut adalah 60 berita.

I.5. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif.

Data-data yang hendak di analisis adalah sebagai berikut.

- a. Data Primer : data primer diperoleh dari sumber primer, atau sumber asli yang memuat informasi serta data yang dibutuhkan (Amrin, 1995:132). Peneliti mengumpulkan artikel – artikel teks media dari SKH Sindo. Keseluruhan format beritanya merupakan *hard news*, dan terletak di beberapa rubrik.
- b. Data Sekunder :data ini diperoleh dari sumber yang bukan merupakan sumber asli (Amrin, 1995:132). Pada data sekunder, peneliti memperoleh data dari studi pustaka yang juga sebagai referensi teori. Selain itu, peneliti juga mengandalkan penelitian sebelumnya terkait imparialitas pemberitaan sebagai acuan penelitian. Referensi berita dari surat kabar maupun sumber internet juga menjadi data yang diperoleh peneliti.

I.6. Metode Pemilihan Media

Media cetak yang peneliti gunakan adalah SKH Seputar Indonesia (SINDO). SINDO merupakan media cetak yang tergabung dalam PT Media Nusantara Informasi (MNI), sebagai *sub-sidiary* dari PT. Media Nusantara Citra (MNC). MNC menaungi RCTI, TPI, Global TV dan Trijaya Network. Pemilihan koran ini disebabkan oleh adanya afiliasi antara koran ini dengan partai NasDem. Terutama setelah Hary Tanoesoedibjo selaku pemimpin umum SKH SINDO turut bergabung ke partai NasDem. Peneliti ingin meninjau apakah SKH Sindo berpedoman pada obyektivitas saat memberitakan partai NasDem terutama saat Hary Tanoesoedibjo bergabung sampai pasca kasus hengkangnya dari partai NasDem.

I.7. Metode Pemilihan *Time Frame*

Penelitian ini menggunakan berita pada rentang waktu bulan Oktober 2011 -Februari 2013. Rentang waktu ini meliputi peristiwa bergabungnya Hary Tanoesoedibjo ke partai NasDem sampai dengan peristiwa hengkangnya dari Partai NasDem. Pada bulan Februari 2013, pemberitaan mengenai partai NasDem masih ditemukan di SKH SINDO. Sedangkan pada bulan Maret, tidak ditemukan pemberitaan partai NasDem.

Pada bulan Maret juga merupakan momen Hary Tanoesoedibjo bergabung ke partai Hanura dan membentuk Organisasi Masyarakat Perindo. Dengan demikian dilihat dari frekuensi pemberitaan, SKH SINDO sedikit memberitakan partai NasDem di bulan Maret dan seterusnya.

I.8. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis teks berita, dibutuhkan adanya lembar koding (*coding sheet*) serta panduan untuk mempermudah analisis. Lembar koding berisi unit analisis yang telah dibuat sebelumnya. Hasil dari analisis tersebut nantinya dihitung dan dimasukkan ke dalam tabel. Setelah mendapatkan hasil dalam bentuk numerik, peneliti akan menjelaskan secara deskriptif.

I.9. Uji Reliabilitas

Analisis isi menekankan pada hasil penelitian yang objektif. Dalam halnya meneguhkan penelitian yang obyektif, hasil pengukuran dari proses analisis perlu untuk diuji ulang melalui uji reliabilitas. Ole R.Holsty mengungkapkan rumus yang digunakan dalam pengujian reliabilitas.

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2} \times 100\%$$

$$N1 + N2$$

CR = Coefficient reliability

M = hasil koding yang sama dari dua orang koder

N1 + N2 = jumlah pernyataan yang diberi kode oleh pengkoding

Dinyatakan *reliable* apabila hasilnya minimal 70% (0,7). Apabila mendapatkan hasil tersebut, maka penelitian dapat diterima sebagai keterpercayaan.