

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti dalam melakukan penelitian agar bisa menemukan perbandingan dan inspirasi baru dalam rangka menunjukkan kebaruan penelitian mengenai analisis isi dengan metode kuantitatif, sehingga penulis dapat lebih terarah selama menyusun penelitian ini. Melalui penelitian sebelumnya, peneliti juga melihat teori – teori yang dapat mendukung hasil penelitian. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Teori dan Metodologi	Perbedaan Penelitian	Hasil penelitian
1.	Anandita Getar Rezha Pratama, 2020 Skripsi Jurnalisme Lingkungan: Analisis Isi Agenda Setting Pemberitaan Permasalahan Lingkungan Hidup pada Media Daring Kompas.com dan Okezone.com (Edisi 1-31 Januari 2020)	Teori: Teori Agenda Setting Metodologi Analisis Isi Kuantitatif dengan pendekatan Deskriptif Kuantitatif	Perbedaan penelitian terletak pada media <i>online</i> yang digunakan dan perbedaan lainnya terletak pada objek maupun subjek kajian, objek pada penelitian ini ialah pemberitaan masalah lingkungan hidup di media daring Kompas.com dan Okezone.com selama 1 – 31 Januari 2020 sedangkan subjeknya jurnalisme lingkungan.	Dari hasil penelitian, persentase jurnalisme lingkungan di media daring Kompas.com sebesar yakni 3% dari 392 sampel data berita, namun dibandingkan dengan isu-isu yang tidak termasuk isu lingkungan di Kompas.com sebesar 96,9%. Lalu, Pada Okezone.com mengenai pemberitaan permasalahan lingkungan hidup sebesar 5% dari 388 sampel,

				dibandingkan dengan isu yang tidak termasuk isu lingkungan di Okezone.com sebesar 97,16%. disimpulkan jurnalisme lingkungan bukan menjadi isu yang ditunjukkan oleh Okezone.com dan kompas.com.
2.	<p>Aldiansyah Nurrahman 2017</p> <p>Skripsi</p> <p>Agenda Media Tentang Isu-Isu Agama Terkait Pemilihan Kepala Daerah (Studi Analisis Isi Pemberitaan tentang Pemilihan Kepala Daerah Di Kompas.com dan Liputan6.com</p>	<p>Teori:</p> <p>Teori Agenda Setting</p> <p>Metodologi:</p> <p>Analisis isi dengan pendekatan Deskriptif Kuantitatif</p>	<p>Perbedaan penelitian ini ada di media online yang dipergunakan. Perbedaan pada objek maupun subjek kajian, yaitu objek dalam penelitian ini adalah pemberitaan terkait pemilihan Kepala Daerah di Kompas.com dan Liputan6.com sedangkan subjek dari penelitian ini adalah isu agama mengenai pemilihan Kepala Daerah.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan antara Kompas.com dan Liputan 6.com. Pemberitaan Kompas.com lebih banyak membahas mengenai isu-isu agama terkait pemilihan daerah lebih, sedangkan Liputan6.com lebih banyak membahas mengenai kegiatan ibadah yang dilaksanakan calon Kepala Daerah. Pada penelitian ini, bahwa media massa menunjukkan isu agama dengan pilkada terkhusus mengenai dukungan dna aktivitas ibadah pada calon kepala daerah.</p>
3.	<p>Andrian Bernardus, 2018</p> <p>Skripsi</p> <p>Agenda Pemberitaan Media Terkait Kasus Penistaan Agama (Analisis isi Kuantitatif Harian Kompas dan Republika)</p>	<p>Teori:</p> <p>Teori Agenda Setting</p> <p>Metodologi:</p> <p>Analisis isi kuantitatif dengan pendekatan Deskriptif Kuantitatif</p>	<p>Perbedaan penelitian pada media massa yang digunakan yakni media cetak dan juga terletak pada objek maupun subjek yang digunakan dalam penelitian yang berfokus pada pemberitaan mengenai kasus penistaan Agama di Harian Kompas dan Republika.</p>	<p>Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dari agenda media pada surat kabar Kompas dan Harian Republika pada periode Oktober hingga Desember 2016 dengan 174 berita dalam menonjolkan kasus penistaan agama lebih cenderung dibahas, dari kedua media tersebut sama-sama lebih dominan pada nada pemberitaan yang netral. Akan tetapi, pada kompas.com juga memiliki nada pemberitaan mendukung dengan 4,25% berita dan</p>

				pada Harian Republika memiliki nada pemberitaan yang negatif sebesar 11,81%.
4	<p>Paramitha Cahya Martha, 2018</p> <p>Skripsi</p> <p>Analisis Agenda Media Program Redaksi CNN Indonesia Siang Edisi 1 Juli – 1 Agustus 2018</p>	<p>Teori:</p> <p>Teori Agenda Setting</p> <p>Metodologi:</p> <p>Analisis isi dengan pendekatan Deskriptif Kuantitatif</p>	<p>Perbedaan penelitian ada di media massa yang digunakan yakni media elektronik dan terdapat pada objek yaitu CNN Indonesia Siang Edisi 1 Juli – 1 Agustus 2018.</p>	<p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa program redaksi CNN Indonesia Siang selama 1 Juli – 1 Agustus 2018 menyiarkan berita ringan lebih banyak dengan total 87 berita (23,9%) dari 364 berita dan juga pemberitaan pada program redaksi CNN Indonesia Siang lebih banyak sentimen netral dibandingkan dengan negatif maupun positif karena pemilihan narasumber yang dipilih dari dua pihak.</p>
5.	<p>Ningtyas Septiani Putri, Helmi Hidayat dan R. Cecep Romli, 2021</p> <p>Jurnal</p> <p>Isu Politik pada Pilkada Serentak 2020 di Media Daring: Analisis Isi Pemberitaan Kompas.com</p>	<p>Teori:</p> <p>Teori Agenda Setting</p> <p>Metodologi:</p> <p>Analisis isi dengan pendekatan Deskriptif Kuantitatif</p>	<p>Perbedaan penelitian terletak pada objek yaitu Kompas.com. Sedangkan, subjeknya isu politik pilkada serentak 2020</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan isu dinasti politik pada pilkada serentak tahun 2020 berimbang berdasarkan analisis isi pada jumlah paragraf yang mendukung pasangan calon berlatar dinasti politik sekaligus pemberitaan yang mengkritiknya dan sikap penulisan yang dominan netral.</p>
6.	<p>Immanuel Hasintongan, Dr. Imam Nuraryo S.Sos., M.A (Comms)., 2019</p> <p>Jurnal</p>	<p>Teori:</p> <p>Teori Agenda Setting</p> <p>Metodologi:</p> <p>Analisis isi dengan pendekatan Deskriptif Kuantitatif</p>	<p>Perbedaan penelitian terletak pada media yang digunakan yaitu media baru atau new media pada media sosial Youtube dan terdapat juga pada objek dan subjek, objek yakni tayangan kanal youtube USS (Urban Sneakers Society) Feed tahun</p>	<p>Hasil penelitian mengungkapkan bahwa isi kanal youtube USS Feed tahun 2019 memiliki kecenderungan pesan, kata dan kalimat ke dunia fashion dalam gaya hidup metroseksual anak muda. Frekuensi kata dalam kategori fashion memiliki hasil persentase lebih</p>

	Analisis isi Kanal Youtube USS (Urban Sneakers Society) Feed Tahun 2019		2019 subjeknya isi kanal youtube USS Feed tahun 2019	besar dibandingkan dengan kategori non fashion
7.	Endah Sufi Sudrajat, Vidya Kusumawardani, 2021 Jurnal Analisis Isi Pemberitaan Penerimaan Vaksinasi Covid-19 di Indonesia (Studi Kasus pada Media Kompas.com Edisi 25 Februari – 25 Mei 2021)	Teori: Teori Agenda Setting Metodologi: Analisis isi dengan pendekatan Deskriptif Kuantitatif	Perbedaan penelitian terletak pada media online yang digunakan dan terdapat juga pada objek dan subjek, pada objek yakni pemberitaan vaksinasi covid-19 di Indonesia pada media Kompas.com dan pada subjek yakni pemberitaan vaksinasi covid-19	Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis pemberitaan vaksinasi covid-19 di Kompas.com edisi 25 Februari – 25 Mei 2021 tergolong positif. Berita positif sebesar 57.1%, berita negatif 23.4% sedangkan netral sebesar 19.5%.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Penelitian terdahulu yang telah dikumpulkan sebelumnya menjadi sebuah acuan dalam melakukan penelitian dan terdapat kesamaan dalam metode penelitian yang digunakan. Peneliti menggunakan penelitian terdahulu berupa tiga jurnal dan empat skripsi. Dari ketujuh penelitian diatas, penulis telah menyebutkan rangkuman dari ketujuh penelitian tersebut.

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Anandita Getar Rezha Pratama (2020) dalam skripsi “Jurnalisme Lingkungan: Analisis Isi Agenda Setting Pemberitaan Permasalahan Lingkungan Hidup pada Media Daring Kompas.com dan Okezone.com (Edisi 1-31 Januari 2020)”, penelitian ini menggunakan teori agenda setting dan metode analisis isi kuantitatif, berfokus pada pemberitaan mengenai lingkungan pada Kompas.com dan Okezone.com. Melalui analisis isi,

dengan menggunakan dimensi *visibility* menunjukkan bahwa portal berita Kompas.com dan Okezone.com tidak memberikan porsi besar untuk pemberitaan permasalahan lingkungan hidup dan tidak menjadikan isu yang dianggap penting.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Andrian Bernardus (2017) dalam skripsi “Agenda Pemberitaan Media Terkait Kasus Penistaan Agama (Analisis isi Kuantitatif Harian Kompas dan Republika)”, penelitian ini menggunakan teori agenda setting dan metode analisis isi kuantitatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa berita kasus penistaan agama lebih cenderung dibahas, berdasarkan *valence* (nada pemberitaan) sama-sama lebih dominan pada pemberitaan yang netral.

Penelitian yang ketiga oleh Aldiansyah Nurrahman (2018) dalam skripsi “Agenda Media Tentang Isu-Isu Agama Terkait Pemilihan Kepala Daerah (Studi Analisis Isi Pemberitaan tentang Pemilihan Kepala Daerah Di Kompas.com dan Liputan6.com)”, penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif dan teori agenda setting yang bertujuan untuk melihat perbandingan yang dominan tentang isu-isu agama terkait pemilihan daerah. Penelitian ini menggunakan dimensi *visibility* yang menunjukkan bahwa terkait isu agama pemilihan daerah lebih dominan di kompas.com, sedangkan liputan6.com lebih dominan memberitakan tentang aktivitas ibadah yang dilakukan calon kepala daerah.

Penelitian keempat dilakukan oleh Paramitha Cahya Martha (2018) dalam jurnal “Analisis Agenda Media Program Redaksi CNN Indonesia Siang Edisi 1 Juli – 1 Agustus 2018”, penelitian ini menggunakan teori agenda setting dengan metode analisis isi kuantitatif, penelitian ini menggunakan pada dimensi *visibility* dan

valence yang berfokus pada jenis berita dan nada pemberitaan, diketahui bahwa program Redaksi CNN Indonesia Siang Edisi 1 Juli – 1 Agustus 2018 lebih banyak menyiarkan tentang berita ringan (*soft news*) dan juga pemberitaan pada program ini lebih banyak dengan nada netral.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Ningtyas Septiani Putri, Helmi Hidayat dan R. Cecep Romli (2021) dalam jurnal “Isu Politik pada Pilkada Serentak 2020 di Media Daring: Analisis Isi Pemberitaan Kompas.com” penelitian ini menggunakan teori agenda setting dan metode analisis isi kuantitatif. Penelitian ini menunjukkan pada dimensi *valence* bahwa pemberitaan kompas.com isu dinasti politik pada pilkada serentak tahun 2020 berimbang berdasarkan jumlah paragraf yang mendukung pasangan calon berlatar dinasti politik dan sekaligus pemberitaan yang mengkritiknya, sedangkan sikap penulisan yang dominan adalah kategori netral.

Penelitian keenam oleh Immanuel Hasintongan, Dr. Imam Nuraryo S.Sos., M.A (Comms). (2019) dalam jurnal “Analisis isi Kanal Youtube USS (Urban Sneakers Society) *Feed* Tahun 2019”, penelitian ini menggunakan teori agenda setting dan metode analisis isi kuantitatif. Penelitian ini melalui dimensi *visibility* pada kanal youtube USS *Feed* tahun 2019 yang memiliki kecenderungan pesan, kata dan kalimat pada dunia fashion dalam gaya hidup metroseksual anak muda.

Penelitian ketujuh yang dilakukan oleh Endah Sufi Sudrajat dan Vidya Kusumawardani (2021) dalam jurnal “Analisis Isi Pemberitaan Penerimaan Vaksinasi Covid-19 di Indonesia (Studi Kasus pada Media Kompas.com Edisi 25

Februari – 25 Mei 2021)”, penelitian ini menggunakan teori agenda setting dan metode analisis isi kuantitatif yang bertujuan untuk melihat isi pemberitaan media online Kompas.com dalam penyebaran informasi tentang vaksinasi covid-19 di Indonesia yang menjadi bagian dari agenda setting. Dengan dimensi *Valence*, Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pemberitaan mengenai vaksinasi covid-19 tergolong positif.

2.1.1 Kebaruan Penelitian

Terkait kesimpulan yang telah peneliti paparkan diatas, tentunya sudah banyak yang telah melakukan penelitian dengan metode analisis isi dan menggunakan teori agenda setting yang mana berfokus pada agenda media. Masing-masing pada penelitian terdahulu memiliki tujuan dan tema yang berbeda terkait metode analisis isi pada agenda media, berkaitan dengan penelitian terdahulu kemungkinan perlu dilakukan adanya pengembangan guna mengetahui analisis isi dengan teori agenda setting lebih dalam, khususnya pada agenda media.

Penelitian yang dilakukan oleh (Pratama, 2020), (Bernardus, 2018), (Nurrahman 2017), (Martha, 2018), (Immanuel & Nuraryo, 2019), (Putri & Hidayat, 2021), dan (Sudrajat & Kusumawardani, 2021), penelitian sebelumnya terkait analisis isi pada suatu portal berita online mengenai pemberitaan covid-19 sudah dilakukan sebelumnya, namun analisis isi terkait pemberitaan pelanggaran protokol kesehatan covid-19 belum dilakukan.

Maka dalam penelitian ini, peneliti ingin mengangkat tentang pemberitaan pelanggaran protokol kesehatan, dengan itu penelitian yang sedang dilakukan saat

ini terdapat sebuah kebaruan dari penelitian sebelumnya, penelitian ini akan menganalisis berita dengan metode analisis isi kuantitatif mengenai kasus kaburnya Rachel Vennya dari karantina.

Oleh sebab itu penelitian ini bersifat orisinal, karena mengangkat isu yang belum pernah dibahas sebelumnya oleh peneliti terdahulu, serta penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis isi berita dan kebijakan redaksional Detik.com dalam mengangkat sebuah isu dengan menggunakan semua dimensi agenda media yaitu *visibility* (visibilitas), *audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), *valence* (valensi).

Selain itu, Penelitian ini juga mengalami penyesuaian terhadap kondisi masyarakat saat ini, sehingga penelitian ini juga akan memberikan pemahaman terkait literasi media kepada pembaca. Dengan adanya penelitian ini, penulis memiliki harapan agar pembaca dapat lebih memahami mengenai analisis isi dan kebijakan redaksional suatu media dalam mengangkat sebuah isu menjadi pemberitaan.

2.2 Kajian Kepustakaan

2.2.1 Studi Analisis Isi

1) Pengertian Analisis Isi

Analisis isi atau *Content Analysis* merupakan metode penelitian yang pembahasannya bersifat mendalam mengenai studi ilmu komunikasi.¹ Metode analisis isi memiliki karakteristik utama yaitu objektif, sistematis, dan bersifat

¹ Eriyanto, (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana

kuantitatif terhadap isi pesan yang manifes atau tampak nyata. Untuk memenuhi aturan analisis isi dengan proses *replicable* yakni prosesnya harus eksplisit dan dapat diterapkan secara sama terhadap semua unit analisis isi. Krippendorff mengatakan bahwa unit analisis merupakan hal yang perlu diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data. Oleh karena itu, dapat dikatakan unit analisis sangat penting karena dengan menentukan analisis yang tepat dapat menghasilkan data yang sah dan memenuhi tujuan penelitian.²

Selain itu, Klaus Krippendorff mendefinisikan analisis isi sebagai metode yang dapat ditiru secara valid untuk menarik kesimpulan dari isi pesan dalam konteks tertentu sebagai objek penelitiannya. Analisis isi digunakan sebagai alat ukur yang ditiru (*replicable*) dan valid dianggap sebagai sebuah metode yang luas atau menyeluruh untuk menemukan sebuah pola informasi dalam isi pesan.

Klaus Krippendorff juga menyebutkan analisis isi sebagai metode yang komprehensif atau luas untuk membaca sebuah pola informasi dalam pesan. Pemanfaatan metode ini menyesuaikan dengan perkembangan media massa, maka itu metode analisis isi dapat mengidentifikasi dan memberikan perhitungan terukur dari isi pesan yang akan diteliti dengan melihat kecenderungan suatu pesan yang ingin disampaikan.³

Klaus Krippendorff merupakan seorang Profesor dalam bidang Komunikasi di Universitas Pennsylvania's *Annenberg School of Communication*. Sejak bukunya

² Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana

³ Klaus Krippendorff, (1993). *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*, Rajawali Pers, Jakarta.

pertama kali diterbitkan pada tahun yaitu *Content Analysis: an introduction to its methodology* (1980), dalam studinya mengenai metode analisis isi telah membantu dan mendefinisikan suatu komunikasi hingga Klaus Krippendorff telah mendapatkan penghargaan dalam memperkenalkan metode terkini dalam menganalisis struktur tekstual masyarakat yang baru.

Bernard Berelson (1959) mengartikan analisis isi dengan “*content analysis is a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication*” yaitu teknik penelitian yang mendeskripsikan secara objektif, sistematis dan deskripsi kuantitatif dari apa yang tampak (*manifest*) dalam komunikasi. Kendati demikian, banyak kritik yang telah disampaikan terhadap pendapat Berelson mengenai perkembangan analisis isi, akan tetapi analisis isi dilakukan secara objektif dan sistematis dalam menganalisis isi yang terlihat dalam komunikasi tentunya menjadi penting untuk perbincangan saat ini.⁴

Walaupun pada awalnya analisis isi dikembangkan melalui metode kuantitatif. Namun, seiring waktu analisis isi mulai berkembang dengan metode kualitatif. Adapun pendapat dari Krippendorff yang mengatakan bahwa setidaknya terdapat empat jenis analisis isi yang digunakan dengan metode kualitatif yaitu pertama, analisis wacana atau *disclosure analysis*, dapat digambarkan analisis wacana berusaha memberikan artian yang lebih dari sekedar kata/frase yang ditulis

⁴ Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

oleh pengarang. Analisis wacana berfokus pada bagaimana fenomena tertentu dimunculkan oleh pengarang teks.

Karya Van Dijk (1991) merupakan salah satu penelitian yang menggunakan analisis wacana dengan mencoba mengkaji mengenai pers yang menghadirkan isu-isu rasisme seperti munculnya representasi minoritas, interpretasi konflik atau pertikaian antar etnis, dan mengumpulkan data mengenai pemberian stereotip (ulasan buruk terhadap suatu kelompok). Pendekatan analisis wacana berusaha mengungkap nilai-nilai (*values*) yang berkembang dalam pemahaman pengarang untuk memberikan informasi mengenai suatu hal yang disampaikan secara tidak langsung (*explicit*).

Kedua, analisis retorika atau *rhetorical analysis* yang berfokus pada bagaimana menyampaikan pesan tersebut dan dampaknya (langsung maupun jangka panjang) pada pembaca atau penerima pesan. Analisis retorika digunakan untuk mengidentifikasi bagian dari struktural dalam pidato, mulai dari ekspresi, gaya argumentasi, dan gerak tubuh serta penekanan. Salah satu penelitian yang menggunakan analisis retorika adalah “*Kathleen Hall Jameson’s book Packaging the Presidency*” (1984) yang membahas tentang pidato-pidato presiden Amerika Serikat.⁵

Ketiga, analisis isi etnografis atau *ethnographic content analysis*. Analisis ini dikemukakan oleh Atheleide (1987). Meskipun terkesan kualitatif-antropologis,

⁵ Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: an introduction to its methodology*. New York: Sage Publication.

pendekatan ini tidak terlepas dari metode kuantitatif tetapi lebih mendukung perhitungan data dari analisis dengan tulisan. Pendekatan ini dilakukan dengan deskripsi naratif yang menitikberatkan pada situasi yang berkembang, *setting*/kondisi, tren atau gaya, gambar, makna dan gagasan penting untuk diketahui/dipahami oleh aktor atau pembicara.

Keempat, analisis percakapan atau *conversation analysis*. Analisis ini dilakukan mulai dengan merekam percakapan dengan pengaturan (*setting*) dan tujuan yang biasa/umum. Kemudian, hasil dari rekaman tersebut dianalisis lebih dalam menjadi konstruksi kolaboratif. Analisis percakapan pertama kali digunakan oleh Harvey Sack (1974) dengan judul "*History 17*" tentang lawakan (jokes) dari komunikator.

Dapat terlihat bahwa analisis dapat digunakan dengan menganalisis semua bentuk isi komunikasi. Sehingga, analisis isi hadir dengan memiliki dua pendekatan yaitu kuantitatif dan kualitatif, tergantung pada pemahaman yang dapat digunakan oleh peneliti dan bagaimana peneliti dapat memanfaatkannya.

Krippendorff menyarankan agar tidak saling bertentangan diantara kedua metode tersebut karena memisahkan keduanya adalah sebuah kesalahan. Analisis isi kuantitatif dilakukan melalui pengkodean dan perhitungan data secara eksplisit dan objektif. Begitu juga, dapat menganalisis konteks dengan tradisi kualitatif.

Dengan begitu, analisis isi adalah jenis penelitian yang dapat menggunakan *mix-method*.⁶

Dengan melalui analisis isi, seorang peneliti akan belajar dalam menarik data bukan hanya sebagai sesuatu hal yang hanya dapat dilihat saja tetapi sebagai komunikasi yang dibuat dan disebarluaskan untuk dilihat, dibaca, ditafsirkan, dilakukan dan dipikirkan sesuai dengan makna yang mereka miliki bagi penerimanya. Maka itu, analisis isi terlihat berbeda dari metode lainnya karena dilakukan untuk menafsirkan komunikasi sebagai teks dalam konteks kegunaan sosialnya.

Terkait penelitian ini menggunakan analisis isi Klaus Krippendorff dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Analisis isi kuantitatif sebagai teknik penelitian ilmiah yang bertujuan untuk mendeskripsikan suatu gambar dari isi dan karakteristik isi dan menarik suatu kesimpulan dari isi, dan deskriptif diartikan dengan menampilkan deskripsi data yang telah terkumpul yakni satu persatu variabel.⁷

Melalui analisis isi kuantitatif deskriptif ditunjukkan untuk melihat bagaimana analisis isi berita dan kebijakan redaksional Detik.com dalam pemberitaan Rachel Venny kabur dari karantina dengan melalui konsep agenda media, berdasarkan dimensi agenda media yakni *visibility* (visibilitas), *audience salience*, dan *valensi*.

⁶ Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: an introduction to its methodology*. New York: Sage Publication.

⁷ Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana

Unit observasi dari penelitian ini adalah portal berita online Detik.com dan unit analisis yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah pemberitaan mengenai kasus ‘Rachel Venny kabur dari karantina Wisma Atlet’.

2) Tahapan Analisis Isi

Pada tahap analisis isi, cara kerja analisis isi sebenarnya sama seperti kebanyakan analisis data kuantitatif yang memerlukan beberapa prosedur dasar dalam merumuskan desain penelitian. Misalnya, dimulai dengan menggunakan kategori tertentu, mengkategorikan data dengan kriteria tertentu kemudian melakukan prediksi dengan analisis.

Dalam analisis isi kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang objektif dan sistematis yang ditujukan untuk mendeskripsikan karakter isi (teks) dan menarik kesimpulan dari isi. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, analisis isi memiliki tahapan dalam penyusunannya dengan melalui suatu proses tertentu, tahapan analisis isi digunakan sebagai pedoman dalam proses analisis isi dengan baik dan benar. Eriyanto telah menggambarkan dengan lebih ringkas beberapa tahapan analisis isi kuantitatif berikut ini.⁸

1. Merumuskan tujuan analisis

Terkait penelitian ini, peneliti telah merumuskan tujuan dilakukannya analisis isi terhadap pemberitaan kasus “Rachel Venny kabur dari karantina” oleh Detik.com dengan tujuan untuk mengetahui analisis isi

⁸ Eriyanto, (2011). *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*.

berita dan kebijakan redaksional dari Detik.com dalam mengangkat sebuah isu yang akan menjadi suatu pemberitaan dan melihat hal apa saja yang coba Detik.com tonjolkan dari pemberitaan Detik.com terkait kasus “Rachel Vennya kabur dari karantina”.

2. Konseptualisasi dan Operasionalisasi

Tahap ini merupakan alat ukur dalam penelitian analisis isi, konsep harus diukur, sehingga peneliti akan melakukan operasionalisasi. Terkait penelitian ini, dimensi dari konsep agenda media yang akan menjadi bahan pengukurannya yaitu melalui dimensi *visibility*, *audience salience* dan *valence*.

3. Lembar *coding* (*coding sheet*)

Setelah membentuk konsep penelitian dan operasionalisasi, kemudian peneliti menyusun lembar coding yang berisikan hal yang ingin dilihat dan cara pengukurannya. Dalam penelitian ini menggunakan ketiga dimensi agenda media serta indikator yang saling berkaitan dalam pemberitaan kasus “Rachel Vennya kabur dari karantina” yang nantinya juga akan diisi oleh para coder untuk menguji reliabilitas dan validitas.

4. Populasi dan Sampel

Langkah selanjutnya adalah penentuan populasi dan sampel dari penelitian ini, peneliti telah menentukan populasi yakni pemberitaan pasca Rachel

Venny kabur dari karantina wisma atlet selama periode November 2021 - Januari 2022 sebanyak 70 berita, kemudian sampel dari penelitian ini adalah setengah dari seluruh jumlah populasi penelitian yaitu sebanyak 35 berita.

5. Pelatihan coder dan pengujian validitas reliabilitas

Pada tahap ini, melakukan pengujian reliabilitas dan validitas. Peneliti akan melakukan pelatihan kepada *coder* yang berkompeten sesuai dengan bidang yang akan diteliti, kemudian *coder* tersebut akan membaca dan menilai isi pada lembar *coding*. Jika reliabilitas belum memenuhi syarat, dilakukan perubahan lembar *coding* hingga angka mencapai reliabilitas tinggi.

6. Proses coding

Pada tahapan selanjutnya, proses *coding* dilakukan dengan mengkode semua isi berita ke dalam lembar *coding* yang telah diuraikan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengkodean pada pemberitaan kasus “Rachel Venny kabur dari karantina” pada Detik.com.

7. Perhitungan reliabilitas final

Setelah melakukan pengkodean terhadap berita kasus “Rachel Venny kabur dari karantina” peneliti akan menghitung reliabilitas dari hasil coding yang dilakukan sebelumnya, dengan menggunakan rumus yang sudah ditentukan peneliti. Penelitian ini menggunakan rumus Holsti untuk mengukur reliabilitas.

8. Input data dan analisis

Langkah yang terakhir adalah melakukan input data dari lembar *coding* dan analisis data. Peneliti akan mengklasifikasikan temuan hasil penelitian berdasarkan jawaban dari rumusan masalah penelitian.

3) Tujuan Analisis Isi

Berdasarkan tahapan awal dalam mengkaji suatu analisis isi, tentunya diperlukan tujuan yang jelas. Terdapat empat permasalahan penelitian yang menjadi dasar dari adanya tujuan untuk melakukan analisis isi:⁹

1) Mendeskripsikan isi pesan

Analisis isi digunakan untuk mendeskripsikan isi pesan dengan menjelaskan kecenderungan isi pemberitaan sebuah atau beberapa media, untuk melihat apa saja yang coba ditonjolkan pada media tersebut.

2) Membandingkan isi media dan antar media

Analisis isi digunakan untuk membandingkan isi media dan antar media dengan mendeskripsikan isi pesan media dan menarik kesimpulan yang menarik. Seperti, melihat pemberitaan media atas suatu kasus, bagaimana dua wartawan yang berbeda dapat menyajikan isi yang berbeda, walaupun dari kasus yang sama.

Begitupun, jika keduanya berasal dari institusi media yang berbeda, maka yang disajikannya juga dapat berbeda. Padahal, informasi yang disajikan oleh kedua wartawan tersebut memiliki tujuan yang sama untuk menyampaikan realitas. Dalam metode analisis isi tidak hanya sekedar

⁹ Prajarto, Nunung. 2010. *Analisis Isi Metode Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: FISIPOL UGM

membandingkan tetapi untuk menemukan masalah mengapa media tertentu atau isi pesan tertentu perlu dibandingkan.

3) Menguji sebuah hipotesis

Analisis isi digunakan untuk menguji sebuah hipotesis guna menarik kesimpulan penyebab dari suatu isi. Dengan itu, peneliti perlu menguji atau mengidentifikasi suatu penyebab (hipotesis) dan menunjukkan adanya perubahan isi sebelum dan setelah dari adanya penyebab.

4) Landasan riset efek media

Pada hasil dari penelitian analisis isi dapat digunakan sebagai landasan riset efek media, untuk melihat kesimpulan isi pesan dalam suatu media.

2.2.2 Media Massa

1) Definisi Media Massa

Media massa merupakan suatu alat yang menjadi perantara dalam menyampaikan isi pesan atau informasi kepada khalayak. Kata media berasal dari bahasa Latin yaitu "*Medius*" yang artinya "tengah" atau "perantara" dan Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu *Mass* yang berarti kelompok atau kumpulan. Kehadiran media massa menjadi salah satu sistem dalam keberlangsungan hidup masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Media massa digunakan pada sebuah proses komunikasi jika penerima informasi yang akan disampaikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal yang

jauh.¹⁰ Media massa dapat mengatasi hambatan ruang dan waktu karena media dapat menjangkau jaringan yang luas dan bersifat massal atau umum, tidak hanya dikonsumsi oleh pribadi tetapi dengan jumlah yang banyak dan terpusat pada isi pesan yang sama.

Sedangkan, media massa juga didefinisikan sebagai produk dari jurnalistik yang memberikan informasi kepada masyarakat terkait fenomena atau gejala sosial lainnya dalam kehidupan masyarakat yang menyangkut masalah sosial, ekonomi, budaya, politik, maupun berbagai sektor kehidupan masyarakat.¹¹ Maka itu, media massa tidak dapat dianggap remeh kehadirannya karena memiliki kekuatan dalam menentukan perkembangan kehidupan masyarakat dan juga dapat mempengaruhi pikiran, sikap, dan perilaku masyarakat.

Media massa dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yaitu media cetak, media elektronik, dan media *online*. Media cetak memuat surat kabar, majalah, tabloid, buku, dll. Sedangkan, media elektronik yaitu radio, televisi, film, dan media *online* atau *cyber media* yaitu internet (situs website). Media massa memiliki fungsi utama yakni untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dan harus bersifat akurat, faktual, menarik, benar, lengkap, berhubungan dengan kondisi masyarakat dan bermanfaat.¹²

¹⁰ Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

¹¹ West, Richard, Lynn H. Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika

¹² Sumadiria, Haris, (2008). *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

2) Jenis-jenis Media Massa

Terdapat berbagai jenis media massa yang diklasifikasikan menjadi tiga jenis yakni media cetak, media elektronik, dan media *online* (media baru).¹³

a. Media cetak

Media cetak merupakan media massa tertua yang pertama kali muncul di dunia pada tahun 1920 an, salah satu jenis media massa yang tercetak dalam lembaran kertas yang berisikan sejumlah kata, gambar, foto, halaman. Media cetak terdiri dari berupa surat kabar, majalah dan buku yang menuntut kemampuan dalam minat baca. Namun, seiring berkembangnya zaman, eksistensi media cetak semakin merosot akibat kehadiran media baru atau digital.¹⁴

b. Media elektronik

Media massa yang menyampaikan pesan dengan bentuk suara dan gambar, segala informasi dan pesan disampaikan dengan melalui perangkat elektronik seperti radio dan televisi. Kelebihan yang dimiliki oleh media elektronik yakni dapat menyampaikan pesan dengan waktu singkat seperti siaran langsung yang menjadi fitur penting dalam menyampaikan peristiwa secara langsung.

c. Media *Online*

¹³ Cangara, Hafied. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

¹⁴ Hamdani. (2011). *Strategi Belajar Mengajar*. Bandung: Pustaka Setia.

Media *online* merupakan media baru yang dihasilkan dari perkembangan teknologi berbasis internet yang mempunyai banyak kelebihan dibandingkan media cetak dan elektronik. Kehadiran media *online* memberikan perubahan yang signifikan terhadap penyebaran informasi yang tidak lagi membutuhkan waktu untuk menunggu, karena informasi yang terus diperbaharui setiap waktu. Media *online* terdiri dari berupa portal website (situs web, blog, dan media sosial, radio *online*, TV *online*, dan email.¹⁵

3) Fungsi Media Massa

Media massa adalah saluran dari proses komunikasi massa dalam penyampaian pesan, jenis media massa dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu media cetak, media elektronik dan media *online*. Dari ketiga jenis media massa tersebut masing-masing memiliki fungsi yang sama, yaitu:¹⁶

1. Fungsi Informasi

Fungsi informasi merupakan fungsi utama dari media massa, tentunya media massa memiliki peran untuk menyebarkan informasi kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa (khalayak).

2. Fungsi Pendidikan

¹⁵ Romli, Asep Syamsul M. (2014). *Jurnalistik Online. Panduan Praktis Mengelola. Media Online*. (Bandung: Nuansa Cendikia.

¹⁶ Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Menjadi alat atau sarana pendidikan bagi para khalayak dengan memberikan sesuatu hal yang mendidik seperti nilai, norma, dan etika kepada khalayak. Fungsi pendidikan berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat akan informasi yang diberikan oleh media.

3. Fungsi Hiburan

Dalam perkembangannya, media massa menyajikan informasi dengan berbagai hiburan. Seperti, mengenai musik, video hiburan, dan sebagainya.

4. Fungsi Mempengaruhi

Memberikan pengaruh berdasarkan informasi yang telah didengar dan dilihat seperti yang terdapat pada artikel, feature, dan sebagainya.

5. Fungsi Sosial Kontrol

Media memiliki fungsi sebagai sosial control atau sebagai mediator terhadap kepentingan masyarakat kepada pemerintah ataupun aparat negara. Fungsi ini termasuk bagian dari sistem kemasyarakatan.

4) Media Online

Media *online* adalah salah satu klasifikasi dari media massa yang berupa hasil transformasi media yang terus berkembang. Media *online* dapat dikatakan juga sebagai media digital yang tersaji secara online melalui website atau internet. Dengan media *online*, berbagai informasi mudah diperoleh tanpa mengenal jarak

dan waktu. Oleh karena itu, dewasa ini media *online* banyak digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat.

Media *online* merupakan generasi ketiga setelah media cetak dan media elektronik. Kehadiran media *online* memberi perubahan dalam kehidupan masyarakat, seperti kebutuhan akan informasi yang terus menerus membuat masyarakat cenderung menghabiskan waktunya untuk mencari informasi terbaru.¹⁷ Keberadaan internet yang membawa media *online* hadir sebagai media baru dengan berbagai kelebihan yang dimilikinya seperti adanya portal berita *online* yang memiliki potensi dalam memanfaatkan berbagai fitur audio, video, teks dan gambar.

Kehadiran media *online* sebagai penguat sumber informasi saat ini karena media cetak (surat kabar dan majalah) yang semakin merosot keberadaannya yang mulai tidak relevan dengan kehidupan masyarakat saat ini akibat perkembangan zaman. Oleh karena itu, beberapa surat kabar dan majalah mulai beralih menggunakan internet dengan berbentuk digital dan website (internet). Media *online* memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh media cetak dan elektronik dalam menyampaikan berita, antara lain:¹⁸

1. Dapat memperbaharui berita secara langsung dan teratur.
2. Dapat menyimpan arsip *online* dari waktu ke waktu.

¹⁷ Romli, Asep Syamsul M. (2014). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.

¹⁸ McLuhan, Marshall. (2011). *Understanding Media*. London: Routledge Classics.

3. Menggunakan *link* untuk membagikan sesama pengguna media *online* dalam membaca setiap berita yang lebih lanjut.
4. Tersedia konten dengan berbasis audio dan visual.
5. Memiliki interaktivitas karena informasi di internet yang sangat luas, namun kurangnya keterbatasan ruang.

Seperti yang telah disebutkan bahwa media *online* mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan dengan media massa lainnya. Namun, adapun kekurangan dan kelemahan yang dimiliki oleh media *online* yang dapat merugikan khalayaknya, antara lain:¹⁹

1. Bergantung pada perangkat elektronik dan koneksi internet.
Jika tidak memiliki daya listrik, baterai tidak terisi penuh dan tidak terhubung ke internet atau browser. Tidak memungkinkan untuk dapat mengakses media *online*.
2. Dapat dioperasikan dengan siapapun yang dapat memberikan informasi.
Seseorang dapat mengakses media *online* tanpa memiliki keterampilan menulis dan dapat membuat media *online* dengan isi berupa “*copy-paste*” dari informasi situs lain. Sehingga dapat memudahkan informasi palsu atau *hoax* menyebar secara luas.
3. Saat membaca informasi pada media *online*, mata cenderung “mudah lelah”, terutama paragraf atau teks yang panjang.

¹⁹ Romli, Asep Syamsul M. (2014). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.

4. Keakuratan media *online* sering terabaikan. Walaupun, kecepatan publikasi berita yang diutamakan, namun berita yang disajikan oleh media *online* tidak memiliki tingkat akurasi setara media cetak yang khususnya terdapat pada cara menulis kata (kesalahan ejaan).

Maka dari itu, terlihat jelas sekali adanya kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh media *online*. Tak hanya media *online* saja yang memiliki kelebihan dan kekurangan, begitupun juga dengan media massa lainnya. Media *online* yang dikelola bersamaan dengan edisi cetak dan elektronik dianggap memiliki kredibilitas yang tinggi.²⁰ Dengan media *online*, dapat menarik perhatian masyarakat (khalayak) dengan tertuju pada berita terbaru, apa yang akan dicari dan ingin dibaca.

Seperti Detik.com sebagai media yang masuk dalam klasifikasi media *online*. Detik.com adalah salah satu media *online* tertua di Indonesia yang berbentuk website (internet) dan hingga saat ini Detik.com menjadi portal berita *online* terpopuler di Indonesia dan terpercaya dengan memiliki banyak pengakses dari khalayak. Media *online* Detik.com terus berkembang karena berita yang menjunjung nilai cepat dan akurat.

Pada penelitian ini Detik.com sebagai media *online* yang tak lepas dari fungsi media dalam penyebaran informasi serta menjadi acuan informasi yang aktual dan faktual oleh lapisan masyarakat luas. Begitupun juga, menjadi salah satu media *online* yang ikut menyebarkan pemberitaan kasus pelanggaran protokol

²⁰ Romli, Asep Syamsul M. (2014). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.

kesehatan yang dilakukan oleh seorang tokoh publik media sosial yaitu Rachel Vennya kabur dari karantina.

2.2.3 Berita

1) Definisi Berita

Berita merupakan isi dari media massa dan menjadi produk jurnalistik yang dapat ditemui pada berbagai media, berita berbentuk sebuah laporan terkait terjadinya peristiwa maupun fenomena saat ini. Dengan itu, berita memiliki fungsi untuk memberikan informasi kepada khalayak luas. Mitchel V. Charnley mendefinisikan berita sebagai laporan yang dianggap paling cepat terkait suatu fakta atau opini yang dapat menarik perhatian dan penting bagi masyarakat.²¹

Pendapat lain oleh Michael Charnley dan James M menyatakan bahwa berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, tren atau gaya, kondisi, interpretasi yang penting dan menarik, masih baru harus secepatnya disampaikan kepada khalayak. Kata “berita” berasal dari bahasa Sansekerta yaitu ‘Vrit’ atau ‘Vritta’ yang berarti “ada” atau “terjadi” lalu diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi “Berita” atau “Warta”.²²

Namun, tidak semua berita dapat dipublikasikan kepada masyarakat, ada klasifikasi berita yang layak untuk disebarkan kepada khalayak yaitu seperti informasi harus bersifat faktual, aktual, objektif, penting, dan juga menarik perhatian sejumlah khalayak, berita terjadi dengan melalui adanya proses dalam

²¹ Effendy, Onong Uchjana. (2009), *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

²² Djuroto, Totok. (2000). *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

kegiatan jurnalistik. Adapun pendapat lain menurut Newsom dan James A. Wollert mengatakan berita merupakan sesuatu hal yang diinginkan dan seharusnya diketahui orang atau oleh banyaknya lapisan masyarakat.²³

Berita merupakan sebagai laporan faktual berupa peristiwa yang dapat menarik perhatian khalayak dan penting bagi masyarakat lalu disebarluaskan melalui media secara periodik seperti surat kabar, radio, televisi atau media online (internet).²⁴ Sehingga berita dapat berkontribusi tentang bagaimana realitas tersebut dapat diberikan kepada khalayak.

Eriyanto berpendapat bahwa berita bukanlah representasi dari kebenaran. Namun, berita yang didapatkan dan dibaca oleh khalayak merupakan hasil dari proses konstruksi kerja jurnalistik, seperti mulai dari memilah fakta yang layak untuk dijadikan suatu pemberitaan, sumber, pemakaian kata, gambar, hingga penyuntingan yang dilakukan oleh redaksi.²⁵

Berita memiliki sebuah unsur yang menjadi pokok dari informasi untuk memenuhi karakteristik dari berita yang akurat dan lengkap. Romli mengatakan bahwa pada sebuah berita yang layak muat terdapat unsur berita, yaitu:²⁶

- 1) Cepat, yaitu praktis dan tepat waktu,
- 2) Nyata, yaitu yang berisikan sebuah fakta bukan opini,

²³Sumadiria, Haris, (2008). *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

²⁴ Ibid.

²⁵ Eriyanto, (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: PT LKis. h. 26

²⁶ Romli, Asep Syamsul M. (2014). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia

- 3) Penting, yaitu mempunyai pengaruh dalam kehidupan masyarakat,
- 4) Menarik, yaitu menarik perhatian orang yang membaca berita yang ditulis.

Adapun juga unsur berita juga yang biasanya dipakai dalam kaidah jurnalistik dalam merangkum sebuah berita yang lengkap dengan menggunakan rumus 5W + 1H yaitu *what* (peristiwa apa yang terjadi), *who* (siapa yang terlibat didalamnya), *when* (kapan peristiwa tersebut terjadi), *where* (dimana peristiwa tersebut terjadi), *why* (mengapa peristiwa tersebut terjadi), *how* (bagaimana kejadian peristiwa tersebut).

Dalam penyajian berita, media memiliki proses kerja redaksional yang menentukan apakah suatu peristiwa tersebut dapat dikatakan layak atau tidak sebagai berita disajikan kepada publik. Dengan kata lain, dapat mempengaruhi dan mengontrol isi pada berita yang akan diterbitkan, berita yang baik merupakan hasil perencanaan dengan proses kerja redaksional yang baik. Hal inilah yang menjadi pusat penentuan berita yang sesuai dengan pedoman yang diterapkan dalam suatu media.

Pada dunia jurnalisme, redaktur mempunyai tugas yang memastikan berita tersebut dapat disajikan atau tidak kepada khalayak. Tentunya, berita yang disajikan oleh setiap media tidak dapat dipisahkan dari adanya kebijakan redaksional dalam media yang terkait. Kebijakan redaksional merupakan cara kerja operasional pemberitaan, yang menjadi pembeda antara media satu dengan media lainnya.²⁷

²⁷ Tebba, Sudirman. 2005. *Jurnalistik Baru*. Jakarta: Kalam Indonesia.

Setiap media massa memiliki aturan kebijakan redaksi atau proses kerja redaksional yang berbeda dalam mengemas berita, hal ini dapat dilihat dengan berdasarkan bagaimana media tersebut konsisten mengangkat suatu isu menjadi sebuah berita yang layak dikonsumsi oleh publik secara terus menerus. Seperti halnya pada media Detik.com yang turut memberitakan perkembangan mengenai kasus Rachel Vennya kabur dari karantina secara terus menerus mulai dari muncul sebagai isu hingga terbukti menjadi kasus pelanggaran protokol kesehatan.

2) Jenis Berita

Dalam dunia jurnalistik terbagi menjadi beberapa jenis berita, antara lain sebagai berikut:²⁸

1. *Straight news*, yang merupakan berita langsung terkait suatu peristiwa atau fenomena yang saat itu terjadi dengan apa adanya, secara singkat dan lugas. Biasanya menjadi berita utama (headline). Pada jenis berita *Straight News* terbagi dua yaitu berita berat (*Hard News*) dan berita ringan (*Soft News*).
2. *Depth news*, berita mendalam, sedikit berbeda dengan *straight news*. Pada jenis berita ini membutuhkan pengembangan laporan mengenai suatu peristiwa yang nyata dan yang ada di bawah permukaan, bukan opini seorang reporter tetapi fakta yang nyata. Seperti, dengan mengangkat sebuah masalah secara mendalam.
3. *Comprehensive news*, laporan yang dilihat dari berbagai aspek berdasarkan

²⁸ Sumadiria, Haris, (2008). *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

fakta yang ada.

4. *Interpretative news*, berita yang berfokus pada topik sebuah isu terkait masalah, fenomena atau peristiwa yang kontroversial.
5. *Feature story*, berita yang dalam penulisannya tidak begitu memberikan informasi yang penting tetapi mencari suatu fakta yang dapat menarik perhatian pembaca.
6. *Depth reporting*, laporan mengenai suatu peristiwa atau fenomena yang bersifat mendalam, tajam, jelas, lengkap dan nyata. Laporan ini disajikan dalam berbagai judul agar pembaca tidak jenuh saat membacanya.
7. *Investigative reporting*, seorang jurnalis atau wartawan yang menyelidiki suatu fakta yang tersembunyi dengan maksud dan tujuan. Jenis berita ini berfokus pada topik tertentu mengenai sejumlah masalah dan kontroversi.
8. *Editorial*, yang menyajikan berita yang penting sesuai dengan fakta dan opini, juga mempengaruhi publik atau pendapat khalayak.

3) Nilai Berita

Dalam proses produksi berita, berita ditulis berdasarkan nilai berita (*news value*) yang tentunya menjadi acuan pada sebuah isu atau peristiwa yang layak atau tidak disajikan di media sebagai parameter peristiwa tersebut. Nilai berita merupakan standar, ukuran dan kriteria bagi seseorang jurnalis untuk menerapkan fakta-fakta yang layak untuk dipublikasikan kepada khalayak.

Seperti yang telah dijelaskan oleh MacDougall bahwa jutaan peristiwa

terjadi setiap hari dan seluruhnya dapat berpotensi menjadi sebuah berita. Namun, tidak semua peristiwa layak menjadi berita karena keterbatasan yang disediakan dan dihitung, mana berita dan mana yang bukan berita. Sehingga, nilai berita muncul sebagai standard dan ukuran redaksional untuk menentukan berita mana yang perlu dimuat.²⁹

Nilai berita bukan hanya sebagai ukuran dan standar kerja para redaksional, melainkan juga sebagai ideologi dalam sebuah karya jurnalis, berita yang dimuat berlandaskan nilai berita merupakan suatu alasan yang kuat dan benar dari seorang wartawan, mengapa peristiwa tersebut dipublikasikan sedangkan yang lain tidak.³⁰

Nilai berita merupakan suatu kejadian atau fakta yang diberi bumbu jika tidak memiliki nilai penting akan tetap hambar, sehingga kombinasi fakta dan peristiwa yang berisikan nilai berita tersebut dianggap akan menjadi berita yang menarik.³¹ McDougall dalam Eriyanto (2002) menjelaskan nilai berita terbagi menjadi lima nilai berita, diantaranya:

- 1) *Prominence*, nilai berita yang mengukur peristiwa yang dianggap penting atau seberapa besar peristiwa tersebut terjadi.
- 2) *Human interest*, nilai berita yang mengukur peristiwa yang diberitakan dapat menarik perhatian dengan perasaan haru, sedih dan menguras emosi khalayak.
- 3) *Conflict/Controversy*, nilai berita yang mengukur peristiwa yang

²⁹ Eriyanto, 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: PT LKis.

³⁰ Ibid.

³¹ Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

didalamnya terdapat konflik dianggap layak untuk dipublikasikan sebagai berita, jika diperbandingkan dengan suatu peristiwa yang normal atau biasa saja.

- 4) *Unusual*, nilai berita yang mengukur berita yang termasuk peristiwa yang tidak biasa dan jarang terjadi atau langka.
- 5) *Proximity*, nilai berita yang mengukur berita yang mengandung unsur kedekatan dengan khalayak lebih layak untuk dimuat sebagai berita jika diperbandingkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari segi fisik maupun emosional khalayak.

4) Berita Online

Berita merupakan informasi terhadap pemberitaan yang telah mengikuti arus perkembangan zaman, yang pada awalnya berita hanya dapat dibaca dalam surat kabar, didengar melalui radio hingga terlihat secara audio dan visual pada televisi. Namun, saat ini berita sudah sangat mudah dijangkau karena dengan adanya internet yakni berita yang dikemas dalam versi *online* oleh sejumlah media baik itu media lama maupun baru.

Berita online adalah berita yang dikemas ulang atau suatu perubahan tanpa mengubah nilai berita itu sendiri melalui saluran media online.³² Salwen (2006) mengatakan bahwa “Pada pertengahan tahun 1990-an, adanya *world wide web* (Website) surat kabar online dan media berita online menjadi berkembang pesat lalu mengambil keuntungan dari kemudahan pengguna dan juga berita online dapat

³² Hall, J. (2001). *Online Journalism A Critical Primer*. London: PlutoPress.

menjangkau lebih luas”.³³ Dalam kata lain, berita online adalah produk baru dalam dunia jurnalistik.

Pada penelitian ini terkait pemberitaan kasus Rachel Vennya kabur dari karantina merupakan berita yang disebarakan melalui portal berita Detik.com kemudian akan diteliti menggunakan metode analisis isi dengan melihat melalui kacamata agenda media. Kategori situs berita online yang terbagi menjadi 5 macam, yaitu:³⁴

1. Situs berita online berasal dari media cetak surat kabar ataupun majalah cetak.
2. Situs berita online dapat bertindak sebagai media siaran berita melalui radio.
3. Situs berita online yang disiarkan seperti televisi.
4. Situs berita online yang hanya dapat diakses melalui internet atau murni, tidak berasal dari media cetak maupun media elektronik.
5. Situs berita online yang dapat memuat link dari situs lain.

Selain itu, adapun juga kelebihan yang dimiliki oleh berita *online* yaitu:³⁵

- a. Cepat dalam penyampaian sebuah berita maupun informasi.
- b. Berita atau informasi yang sudah disebarakan dapat dibaca kembali.
 - a. Dapat dibaca dimana saja.
 - b. Terus berkembangnya media online.

³³ Salwen, Garrison dan Driscoll. (2006). *Online News and the Public*, London: Lawrence Erlbaum Associates (LEA).

³⁴ Romli, Asep Syamsul M. (2014). *Jurnalistik Online. Panduan Praktis Mengelola. Media Online*. (Bandung: Nuansa Cendikia.

³⁵ Ibid.

- c. Media online menyajikan sebuah informasi tidak hanya teks melainkan audio dan visual.
- d. Terciptanya ruang untuk interaksi antar pembaca pada media online.

2.2.4 Teori Agenda *Setting*

1) *Agenda Setting*

Pada tahun 1968, McCombs dan Donald Shaw menjadi tokoh utama dalam teori *Agenda Setting*. E.M.,Griffin menyatakan bahwa istilah “*Agenda Setting*” berasal dari Bernard Cohen (1963) yang kemudian meminjamkannya kepada McCombs dan Donald Shaw untuk penelitiannya mengenai kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat.³⁶

Keberhasilan penelitian tersebut membawa kemajuan pada media massa yang dimana agenda *setting* memiliki peran penting sebuah media dalam mempengaruhi publik. Teori ini memperlihatkan korelasi antara kesadaran dan informasi, karena secara ilmiah teori agenda *setting* dapat memprediksi bahwa orang yang melihat, mendengar atau membaca dari sumber berita yang sama cenderung akan memiliki pandangan yang sama terkait isu-isu yang diangkat.

McCombs dan Donald L. Shaw berpendapat bahwa teori agenda *setting* adalah kemampuan media massa untuk menonjolkan hal yang menarik untuk diperhatikan dari sebuah berita (agenda media) kepada khalayak (agenda publik) karena apa yang dianggap penting oleh media begitu juga penting bagi publik dan

³⁶ Morissan, (2015). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group

sebaliknya.³⁷ Teori agenda setting menunjukkan seberapa efektif media massa dalam mengatur agenda publik atau khalayak luas.

Kemudian, adapun pernyataan lainnya dari Bernard C. Cohen sebagai pusat utama dari agenda setting yaitu: *“The mass media may not successful in telling us what to think, but they are stunningly successful in telling us what to think about.”*

Artinya “media massa mungkin tidak berhasil mengatakan kepada kita apa yang harus dipikirkan, tetapi mereka sangat berhasil untuk mengatakan kepada kita hal-hal apa saja yang harus kita pikirkan”.³⁸

Agenda setting menjadi proses seleksi isu atau penekanan dari suatu realitas yang terjadi dalam masyarakat karena penyajian berita yang mampu memberikan pengaruh terhadap pembaca. Media kemungkinan dapat memberikan efek yang mempengaruhi pendapat atau opini publik karena tidak hanya memperhatikan berita sebagai prioritas tetapi juga mempelajari bagaimana pentingnya cara media massa mengutamakan sebuah topik pada pemberitaan tersebut.³⁹

Sedangkan, Teori agenda setting dapat mengarahkan masyarakat untuk memahami terkait isu yang ada dan bagaimana isu-isu tersebut diatur sesuai dengan tingkat kepentingannya. Dengan itu, agenda setting dapat menghubungkan langsung dengan suatu media kepada masyarakat untuk memahami apa yang ditulis dan diinformasikan oleh pembuat berita.

³⁷ Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

³⁸ Ibid.

³⁹ Sendjaja, Sasa Djuarsa., *Pengantar Komunikasi*, Pusat Penerbitan Universitas Terbuka, Jakarta, 2002.

Akibat dari kekuatan media berhubungan erat dengan publik dan kekuasaan, maka terdapat tiga macam agenda yang saling berkaitan yaitu agenda media, agenda publik dan agenda kebijakan. Menurut Manheim, ketiga agenda tersebut masing-masing agenda mencakup dimensi yang berkaitan yaitu:⁴⁰

1.) Agenda media, yang mengarah apa yang diutamakan dalam isi media terhadap suatu isu dan peristiwa yang ada. Proses agenda media berlangsung dengan dimensi yang berkaitan yakni terdiri dari dimensi:

- a. *Visibility* (Jumlah dan tingkat menonjolnya berita),
- b. *Audience salience* (keterkaitan isi berita dengan apa yang dibutuhkan oleh khalayak),
- c. *Valensi* (cara pemberitaan suatu peristiwa)

2.) Agenda publik, mengacu pada perhatian utama terkait isu yang menonjol dalam opini publik dan pengetahuan. Agenda publik terbagi menjadi beberapa dimensi, yaitu:

- a. *Familiarity* (keakraban),
- b. *Personal salience* (penonjolan pribadi),
- c. *Favorability* (kesenangan)

3.) Agenda kebijakan, menjelaskan isu dan tujuan kebijakan dari para pemegang kekuasaan (politisi atau pemerintah). Agenda kebijakan terbagi menjadi beberapa dimensi, yaitu:

⁴⁰ Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

- a. *Support* (dukungan),
- b. *Likelihood of action* (kemungkinan kegiatan),
- c. *Freedom of action* (kebebasan bertindak).

Dalam penelitian ini terkait pemberitaan kasus Rachel Vennya kabur dari karantina, teori agenda setting digunakan untuk melihat hal apa saja yang coba ditonjolkan oleh Detik.com. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, teori agenda setting merupakan proses penonjolan nilai-nilai tertentu terhadap suatu isu atau fenomena yang dilakukan oleh media.

Maka dari itu, untuk melihat kebijakan redaksi Detik.com dalam mengangkat kasus Rachel Vennya kabur dari karantina sebagai pemberitaan, peneliti menggunakan teknik analisis isi yang bertujuan untuk menunjukkan bagaimana sebuah media mengemas suatu berita sebagai isu yang penting untuk dikonsumsi oleh khalayak.

Setiap isu yang muncul sebagai berita, ada isu yang diberitakan dengan porsi besar dan ada juga porsi kecil karena adanya perbedaan (atensi) media terhadap isu yang akan berpengaruh dalam suatu peristiwa di mata khalayak. Sehingga, melalui analisis isi dapat mendeskripsikan isi untuk melihat kecenderungan ataupun keberpihakan dengan teori agenda setting khususnya pada konsep agenda media untuk melihat kebijakan redaksi dalam menyebarkan sebuah informasi yang dianggap penting oleh media.

Dengan berdasarkan penjelasan diatas mengenai teori agenda setting serta tiga model agenda. Penelitian ini menggunakan teori agenda setting karena peneliti

ingin melihat adanya keterkaitan isu yang diangkat oleh media dengan apa yang dianggap penting bagi masyarakat. Maka, penelitian ini berfokus pada konsep agenda media yang mencakup *visibility*, *audience salience* dan *valence*, dengan melalui kaca mata agenda media peneliti dapat melihat bagaimana analisis isi dan kebijakan redaksional Detik.com mengangkat sebuah isu menjadi pemberitaan terkait kasus Rachel Vennya kabur dari karantina.

2) Agenda Media

Media Massa merupakan sarana atau alat sebagai penyebaran informasi dalam lingkungan masyarakat dan juga memiliki kekuatan dalam mempengaruhi pikiran masyarakat, sebagaimana sesuai dengan asumsi teori agenda setting bahwa apa yang dianggap penting bagi media, maka penting juga bagi masyarakat. Dengan itu, media memiliki agenda (agenda media) dalam pemberitaan sebuah isu atau fenomena untuk mengarahkan perhatian masyarakat (agenda publik).

Melalui agenda media dapat melihat apa saja yang coba ditonjolkan oleh pemberitaan media tersebut, bagaimana proses kebijakan media atau redaksional terhadap isu atau fenomena yang sedang terjadi dan faktor apa saja yang ditonjolkan oleh redaksi terhadap pemberitaan. Penetapan agenda media merujuk kepada isu yang disampaikan oleh media massa karena apa yang telah disajikan oleh media massa menjadi pusat penentu kebenaran informasi.

Konsep agenda media berasal dari teori agenda *setting*, Rogers dan Dearing berpendapat mengenai agenda setting adalah suatu isu atau peristiwa yang

ditampilkan oleh media yang menjadi prioritas perhatian.⁴¹ Berdasarkan isu yang diberitakan secara terus menerus menjadi hal yang mendasari agenda media, kecenderungan masyarakat ingin mengetahui tentang apa yang diberitakan oleh media terhadap suatu isu yang coba ditampilkan.⁴² Kemampuan media dalam menganggap pentingnya sebuah isu dalam masyarakat dengan melakukan liputan yang berulang-ulang merupakan pusat penentuan agenda media.

Semakin intens suatu isu yang diberitakan oleh media massa, maka semakin hangat topik tersebut menjadi bahan perbincangan di masyarakat.⁴³ Dengan itu, jika agenda media memberitakan kasus Rachel Venny kabur dari karantina secara terus menerus, masyarakat juga berfokus pada pemberitaan dengan apa yang media beritakan. Seperti yang sebelumnya peneliti jelaskan terkait agenda media terbagi menjadi tiga dimensi yaitu *Visibility* (Jumlah dan tingkat menonjolnya berita), *Audience salience* (keterkaitan isi berita dengan apa yang dibutuhkan oleh khalayak), *Valensi* (cara pemberitaan suatu peristiwa).

a. *Visibility* (Visibilitas)

Dimensi *visibility* (visibilitas) merujuk pada jumlah dan tingkat menonjolnya berita. Jika dikaitkan pada penelitian ini, dimensi visibilitas diukur dengan berdasarkan dua sub dimensi yaitu seberapa besar tema berita yang paling sering muncul dalam berita kasus Rachel Venny kabur dari karantina. Kemudian, peneliti melihat korelasi antara rubrik dengan isi berita kasus Rachel Venny.

⁴¹ Edi Santoso dan Mite Setiansah, (2010). *Teori Komunikasi*. Graha Ilmu: Yogyakarta

⁴² Efriyanto, (2011). *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*.

⁴³ Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Rubrik adalah suatu kolom yang terdapat dalam halaman surat, majalah atau media cetak lainnya terkait suatu kategori mengenai kegiatan dalam kehidupan masyarakat.⁴⁴

b. *Audience salience* (Tingkat menonjol bagi khalayak)

Dimensi *Audience Salience* merujuk pada keterkaitan isi berita dengan apa yang dibutuhkan oleh khalayak. Suatu peristiwa yang disebarluaskan tidak dapat dikatakan berita, jika berita tersebut belum memenuhi adanya nilai berita (*news value*). Eriyanto mengatakan terdapat lima nilai berita, antara lain; *prominence, human interest, conflict, unusual, proximity*.⁴⁵

Dengan *audience salience*, dapat mengungkapkan suatu kebijakan redaksional dalam mengangkat sebuah isu menjadi pemberitaan, sehingga dapat menunjukkan seberapa penting berita tersebut dalam lingkungan masyarakat. Jika suatu isu atau peristiwa dianggap penting, maka terkandung suatu nilai berita dalam isu atau peristiwa tersebut. Oleh karena itu, apabila suatu peristiwa disebut memiliki nilai berita, maka peristiwa tersebut layak diberitakan.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, dimensi *audience salience* dapat mengungkapkan bagaimana Detik.com menganggap penting pemberitaan kasus Rachel Vennya kabur dari karantina, sehingga dapat melihat sejauh mana keterkaitan isi pemberitaan kasus tersebut terhadap kebutuhan informasi pada

⁴⁴ Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

⁴⁵ Eriyanto, 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: PT LKis.

khalayak melalui nilai berita yang terkandung dalam pemberitaannya. Sebagaimana Severin dan Tankard mengatakan isi pesan yang menjadi bagian dari proses komunikasi yang berupa acuan dari apa yang dipikirkan dan dirasakan yang menggambarkan sebagai simbol dan bahasa atau simbol lainnya yang disampaikan ke orang lain.⁴⁶

c. Valence (Valensi)

Dimensi *valence* (valensi) merujuk pada bagaimana peristiwa tersebut diberikan, apakah menyenangkan atau tidak. Jika dikaitkan dalam penelitian ini, terdapat dua sub dimensi sebagai bahan pengukuran dalam dimensi *valence* yaitu seberapa besar nada pemberitaan dan narasumber yang paling menonjol dalam pemberitaan kasus Rachel Venny kabur dari karantina. Terdapat tiga jenis nada pemberitaan yang menentukan menyenangkan atau tidak suatu peristiwa tersebut diberitakan, yaitu:⁴⁷

1. *Favorable* (mendukung atau positif)

Sikap yang mendukung atau positif, adalah suatu pernyataan atau pendapat yang ditampilkan dalam berita online secara mendukung seperti dengan cara memuji, menyanjung, menyetujui sesuatu topik atau pemberitaan.

2. Netral (tidak berpihak)

Sikap yang memberikan pendapat, pernyataan atau opini yang dilontarkan

⁴⁶ Severin, Werner J. & James W. Tankard, Jr., (2011) *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa edisi kelima*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

⁴⁷ Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

dengan baik dan sifatnya tidak memihak atau mendukung suatu topik atau pemberitaan tersebut.

3. *Unfavorable* (tidak mendukung atau negatif)

Sikap yang negatif seperti melontarkan suatu pernyataan, pendapat, atau opini yang ditampilkan dalam pemberitaan bernada mencela, meremehkan atau menolak terkait topik berita tersebut.

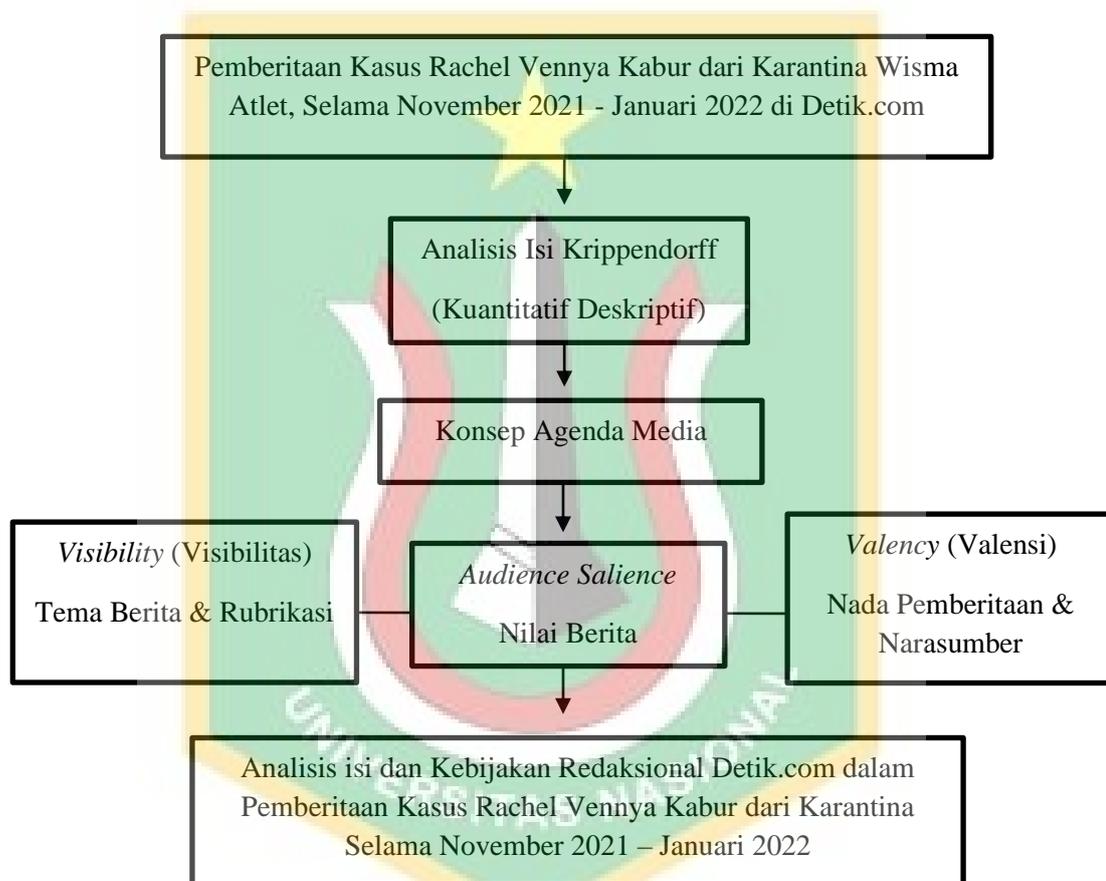
Terkait penelitian pada isi pemberitaan kasus Rachel Vennya kabur dari karantina pada periode yang telah ditentukan, peneliti akan mendapat kesimpulan yang jelas dengan melihat arah opini menyenangkan atau tidak menyenangkan pemberitaan kasus Rachel Vennya di Detik.com.

Melalui dua sub dimensi dari valensi yaitu nada pemberitaan (*favorable*, netral dan *unfavorable*) dan narasumber yang terlihat paling menonjol dalam pemberitaan kasus Rachel Vennya kabur dari karantina di Detik.com (Pemerintahan, Kepolisian, TNI, Organisasi atau Pakar, Jaksa/Hakim dan Rachel Vennya).

Narasumber pada berita dapat mempertajam informasi yang disajikan oleh media serta dapat mendukung kredibilitas media menjadi sumber informasi yang akurat. Selain itu, Narasumber juga dapat menentukan keberhasilan media dalam menyajikan sebuah realita.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan bentuk konseptual yang memiliki korelasi antara teori dengan berbagai faktor yang diartikan sebagai masalah yang penting.⁴⁸ Berdasarkan latar belakang dan landasan teori, peneliti membuat kerangka berpikir sebagai tolok ukur dalam menyusun penelitian.



Gambar 3

Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

⁴⁸ Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV

2.4 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka penelitian ini memiliki hipotesis yaitu terdapat agenda media Detik.com dalam pemberitaan kasus Rachel Vennya kabur dari karantina Wisma Atlet.

