

**AGENDA MEDIA DALAM PEMBERITAAN KOMPAS DAN REPUBLIKA  
PADA PILKADA DKI JAKARTA 2017**

( Analisis Isi Pemberitaan Pasangan Calon Gubernur Periode 16 Februari hingga 19  
April 2017 )



Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Yogyakarta

Untuk Memenuhi sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Windi Esfa Ardi

NIM : 14730085

**POGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
YOGYAKARTA**

**2020**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Winda Esfa Ardi  
NIM : 14730085  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 23 April 2018

Yang menyatakan,



Winda Esfa Ardi  
NIM. 14730085



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING  
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Windi Esfa Ardi  
NIM : 14730085  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**AGENDA SETTING MEDIA DALAM PILKADA DKI JAKARTA 2017  
(Analisis Isi Pemberitaan Surat Kabar Kompas dan Republika terhadap  
Pasangan Calon Gubernur Anies-Sandi dan Basuki-Djarot pada 16 Februari  
hingga 19 April 2017)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 23 April 2018

Pembimbing

Lukman Nusa, M.I.Kom  
NIP : 19861221 201503 1 005



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-140/Un.02/DSH/PP.00.9/02/2021

Tugas Akhir dengan judul : AGENDA MEDIA DALAM PEMBERITAAN KOMPAS DAN REPUBLIKA PADA PILKADA DKI JAKARTA 2017 (Analisis isi Pemberitaan Pasangan Calon Gubernur DKI Jakarta Periode 16 Februari hingga 19 April 2017)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : WINDI ESFA ARDI  
Nomor Induk Mahasiswa : 14730085  
Telah diujikan pada : Jumat, 08 Juni 2018  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**



Ketua Sidang

Lukman Nusa, M.I.Kom.  
SIGNED

Valid ID: 6018a7344b81b



Penguji I

Prof. Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 601867c577a11



Penguji II

Drs. Siantari Rihartono, M.Si  
SIGNED

Valid ID: 6018b9b89359a



Yogyakarta, 08 Juni 2018 UIN  
Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 6018d2fe24b2c

**HALAMAN MOTTO**

**( MANDIRI TAPI BERELASI )**



**HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

**Keluarga Besar dan Almamater Tercinta**

**Pogram Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**

**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat “Agenda Setting Media dalam Pilkada DKI Jakarta 2017”. Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Drs. Siantari Rihartono M.Si, selaku Ketua Pogram Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Mokh. Mahfud, S.Sos.I, M.A, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah bersedia memberikan dorongan sehingga skripsi selesai.
4. Lukman Nusa, M.Ikom selaku pembimbing skripsi yang memberikan banyak saran dan masukan hingga skripsi ini selesai.
5. Prof. Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si selaku pembahas dalam seminar skripsi yang memberikan banyak saran dan masukan dalam skripsi ini.

6. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Pengurus Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang memberikan tempat dan kemudahan dalam pengambilan data, sehingga skripsi ini selesai.
8. Pengurus Perpustakaan Universitas Gajah Mada Yogyakarta, yang memberikan tempat dan memberikan kemudahan dalam pengambilan data, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
9. Pengurus Perpustakaan Universitas Negeri Yogyakarta, yang memberikan tempat dan memberikan kemudahan dalam pengambilan data, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
10. Pengurus Perpustakaan Grahatama Yogyakarta, yang memberikan tempat dan memberikan kemudahan dalam pengambilan data, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
11. Pengurus Monumen Pers Solo, yang telah memberikan kemudahan dalam pengambilan data, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
12. Pengurus *Jogja Library Center* Yogyakarta, yang telah memberikan tempat dan memberikan kemudahan dalam pengambilan data hingga skripsi ini selesai.
13. Shaum Akbar S.Ikom, selaku coder kedua dalam penelitian dan yang telah memberikan pengarahan dan masukan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.



14. Muhammad Azhari selaku coder ketiga dalam penelitian dan yang telah memberikan masukan dan saran, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
15. Kedua Orang Tua, yang selalu memberi doa, membimbing, menasehati dan memberikan semangat setiap hari tanpa letih.
16. Kepada teman-teman Ilmu Komunikasi kelas angkatan 2014, yang sama-sama berjuang dan saling mensupport.
17. Semua Pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, amin.

Yogyakarta, 31 Januari 2021

Penyusun

Windi Esfa Ardi

NIM : 14730085

## DAFTAR ISI

|  |                    |
|--|--------------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                     | <b>I</b>           |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b> | <b>II</b>          |
| <b>HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>     | <b>III</b>         |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>    | <b>IV</b>          |
| <b>HALAMAN MOTTO .....</b>                     | <b>V</b>           |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>               | <b>VI</b>          |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                     | <b>VII</b>         |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                         | <b>X</b>           |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                      | <b>XII</b>         |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                      | <b>XIX</b>         |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                    | <b>XV</b>          |
| <b>ABSTRAK .....</b>                           | <b>XVI</b>         |
| <br>   |                    |
| <b>BAB I</b>                                   | <b>PENDAHULUAN</b> |
| A.Latar Belakang Masalah .....                 | 1                  |
| B.Rumusan Masalah .....                        | 6                  |
| C.Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....          | 6                  |
| D.Telaah Pustaka.....                          | 6                  |
| E.Landasan Teori .....                         | 7                  |
| F.Kerangka Berfikir .....                      | 25                 |
| G.Metode Penelitian.....                       | 26                 |

|                |   |           |
|----------------|---|-----------|
| <b>BAB II</b>  | <b>GAMBARAN UMUM</b>  |           |
|                | A.Surat Kabar Kompas .....  | 37        |
|                | B.Surat Kabar Republika .....                                       | 47        |
| <br>           |   |           |
| <b>BAB III</b> | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>   |           |
|                | A.Hasil Temuan dan Intrepetasi Terkait Tema Berita .....            | 52        |
|                | B.Hasil Temuan dan Intrepetasi Terkait Penempatan Berita .....      | 57        |
|                | C.Hasil Temuan dan Intrepetasi Terkait Ukuran Kolom Berita .. ....  | 61        |
|                | D.Hasil Temuan dan Intrepatasi Terkait Narasumber Berita .....      | 65        |
|                | E.Hasil Temuan dan Intrepetasi Terkait Lembaga Survey .. .....      | 72        |
|                | F.Hasil Temuan dan Intrepetasi Terkait Gambar dalam Berita .. ..... | 77        |
| <br>           |   |           |
| <b>BAB IV</b>  | <b>PENUTUP</b>  |           |
|                | Kesimpulan .....  | 82        |
|                | Saran.....  | 84        |
| <br>           |   |           |
|                | <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>85</b> |
|                | <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>                                      | <b>88</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1 : Telaah Pustaka .....   | 10 |
| Tabel 2 : Proses Agenda Setting (Mc Comb dan Shaw) .....                 | 14 |
| Tabel 3 : Kerangka Berpikir .....  | 25 |
| Tabel 4 : Konseptualisasi dan Unit Analisis .....                        | 27 |
| Tabel 5 : Definisi Operasional Unit Analisis Tema Berita .....           | 29 |
| Definisi Operasional Unit Analisis Penempatan Berita. ....               | 29 |
| Definisi Operasional Unit Analisis Ukuran Kolom Berita .....             | 29 |
| Tabel 6 : Definisi Operasional Unit Analisis Narasumber Berita .....     | 30 |
| Tabel 7 : Definisi Operasional Unit Analisis Sumber Lembaga Survey ..... | 31 |
| Definisi Operasional Unit Analisis Gambar dalam Berita .....             | 31 |
| Tabel 8 : Berita dalam Surat Kabar Kompas .....                          | 46 |
| Tabel 9 : Berita dalam Surat Kabar Republika .....                       | 51 |
| Tabel 10 : Frekuensi Tema Berita .....                                   | 53 |
| Tabel 11 : Presentase Tema Berita .....                                  | 54 |
| Tabel 12 : Frekuensi Penempatan Berita .....                             | 58 |
| Tabel 13 : Presentase Penempatan Berita .....                            | 59 |
| Tabel 14 : Frekuensi Ukuran Kolom Berita .....                           | 62 |
| Tabel 15 : Presentase Ukuran Kolom Berita .....                          | 63 |
| Tabel 16 : Frekuensi Narasumber dalam Berita .....                       | 66 |
| Tabel 17 : Presentase Narasumber dalam Berita .....                      | 67 |
| Tabel 18 : Daftar Narasumber Surat Kabar Kompas .....                    | 69 |
| Tabel 19 : Daftar Narasumber Surat Kabar Republika .....                 | 70 |
| Tabel 20 : Daftar Sumber Lembaga Survey dalam Berita .....               | 73 |
| Tabel 21 : Presentasi Sumber Lembaga Survey dalam Berita .....           | 74 |
| Tabel 22 : Frekuensi Jumlah Gambar dalam Berita .....                    | 78 |

Tabel 23 : Frekuensi dan Deskripsi Gambar Surat Kabar Kompas ..... 79  
Tabel 24 : Frekuensi dan Deskripsi Gambar Surat Kabar Republika ..... 80



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1 : Perbedaan Berita Kompas dan Republika ..... | 4  |
| Gambar 2: Logo Surat Kabar Kompas.....                 | 37 |
| Gambar 3: Logo Surat Kabar Republika .....             | 47 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1: Lembar Coding .....           | 88  |
| Lampiran 2: Data Uji Reliabilita .....    | 91  |
| Lampiran 3 : Hasil Uji Reliabilitas ..... | 107 |
| Lampiran 4 : Curriculum Vitae .....       | 108 |



## **ABSTRAK**

Media coverage is strongly influenced by ideology of media. This fact can also be found in various national newspapers (in this research Kompas and Republika). These ideologies become more viscous when faced with election and elections. One of them is the event of elections DKI Jakarta 2017. Regional elections attracted much attention of the people of Indonesia and lasted for two rounds. Candidates who successfully entered in the second round are Ahok-Djarot and Anies-Sandi.

This research aims to determine the agenda setting of Kompas newspaper and Republika newspaper to the news of candidate pair of governor Ahok-Djarot and Anies-Sandi, during the second round of elections of DKI Jakarta 2017. The main theory used in this research is the agenda setting theory, and research method used is quantitative content analysis.

The results of this study show that Kompas and Republika newspapers have different agenda in the second round of election of DKI Jakarta 2017. The difference can be seen from the number of news, themes highlighted, the size of news column, news placement, and the number of words, news sources, sources news and pictures in the news.

Keywords: Media Idiology, Agenda Setting, Content Analysis, Kompas, Republika

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar belakang**

Pilkada DKI Jakarta 2017 merupakan pemilihan kepala daerah yang cukup menarik perhatian masyarakat Indonesia. Terlebih lagi pilkada tersebut dilaksanakan di ibukota negara. Bahkan media asing seperti harian Amerika Serikat “*New York Times*”, dan harian Singapura “*The Strait Times*” juga ikut memberitakan pilkada tersebut (*sumber : International.Kompas.com diakses 18 Februari 2018*).

Pilkada DKI Jakarta 2017 dibagi menjadi dua putaran yang dilaksanakan pada 15 Februari dan 19 April 2017. Pilkada tersebut diikuti oleh tiga kandidat pasangan calon. Pertama adalah Mantan perwira TNI Agus Harimurti Yudhoyono bersama dengan Sylviana Murni yang mendapatkan nomor urut satu. Kedua adalah Basuki Tjahaja Purnama alias “Ahok” bersama dengan Djarot Saiful Hidayat yang mendapatkan nomor urut dua. Ketiga, mantan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia Anies Baswedan bersama dengan Sandiaga Uno yang mendapatkan nomor urut tiga.

Putaran pertama pilkada dimenangkan oleh pasangan Ahok-Djarot. Sedangkan pada putaran kedua atau final hanya diikuti oleh pasangan calon Ahok-Djarot dan Anies-Sandi dikarenakan Agus-Silvy mendapatkan suara paling rendah, sehingga harus tereliminasi, dan pada akhirnya putaran kedua dimenangkan oleh pasangan calon Anies-Sandi.

Jalannya Pilkada DKI Jakarta 2017 tidak lepas dari peran media massa sebagai instrumen yang memberikan informasi berita kepada publik, baik berita terkait pilkada ataupun berita lainnya yang diagendakan media tersebut. Wartawan, atau pemimpin redaksi dapat menempatkan berita atau memilih tokoh politik dengan menyingkirkan tokoh politik yang lain untuk ditonjolkan, yang mengacu pada “politik redaksi”, kepribadian dan pencitraan media massa dan kemudian gatekeeper berkembang menjadi agenda setter sebagaimana dikenal dalam teori agenda setting (Ariffin dalam Tambukara, 2012:131). Dalam hal ini media massa mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan meramu berita yaitu dengan memilih peristiwa, sudut pandang, judul, narasumber, dan pengemasan tertentu sebelum disebarkan ke publik.

Media cetak atau surat kabar merupakan salah satu media yang memproduksi berita terkait Pilkada DKI Jakarta 2017. Sebagai media yang memberitakan pilkada, media cetak memiliki tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi. Menurut hasil survey Nielsen Consumer & media View pada kuartal III/2017, mengungkapkan bahwa media cetak memiliki penetrasi 8% dan dibaca oleh 4,5 juta orang. Dari jumlah tersebut, 83% nya membaca surat kabar, alasannya karena nilai berita dari surat kabar dapat dipercaya. (*sumber: Nielsen.com/id/en/press-room/2017/Media-cetak-mampu-mempertahankan-posisinya.print.html diakses pada Februari 2018*)

Surat kabar Kompas dan Republika merupakan media nasional yang meliput berita terkait Pilkada DKI Jakarta 2017. Kedua media tersebut memiliki ideologi dan latar belakang kepemilikan yang berbeda. Kompas merupakan media nasional yang

didirikan oleh Jakop Oetama dan P.K Ojong yang merupakan pengurus Ikatan Sarjana Katolik Indonesia, sedangkan Republika merupakan sebuah media nasional yang didirikan oleh kalangan komunitas muslim. Visi dari Republika adalah modern, moderat, muslim, kebangsaan dan kerakyatan, sedangkan Kompas memiliki motto "Amanat Hati Nurani Rakyat". Kedua media tersebut mempunyai segmen khalayak yang luas dan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat.

Harian Kompas sendiri telah menerima penghargaan IPMA (Indonesia Print Media Award) sebagai "cover" terbaik dalam segi ide kreatif, foto jurnalistik, marketing, *branding*, dan komunikasi massa. Sama halnya dengan Republika yang menerima *Gold Award* dari SPS (Serikat Perusahaan Pers).

Berdasarkan latar belakang kepemilikan dan ideologi yang berbeda, agenda dari media Kompas dan Republika dalam Pilkada DKI Jakarta 2017 juga cenderung berbeda sesuai ideologi yang melekat. Ideologi dipersepsikan sebagai suatu pandangan dunia (*worldview*) yang menyatakan nilai kelompok sosial tertentu untuk membela dan memajukan kepentingan-kepentingan mereka (Kriyantono, 2009: 33).

Salah satunya berita pada bulan maret terkait kampanye putaran kedua Pilkada DKI Jakarta. Berikut pemberitaan tersebut:

## Gambar 1 Perbedaan Berita Surat Kabar Kompas dan Republika



(sumber: Surat kabar Kompas edisi 2 dan Republika 3 Maret 2017)

Surat kabar Republika edisi 2 Maret dengan judul “Kampanye Putaran kedua berbeda (KPU Pastikan Ahok-Djarot.)” sedangkan surat kabar Kompas edisi 3 Maret dengan judul “Kampanye Tetap Perlu, Cuti Tidak Disarankan”. Dari pemberitaan tersebut Republika dan Kompas mempunyai tendensi yang berbeda dalam memberitakan Pilkada.

Surat kabar Kompas dan Republika mempunyai perbedaan dalam mengangkat dan menonjolkan sebuah berita dan memiliki kecenderungan yang berbeda. Pada dasarnya kedua media cetak ini mendasarkan pada komunikasi massa. Komunikasi massa diartikan sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada sejumlah orang (Bittner, 1980:10). Dalam hal ini pemberitaan media harus berdasarkan pada keberpihakan pada hal yang seharusnya dengan tajuk berita yang tepat. Sebagaimana diterangkan dalam Al-Qur’an terkait kebenaran informasi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

**Artinya:** “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar”

Esensi dari ayat diatas adalah anjuran dan perintah dari Allah SWT kepada kaum muslimin untuk lebih baik mengatakan kejujuran dan hal yang benar karena itu adalah bentuk takwa kita terhadap-Nya. Manusia harus mampu menggunakan akal untuk berpikir dan mencerna suatu informasi baik ketika disampaikan atau menyampaikan secara apa adanya dan dengan adab, sehingga bisa mengambil nilai baik atau buruk dalam segala aspek kehidupan. Seperti dalam hal pemberitaan politik dalam media. Media seharusnya memberitakan informasi yang sebenar-benarnya agar tidak menjadi isu dan bermanfaat bagi masyarakat luas. Memberitakan politik dengan cara yang tepat dan jujur tanpa menimbulkan persepsi negatif.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti agenda media dari surat kabar Kompas dan Republika pada masa Pilkada DKI Jakarta 2017. Penelitian tersebut berdasarkan beberapa pertimbangan-pertimbangan yang meliputi *Pertama*, Pilkada Jakarta merupakan peristiwa yang penting bagi masyarakat secara nasional, dikarenakan peristiwa tersebut dilaksanakan pada ibu kota negara. *Kedua*, Surat kabar merupakan media cetak yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat. *Ketiga*, Kompas dan Republika merupakan surat kabar Nasional yang sudah memiliki segmen khalayak yang luas dan mudah diakses masyarakat. *Keempat*,

Kompas dan Republika memiliki latar belakang, kepemilikan, dan ideologi yang berbeda. *Keenam* di bulan 16 Februari hingga 19 April kedua media lebih memfokuskan pada pemberitaan pasangan Ahok-Djarot dan Anies-Sandi dalam masa final pilkada.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah di atas, maka rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini adalah “Bagaimana Konsep Agenda Media pada berita pilkada dalam Surat Kabar Kompas dan Republika Tahun 2017? ”

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui konsep Agenda Media, pada surat kabar Kompas dan Republika pada pemberitaan kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017
2. Untuk mengetahui tema pilkada apa sajakah yang terdapat pada surat kabar Kompas dan Republika pada pemberitaan kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk mengembangkan kajian ilmu komunikasi. Diharapkan juga dapat menjadi

referensi dan peningkatan wawasan akademis khususnya dalam mengembangkan analisis isi media yang diadopsi dalam ranah komunikasi.

## **2. Manfaat Praktis**

*Pertama*, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam proses pembelajaran bagi peneliti mengenai studi yang berkaitan dengan analisis isi. *Kedua*, Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan kepada pembaca surat kabar agar lebih memahami maksud dalam memahami berita-berita yang diterbitkan media. *Ketiga*, bagi pihak surat kabar bersangkutan, penelitian ini dapat sebagai bahan pertimbangan guna mempertahankan dan meningkatkan kualitas berita.

## **E. Telaah Pustaka**

Tujuan dari tinjauan pustaka adalah untuk mengetahui hasil dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian mengenai analisis isi banyak dilakukan pada media massa. Beberapa penelitian yang dilakukan oleh banyak pihak antara lain sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Diana Patrica Manulong pada tahun 2012, Mahasiswa Universitas Indonesia dalam skripsi yang berjudul “Sebuah analisis isi isu lingkungan dalam Koran Kompas dan Koran Tempo”. Metode yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif. Hasil dalam penelitian ini Koran Kompas dan Koran Tempo memiliki agenda yang berbeda, Kompas mengangkat isu bencana dalam bulan

Oktober sedangkan Tempo tidak ada isu lingkungan yang diangkat dalam agendanya. Selain itu Kompas dan Tempo memiliki cara yang hampir sama dalam mempresentasikan lingkungan dalam beritanya.

Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu analisis isi kuantitatif, dan komparatif yaitu membandingkan antara media satu dengan lainnya. Sedangkan perbedaannya terletak pada subyek dan obyek yang diteliti yaitu pemberitaan isu lingkungan dalam media Kompas dan Tempo, sedangkan subyek dan obyek penelitian adalah pemberitaan pada Pilkada dalam media Kompas dan Republika.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Lukman Nusa pada tahun 2016, dosen Pogram Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Yogyakarta dalam Jurnal Profetik Vol.09/N0.01/April 2016 dengan penelitian yang berjudul “Halaman Muka Majalah Tempo (Studi Analisis Isi Perbedaan Halaman Muka Sebagai Representasi Tajuk Utama Majalah Tempo Edisi Tahun 1993/1994/ dengan Tahun 2009/2010)”. Metode yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif. Hasil dari penelitian ini pemberitaan mengenai isu-isu korupsi dan politik berjumlah lebih sedikit pada periode pertama jika dibandingkan pada periode kedua. Pada masa periode kedua, majalah Tempo lebih banyak memberitakan berbagai isu-isu yang melibatkan oknum-oknum pemerintahan, selain itu pada periode pertama pemakaian teknik fotografi lebih terasa jika dibandingkan pada periode kedua yang dipenuhi dengan pemakaian teknik ilustrasi.



Persamaan penelitian juga terletak pada metode yang digunakan yaitu analisis isi kuantitatif dan komparatif yaitu membandingkan antara periode satu dengan lainnya. Sedangkan perbedaannya terletak pada subyek dan obyek yang diteliti yaitu pemberitaan isu lingkungan dalam halaman majalah tempo periode satu dengan periode ke dua, sedangkan subyek dan obyek penelitian adalah pemberitaan pada Pilkada dalam media Kompas dan Republika

Ketiga, penelitian Andi Subhan dan Andi Muhammad Hasrum pada tahun 2013, Dosen ilmu komunikasi FISIP Universitas Hassanudin Makassar dalam jurnal Profetik Vol.06/No.01/April 2013 dengan penelitian yang berjudul “Ahmadiyah Dalam Potret Media Cetak ( Analisis Isi Berita Surat Kabar Kompas, Republika, dan Suara Pembaruan). Metode yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif. Hasil dari penelitian ini, *Pertama*, media Kompas, Republika, dan Suara Pembaruan dalam menyajikan pemberitaan kasus Ahmadiyah yang terkait kasus dengan insiden Cikeusik cenderung netral, yang tercermin dari sikap isi yang bernada netral dari ketiga media tersebut 66%. *Kedua*, topik berita yang paling dominan dalam penyajian kasus Ahmadiyah pada surat kabar tersebut adalah hukum, dimana persentase untuk kategori ini sebesar 65%.

Persamaan penelitian juga terletak pada teori yang digunakan yaitu agenda setting dan juga metode yang digunakan yaitu analisis isi kuantitatif dan komparatif yaitu membandingkan antara media satu dengan lainnya. Sedangkan perbedaannya terletak pada subyek dan obyek yang diteliti yaitu pemberitaan Ahmadiyah pada surat Kabar

Kompas, Republika, dan Suara Pembaruan. Sedangkan pada penelitian ini adalah Pilkada DKI Jakarta 2017.

**Tabel 1**  
**Telaah Pustaka**

| No | Penelitian  | Judul Penelitian   | Hasil  | Persamaan  | Perbedaan   |
|----|---|--|--|--|---|
| 1  | <b>Diana Patrica Manulong</b><br>(skripsi)                  | <b>Representase Agenda Media dalam Surat Kabar</b><br>(Sebuah analisis isi isu lingkungan dalam Koran Kompas dan koran Tempo)  | Kompas mengangkat isu bencana dalam bulan oktober sedangkan tempo tidak ada isu isu lingkungan yang diangkat dalam agendanya. Selain itu Kompas dan Tempo memiliki cara yang hampir sama dalam mempresentasikan lingkungan dalam beritanya | Metode yang digunakan yaitu analisis isi kuantitatif dan konsep agenda media dari teori agenda setting       | Subyek dan Objek penelitian ini isu isu lingkungan Koran Kompas dan Tempo |
| 2  | <b>Lukman Nusa</b><br>(Jurnal)                              | <b>Halaman Muka Majalah Tempo</b><br>(Studi Analisis isi Perbedaan Halaman Muka Sebagai Representasi Tajuk Utama Majalah Tempo Edisi Tahun 1993/1994 dengan Tahun 2009/2010) | Pada periode 1 isu isu korupsi dan politik lebih sedikit, sedangkan periode 2 lebih memberitakan isu yang melibatkan oknum pemerintahan. Selain itu pada periode 1 tehnik fotografi lebih terasa   | Metode yang digunakan yaitu analisis isi kuantitatif   | Subyek dan Objek penelitian ini adalah halaman muka majalah tempo         |
| 3  | <b>Andi Subhan Amir dan Andi Muhamad Hasrum</b><br>(Jurnal) | <b>Ahmadiyah Dalam Potret Media Cetak</b><br>(Analisis Isi Berita Surat Kabar Kompas, Republika, dan Suara Pembaruan)  | <i>Pertama</i> , ketiga media cenderung netral.<br><i>Kedua</i> , topik berita yang paling dominan dalam penyajian kasus ahmadiyah pada surat kabar tersebut adalah hukum  | Metode yang digunakan yaitu analisis isi kuantitatif dan konsep agenda media dari teori agenda setting media | Subyek dan Objek penelitian Berita Ahmadiyah                              |

(Sumber: Olahan Peneliti)

## **F. Landasan Teori**

Dalam penelitian memerlukan kejelasan landasan berfikir dalam memecahkan atau menganalisa suatu masalah. Landasan teori merupakan teori yang relevan yang digunakan untuk menjelaskan variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini teori yang dipakai meliputi:

### **1. Agenda Setting**

McCombs dan Shaw adalah yang pertama kali mengemukakan istilah agenda setting. Griffin (2003) menyatakan bahwa McCombs dan Shaw meminjam istilah agenda setting dari Cohen melalui laporan penelitiannya mengenai fungsi khusus media massa yang menyatakan bahwa 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 dipikirkan (Morison, 2010:89).

McCombs dan Shaw menyatakan bahwa media massa mempunyai kemampuan memindahkan hal hal penting dari agenda berita mereka menjadi agenda publik, dan kita menilai penting apa saja yang dinilai penting oleh media (Morison, 2010:89). Dalam hal ini mereka tidak menyatakan bahwa media secara sengaja berupaya mempengaruhi publik, tetapi publik melihat kepada profesional yang bekerja pada media massa untuk meminta petunjuk kepada media ke mana publik harus memfokuskan perhatiannya.

Pada perkembangannya Agenda setting telah berkembang menjadi tiga tingkat. Pada tingkat kedua Mc Combs dan Estrada (1997) menyatakan pandangan baru agenda setting dengan merumuskan kembali pernyataan Cohen, media mungkin tidak hanya memberi tahu kita bagaimana dan apa yang harus dipertimbangkan, media juga memberi tahu kita bagaimana dan apa yang harus dipertimbangkan, dan bahkan apa yang harus dilakukan tentang hal itu (Severin, & Tankard, 2011:284)

Pada tingkat ketiga agenda setting (*Network Agenda Setting*), Mc Comb dan Guo Vu dalam Jurnal *An Expanded Perspective on Agenda- Setting Effects Exploring the third level of agenda setting (2012)* sebagai berikut :

“ This theoretical model asserts that the news media can bundle different sets of objects or attributes and make these bundles of elements salient in the public’s mind simultaneously. Drawing from Lang’s (2000) theoretical framework on information processing, the NAS model hypothesizes that the more likely the news media mention two elements in tandem, the greater chance that the audience will perceive these two elements as interconnected.”

Pendapat tersebut mengemukakan bahwa media berita dapat mengemas atribut dan membuat unsur unsur ini menonjol di benak masyarakat secara bersamaan. Dengan kata lain, unsur unsur dalam pikiran manusia tidak linier seperti pada agenda setting tingkat pertama. Sebagai gantinya mereka saling berhubungan satu sama lain untuk membuat struktur seperti jaringan dalam benak seseorang. Jika media berita selalu menyebutkan dua elemen secara bersamaan, publik akan “menganggap kedua elemen ini saling berhubungan”.

Fungsi agenda setting merupakan proses linear yang terdiri dari tiga bagian. *Pertama*, Agenda Media itu sendiri harus disusun oleh awak media. *Kedua*, Agenda Media dalam beberapa hal memengaruhi atau berinteraksi dengan Agenda Publik atau naluri publik terhadap pentingnya isu, yang nantinya memengaruhi Agenda Kebijakan. *Ketiga*, Agenda Kebijakan (*Policy*) adalah apa yang dipikirkan para pembuat kebijakan publik dan privat penting atau pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting oleh publik. (Krisyantoro, 2014)

Menurut Littlejohn & Kareen (dalam Krisyantoro, 2009:223) Agenda setting beroperasi dalam tiga konsep, yaitu meliputi:

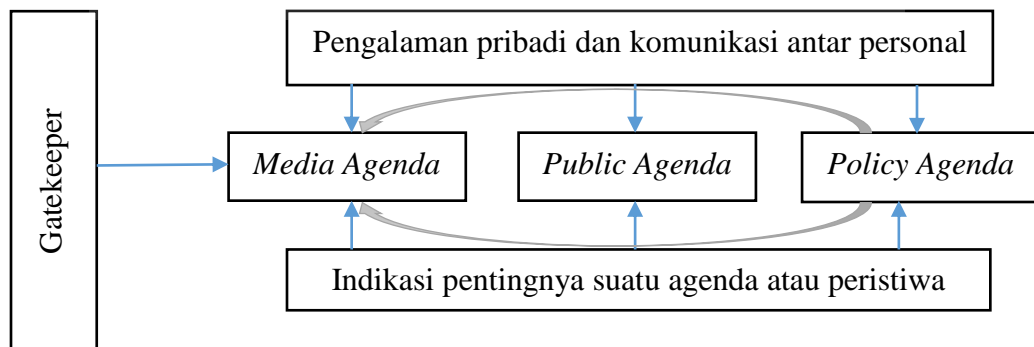
- a. Agenda media. Agenda harus diformat, proses akan memunculkan masalah bagaimana agenda media ini terjadi pada waktu pertama kali dengan dimensi yang berkaitan, antara lain: Visibility (yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita), Audience Salience (tingkat menonjol bagi khalayak), dan Valence atau (valensi), yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.
- b. Agenda Khalayak. Agenda media dalam banyak hal mempengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan dari isu tertentu bagi publik. Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar kekuatan media mampu mempengaruhi agenda publik dan bagaimana publik itu melakukan. Agenda khalayak meliputi akrab (familiarity) atau tidak akrab pemberitaan di tengah-tengah khalayak. Sisi familiarity menyangkut

keterdekatan (proximity) antara peristiwa dengan pembaca atau pemirsa dalam keseharian hidup mereka. Selain itu, berita yang diliput dan diberitakan harus memiliki tingkat penonjolan pribadi (personal salience), dan menyangkut senang atau tidaknya khalayak terhadap pemberitaan dari media (favorability).

c. Agenda kebijakan. Agenda publik memengaruhi atau berinteraksi ke dalam agenda kebijakan. Agenda kebijakan adalah pembuatan dari kebijakan publik yang dianggap penting bagi individu. Agenda ini meliputi Support (dukungan) khalayak terhadap isu yang diberitakan oleh media. Likelihood of action (kemungkinan kegiatan) yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diharapkan sehingga menimbulkan freedom of action (kebebasan bertindak) yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan oleh pemerintah.

Berikut bagan dari agenda setting :

**Tabel 2**  
 Proses Agenda Setting



(Sumber: McQuail dan Windah (1993) dalam Tambukara (2012:68))

## **2. Agenda Media**

Pada penelitian ini lebih terfokuskan pada konsep agenda media untuk mengukur pemberitaan dalam media cetak Kompas dan Republika. Konsep mengenai agenda media relatif sederhana dan tidak kompleks dan konsep dapat langsung diturunkan dari indikator yang dapat diukur (Kriyantono, :2009:197).

Konsep agenda media merupakan isu apa saja yang banyak ditampilkan oleh media. Dalam merefleksikan apa yang dikatakan oleh para kandidat dalam suatu kampanye, media terlihat menentukan topik mana yang penting. Dengan kata lain media massa menetapkan agenda kampanye tersebut. Isu yang dianggap besar terletak pada media yang kerap memberitakan isu tersebut (Eriyanto, 2011:197).

Agenda media sering kali dijadikan sebagai alat politik untuk menekankan isu tertentu atau lebih menonjolkan berita tertentu untuk diberitakan. Para profesional dibayar untuk menentukan agenda media dalam kampanye kampanye politik yang dilakukan tim sukses dan juru bicara, dengan berfokus pada aspek aspek “pacuan kuda” dengan mengkesampingkan permasalahan dan menekankan yang negatif (Severin & Tankard, 2011:284).

Perbedaan (atensi) media terhadap isu berpengaruh terhadap pengetahuan dan citra suatu peristiwa di mata khalayak. Isu yang diberitakan dengan porsi besar akan dinilai sebagai isu yang penting oleh khalayak. Orang cenderung mengetahui hal hal yang diberitakan media massa dan menerima susunan prioritas yang diberikan oleh media massa terhadap isu isu yang berbeda (Eriyanto, 2011:197).

Agenda media sendiri menurut Krisyantoro (2014) adalah agenda yang harus diformat, proses akan memunculkan masalah bagaimana agenda media ini terjadi pada waktu pertama kali dengan dimensi yang berkaitan, antara lain:

- a. Visibility (yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita).
- b. Audience Salience (tingkat menonjol bagi khalayak)
- c. Valence atau (valensi), yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.

Konsep agenda media dapat diturunkan langsung dalam indikator dalam pengukurannya yang meliputi *Pertama* adalah isu yang diberitakan dalam media, yaitu jumlah pemberitaan dari masing-masing kategori isu dalam berita. *Kedua* adalah panjang berita dalam surat kabar. *Ketiga*, penempatan isu dalam berita ( McComb dan Shaw dalam Eriyanto, 2011:197)

Terkait pengukuran agenda media dalam agenda setting, Kriyantono (2005:225) menyebutkan bahwa dapat dilakukan dengan menentukan ranking berdasarkan penonjolan berita (frekuensi pemberitaan tema), panjang berita dan penyajian berita atau konflik.

Surat kabar yang memberitakan isu dalam jumlah besar, dengan halaman panjang dan kemudian diletakan atau ditempatkan di tempat yang mencolok, mencerminkan agenda yang dibawa oleh media kepada publik (Eriyanto, 2011:197).



Indikator-indikator tersebut kemudian diukur melalui analisis isi. Analisis isi tersebut bertujuan untuk menentukan ranking berita berdasarkan panjangnya (waktu dan ruang), penonjolan tema berita (ukuran headline, penempatannya, dan frekuensinya) serta konflik (cara penyajiannya).

### 3. Analisis Isi

Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Lewat analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi. Secara umum, analisis isi dapat diartikan sebagai teknik penelitian yang bertujuan untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan dari suatu media yang dilakukan secara sistematis. (Eriyanto, 2011). Weber mengemukakan analisis isi adalah sebuah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid dari sebuah teks, sedangkan R. Holsti mendefinisikan analisis isi sebagai sebuah bentuk kajian isi yaitu teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan dan dilakukan secara objektif serta sistematis (Eriyanto, 2011). Analisis isiditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi.

Definisi lain dikemukakan oleh Budd (1967) dalam Krisyantoro mengemukakan bahwa analisis isi adalah sebuah teknik sistematis untuk menganalisis pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan

menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih. Sedangkan Riffle, Lacy, dan Fico dalam Eriyanto menjelaskan analisis isi adalah pengujian yang sistematis dan dapat direplikasi dari simbol simbol komunikasi, dimana simbol ini diberikan nilai numerik berdasarkan pengukuran yang valid, dan analisis menggunakan metode statistik untuk menggambarkan isi komunikasi, menarik kesimpulan dan memberikan konteks, baik produksi maupun konsumsi.

Neuendorf (2002) dalam Eriyanto mengemukakan bahwa analisis isi adalah sebuah peringkasan (*summarizing*), kuantifikasi dari pesan yang didasarkan pada metode ilmiah (diantaranya objektif-intersubjektif, reliabel, valid, dapat digeneralisasikan, dapat direplikasi dan pengujian hipotesis) dan tidak dibatasi untuk jenis variabel tertentu atau konteks di mana pesan dibentuk dan ditampilkan.

Salah satu ciri penting dari analisis isi adalah objektif. Objektif berarti secara apa adanya, menghilangkan bias, keberpihakan atau kecenderungan tertentu dari peneliti. Kategori yang digunakan dalam analisis isi harus mempunyai batasan yang tepat dan jelas serta tidak memasukkan subjektivitas dari peneliti. Ada dua aspek penting yang mendasari objektivitas yaitu validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan apakah analisis isi mengukur apa yang benar benar ingin diukur. Sementara reliabilitas berkaitan dengan apakah analisis isi akan menghasilkan temuan yang sama biarpun dilakukan oleh orang yang berbeda dan waktu yang berbeda.

Analisis isi juga harus replikable yaitu penelitian dengan temuan tertentu dapat diulang dengan menghasilkan temuan yang sama pula. Hasil-hasil dari analisis isi sepanjang menggunakan bahan dan teknis yang sama, harusnya juga menghasilkan temuan yang sama. Temuan yang sama ini berlaku untuk peneliti yang berbeda, waktu yang berbeda, dan konteks yang berbeda (Neuendorf, 2002; 12).

Tampak (*manifest*) adalah bagian dari isi yang akan diteliti yang terlihat secara nyata, dapat ditemui langsung di dalam teks, dan tidak dibutuhkan penafsiran untuk menemukannya. Isi yang tampak ini dapat berupa teks, gambar, pesan, warna, panjang kolom suatu berita, dan simbol.

*Summarizing* adalah salah satu ciri khas lain dari analisis isi yang nantinya akan menjadi generalisasi isi dari pesan/teks. Generalisasi merupakan hasil dari pengolahan data dari teknik analisis isi yang diambil melalui sampel dari populasi. Hasilnya akan memberikan gambaran umum terhadap populasi tersebut.

Adapun tahapan analisis isi menurut Eriyanto sebagai berikut:

- a. Merumuskan tujuan analisis
- b. Konseptalisasi dan operasionalisasi
- c. Lembar coding (*coding sheet*)
- d. Populasi dan sample
- e. Pelatihan *coder* dan pengujian validitas reliabilitas
- f. Proses *coding*
- g. Perhitungan reliabilitas, Input data dan analisis data

#### **4. Berita dalam Surat Kabar**

Berita adalah laporan peristiwa aktual dan hangat melalui proses kerja jurnalisisme sehingga layak dipublikasikan oleh media massa. Berita itu lebih dari sekedar kegiatan berkomunikasi antar manusia, tetapi berita merupakan hasil pengolahan data mentah dalam bentuk text, suara, gambar, film yang diolah menjadi suatu berita. (Tambukara, 2013: 88-89)

Berita merupakan salah satu produk dari surat kabar. Berita dalam surat kabar berisi berbagai fakta yang terjadi di sekitar lingkungan yang menari perhatian dan penting. Tujuannya adalah agar diketahui atau menjadi kesadaran umum (Barus, 2010:26). Fakta mengandung unsur peristiwa, kejadian dan gagasan. Fakta akan menjadi sebuah berita jika dibuat menjadi kesadaran umum dengan melaporkannya. Sedangkan untuk fakta tersembunyi merupakan fakta yang tidak menjadi kesadaran umum (Barus, 2010:27).

Berita dalam surat kabar disajikan dalam rubrikasi dan dibagi sesuai dengan segmen pembaca. Berita menyediakan komponen yang membedakan surat kabar dari bentuk lain media cetak dan sering kali mendapatkan status khusus atau perlindungan di dalam masyarakat yang memungkinkannya untuk mengungkapkan opini atas nama publik (McQuail, 2011:120). Berita dalam surat kabar lebih menekankan kepada kepadatan text tulisan dan kejelasan maksud dari laporan peristiwa. (Tambukara, 2013: 90).

### **a. Bangunan naskah berita dalam surat kabar**

Suhandang (2010) menyebutkan keseluruhan bangunan naskah berita surat kabar terdiri atas tiga unsur, yaitu Judul Berita (*Head*), Teras Berita (*Lead*), dan Kelengkapan atau Penjelasan Berita (*Body*) (Tamburaka, 2013:89).

- 1) Judul Berita (*Head*) merupakan intisari berita. Dibuat dalam satu arah dua kalimat pendek tapi cukup memberitahukan persoalan pokok peristiwa yang dibertakanya (Tamburaka, 2013:89).
- 2) Teras Berita (*Lead*), selaku sari dari beritanya. Merupakan laporan singkat yang bersifat klimakas dari peristiwa yang dilaporkanya. Di dalam lead ini muncullah unsur berita 5W+1h (Tamburaka, 2013:89).
- 3) Kelengkapan atau Penjelasan Berita (*Body*) pada bagian ini kita jumpai keterangan rinci dan dapat melengkapi serta meperjelas fakta atau data yang disuguhkan (Tamburaka, 2013:90).

### **b. Asal dan Narasumber Berita dalam Surat Kabar**

Berita dalam surat kabar dapat berasal dari liputan langsung wartawan, kantor berita Indonesia, kantor berita asing, mengutip media asing dan lainnya. Selain asal berita, dalam surat kabar juga terdapat narasumber berita. Narasumber merupakan orang, kelompok, atau organisasi yang diwawancarai

oleh wartawan yang ditulis secara jelas dalam berita. Jenis- Jenis Narasumber menurut Kusumaningrat & Purnama sebagai berikut (2009: 251-254):

- 1) Ilmuan, Ilmuan dianggap sebagai narasumber yang paling sensitif diantara narasumber lainya dalam hal memberikan keterangan. Ilmuan mencari hal baru, yang belum ditemukan, dan mempunyai kepentingan dalam menyampaikan kebenaran yang baru ditemukan dengan sikap sangat seksama dan korek.
- 2) Birokrat. Birokrat merupakan seorang yang, untuk melaksanakan tugas tugasnya, harus memperoleh kerjasama dari publik dan dalam hal ini memperoleh kerjasama melalui media. Sebagai contoh Dinas Pendapatan Pajak yang memerlukan kerjasama dengan publik dalam mendapatkan kembali formulir formulir pajak yang diisi dengan benar, dan dikembalikan pada waktunya, serta para pejabat pemerintah daerah yang memerlukan kerjasama publik dalam melaksanakan pemilihan daerah. Para birokrat menginginkan media untuk memahami dengan tepat apa yang perlu diketahui oleh publik
- 3) Politisi. Politisi memiliki motivasi yang sedikit berbeda dalam mencari perhatian publik melalau media. Seorang politisi adalah seorang yang berusaha meniti tangga kepemimpinan institusi social atau mengubah isntitusi. Berbeda dengan birokrat yang berusaha melaksanakan fungsi yang tetap, politisi berusaha “menggerakan” segala sesuatu. Politisi

berusaha berusaha bergerak maju menghadapi oposisi, kadang kadang oposisi yang sangat aktif.

- 4) Anggota yang tidak puas. Yaitu merupakan narasumber yang sering kali digunakan dalam reportase investigatif dan interpretative. Mereka memberikan pandangan pandangan tentang kelemahan kelemahan institusi yang tidak mungkin diperoleh dengan cara lain.
- 5) Pengejar Publisitas, Mereka sering kali memburu ruangan ruangan redaksi surat kabar. Dalam dosis yang kecil, mereka jarang memberikan sumbangan pada interpretasi yang tajam tentang suatu isu, tetapi informasinya bermanfaat.
- 6) Pejabat Humas, merupakan narasumber yang dapat membawa ke narasumber-narasumber lain. Ia juga dapat memberikan informasi serta merespon interpretasi tentang isu isu tertentu dengan pemahaman yang mendalam. Humas mewakili suatu institusi dan memiliki pengetahuan akademik tentang hak publik untuk mendapatkan informasi

### **c. Letak berita dalam Surat Kabar**

Eriyanto (2011:226) menyatakan bahwa penempatan berita adalah dimana penempatan berita dalam surat kabar berada. Dalam surat kabar terdiri dari beberapa jenis halaman yang meliputi :

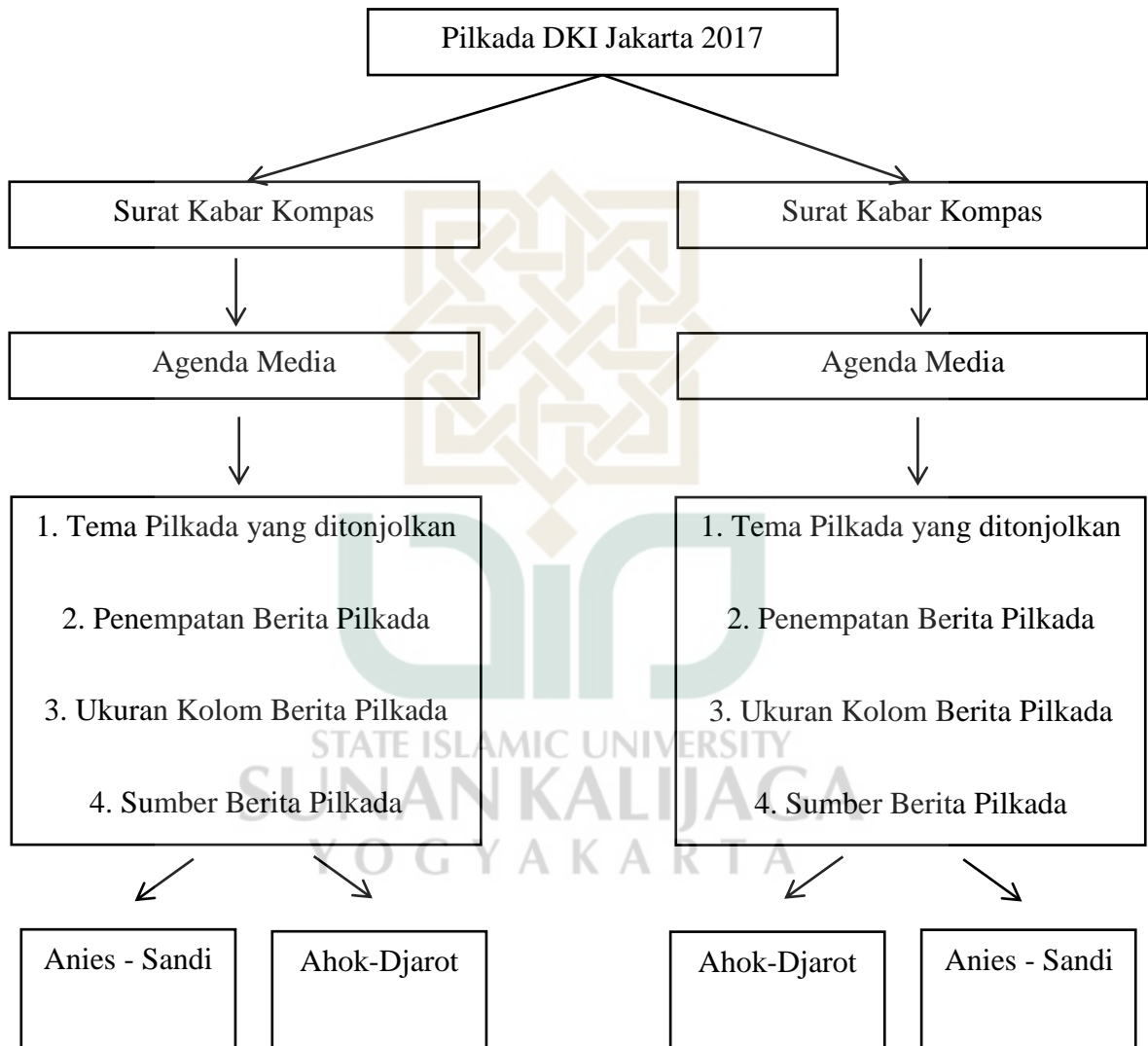
- 1) Halaman Depan (*Headline*). Yaitu penempatan berita dalam surat kabar berada di halaman depan dan berada di posisi utama (*Headline*). Berita utama (*Headline*), umumnya ditulis dengan huruf besar di bagian halaman depan atau halaman pertama surat kabar dan dengan ukuran lebih panjang dan besar.
- 2) Halaman depan bukan berita utama (*Headline*). Yaitu posisi atau letak berita di halaman depan atau halaman pertama dalam surat kabar, akan tetapi tidak berada di posisi berita utama (*Headline*).
- 3) Halaman Khusus (Suplemen). Yaitu Letak berita di halaman khusus (suplemen) surat kabar, ini merupakan halaman khusus yang disediakan oleh surat kabar dengan berbagai nama, seperti “Pilkada DKI”, “Metropolitan”.
- 4) Halaman Dalam. Yaitu Penempatan berita selain di halaman depan atau diluar dari halaman satu dan halaman khusus.



## G. Kerangka Berfikir

Tabel 3

### Kerangka Berpikir



Sumber: Eriyanto, 2011

## **H. Metode Penelitian**

### **1. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak dan dilakukan secara obyektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi (Eriyanto, 2011:15). Jenis penelitian ini menggunakan metode analisis isi deskriptif kuantitatif. Analisis isi kuantitatif memfokuskan risetnya pada isi komunikasi yang tersurat (*tampak atau manifest*).

### **2. Unit Analisis dan Definisi Operasional Variabel**

#### **a. Unit Analisis**

Unit Analisis adalah bagian apa dari isi yang diteliti dan dipakai dalam menyimpulkan isi dari suatu text. Bagian dari analisis dapat berupa kata, kalimat, foto, potongan adegan dan paragraf (Eriyanto, 2011:59). Pada penelitian ini unit analisis adalah semua berita Pilkada DKI Jakarta 2017 pada surat kabar Kompas dan Republika periode Februari hingga April 2017 dengan unit fisik dan unit tematik. Unit analisis fisik di dasarkan pada ukuran fisik dari suatu text, dalam media cetak ukuran fisik umumnya yang dipakai adalah luas atau panjang berita. Kemudian unit analisis tematik lebih melihat topik dari suatu text atau keseluruhan text headline, dan unit analisis isi memungkinkan peneliti melihat kecenderungan, sikap, kepercayaan dari suatu text (Holsti dalam Eriyanto, 2011:84).

**b. Konseptualisasi**

**Tabel 4**

**Konseptualisasi dan Unit Analisis**

| KONSEP             | DIMENSI             | VARIABEL                            | INDIKATOR          | Unit Analisis                         | Lembar Koding                           |
|--------------------|---------------------|-------------------------------------|--------------------|---------------------------------------|---|
| Agenda Media       | -                   | Isu yang ditonjokan                 | Jumlah Pemberitaan | Tema Pilkada                          | 1. Profil Kandidat                      |
|                    |                     |                                     |                    |                                       | 2. Kegiatan Kandidat                    |
|                    |                     |                                     |                    |                                       | 3. Dukungan Kepada Paslon               |
|                    |                     |                                     |                    |                                       | 4. Tanggapan Kandidat Atas Sejumlah Isu |
|                    |                     |                                     |                    |                                       | 5. Tanggapan Terhadap Kandidat          |
|                    |                     |                                     |                    |                                       | 6. Pelanggaran Pilkada                  |
|                    |                     |                                     |                    |                                       | 7. Hasil Survey                         |
|                    |                     |                                     |                    |                                       | 8. Penistaan Agama                      |
|                    |                     | Penempatan Berita                   | Penempatan Berita  | 1. Berita Utama (Headline)            |   |
|                    |                     |                                     |                    | 2. Halaman Depan Bukan Headline       |   |
|                    |                     |                                     |                    | 3. Halaman Khusus                     |   |
|                    |                     |                                     |                    | 4. Halaman Dalam                      |   |
| Ukuran             | Ukuran Kolom Berita | 1. Besar (Lebih dari 1/8 Halaman)   |                    |                                       |   |
|                    |                     | 2. Sedang (1/14 hingga 1/8 Halaman) |                    |                                       |   |
|                    |                     | 3. Kecil (kurang dari 1/4 halaman)  |                    |                                       |   |
| Variabel Pendukung | -                   | Narasumber Berita                   | Narasumber Berita  | 1. Kandidat Pasangan Calon            |   |
|                    |                     |                                     |                    | 2. Tim Pendukung dan Partai           |   |
|                    |                     |                                     |                    | 3. Penyelenggara dan Pengawas Pilkada |   |
|                    |                     |                                     |                    | 4. Warga atau Masyarakat Umum         |   |
|                    |                     |                                     |                    | 5. Komunitas atau Kelompok            |   |
|                    |                     |                                     |                    | 6. Ormas dan Tokoh Agama              |   |
|                    |                     |                                     |                    | 7. Kepolisian dan Lembaga Militer     |   |
|                    |                     |                                     |                    | 8. Lembaga Pengadilan Umum            |   |
|                    |                     |                                     |                    | 9. Pemerintah                         |   |
|                    |                     |                                     |                    | 10. Pengamat Politik dan Akademisi    |   |
|                    |                     |                                     |                    | 11. Lembaga Survey                    |   |

|  |  |  |                     |                     |                                  |
|--|--|--|---------------------|---------------------|----------------------------------|
|  |  |  |                     |                     | 12. Tidak Jelas                  |
|  |  |  |                     |                     | 13. Anonim                       |
|  |  |  | Narasumber Berita   | Lembaga Survey      | 1. KPUD                          |
|  |  |  |                     |                     | 2. Litbang Kompas                |
|  |  |  |                     |                     | 3. Lingkaran Survey Indonesia    |
|  |  |  |                     |                     | 4. SMRC                          |
|  |  |  |                     |                     | 5. Polmark Indonesia             |
|  |  |  |                     |                     | 6. Indo Barometer                |
|  |  |  |                     |                     | 7. Cyrus Network                 |
|  |  |  |                     |                     | 8. Populi                        |
|  |  |  |                     |                     | 9. Indikator Politik Indonesia   |
|  |  |  |                     |                     | 10. Charta Politika              |
|  |  |  |                     |                     | 11. Polictraking Indonesia       |
|  |  |  |                     |                     | 12. Media Nasional               |
|  |  |  |                     |                     | 13. Swing Voter                  |
|  |  |  |                     |                     | 14. Tidak ada                    |
|  |  |  | Gambar dalam Berita | Gambar dalam Berita | 1. Kandidat Pasangan Ahok-Djarot |
|  |  |  |                     |                     | 2. Kandidat Pasangan Anies-Sandi |
|  |  |  |                     |                     | 3. Kedua Kandidat                |
|  |  |  |                     |                     | 4. Lainnya                       |
|  |  |  |                     |                     | 5. Tidak ada                     |

Sumber: Olahan Peneliti dari Landasan Teori

### C. Definisi Operasional

Tabel 5

#### Definisi Operasional Unit Analisis Tema, Penempatan, dan Ukuran Kolom

| Unit Analisis       | Lembar Coding                        | Definisi Operasional   |
|---------------------|--------------------------------------|--|
| Tema Pilkada        | Profil Kandidat                      | Apabila berita menampilkan Profil yang dapat berupa Gambar, Poster, dan Pogram kandidat dalam Poster   |
|                     | Kegiatan Kandidat                    | Apabila berita menampilkan kegiatan yang dilakukan oleh kandidat, seperti sapa warga, deklarasi kandidat, menjenguk warga, debat                               |
|                     | Dukungan Kepada Paslon               | Apabila berita menampilkan dukungan terhadap kandidat pasangan calon seperti deklarasi partai yang mendukung, Patungan yang diperoleh, dukungan dari komunitas |
|                     | Tanggapan Kandidat Atas Sejumlah Isu | Apabila berita menampilkan tanggapan kandidat atas sejumlah isu atau masalah seperti isu "hoax",   |
|                     | Tanggapan Terhadap Kandidat          | Apabila berita menampilkan tanggapan terhadap kandidat dari masyarakat, kelompok ataupun lembaga yang dapat berupa kritik, opini, maupun saran                 |
|                     | Pelanggaran Pilkada                  | Apabila berita menampilkan pelanggaran pilkada seperti kampanye hitam, pelanggaran kampanye atau kasus kandidat dalam pilkada                                  |
|                     | Hasil Survey                         | Apabila berita menampilkan hasil survey dari lembaga survey  |
|                     | Penistaan Agama                      | Apabila berita menampilkan kasus penistaan agama, dapat berupa sidang ahok, aksi 313 dan 212,  |
| Penempatan Berita   | Berita Utama (Headline)              | Apabila berita terletak di halaman pertama dan berita utama, biasanya memiliki ukuran judul besar  |
|                     | Halaman Depan Bukan Headline         | Apabila berita terletak di halaman depan , tetapi bukan berita utama   |
|                     | Halaman Khusus                       | Apabila berita terletak dihalaman khusus Pilkada Jakarta, seperi "Pilkada serentak" dan Metropolitan.  |
|                     | Halaman Dalam                        | Apabila berita terletak kecuali dihalaman depan dan halaman khusus.  |
| Ukuran Kolom Berita | Besar                                | Apabila berita berukuran 1/7 halaman hingga halaman penuh  |
|                     | Sedang                               | Apabila berita berukuran 1/14 hingga 1/8 halaman   |
|                     | Kecil                                | Apabila berita berukuran 1/21 hingga 1/15  |

Sumber: Olahan peneliti dari landasan teori

**Tabel 6****Definisi Operasional Unit Analisis Narasumber Berita**

| <b>Unit Analisis</b> | <b>Lembar Coding</b>                      | <b>Definisi Operasional</b>  |
|----------------------|---|--|
| Narasumber<br>Berita | Kandidat Pasangan Calon                   | Meliputi kandidat pasangan calon yang meliputi Basuki Cahaya Purnama, Anies Baswedan, Djarot Saiful Hidayat dan Sandiaga Uno |
|                      | Tim Pendukung dan Partai                  | Meliputi tim dari kandidat, yang mendukung ataupun dari partai yang bersangkutan   |
|                      | Penyelenggara dan Pengawas Pilkada        | Meliputi KPU, KPUD, Bawaslu  |
|                      | Warga atau Masyarakat Umum                | Merupakan warga atau pemilih   |
|                      | Komunitas atau Kelompok                   | Meliputi Komunitas lingkungan, dan komunitas sosial lainnya (kecuali komunitas pendukung kandidat)                           |
|                      | Ormas dan Tokoh Agama                     | Meliputi NU, Muhammadiyah, ataupun tokoh agama secara Individu   |
|                      | Kepolisian dan Lembaga Militer            | Meliputi TNI, Polisi, Polda dan Militer  |
|                      | Lembaga Pengadilan Umum                   | Meliputi Jaksa, Hakim (kecuali Lembaga dalam Pilkada)  |
|                      | Pemerintah                                | Meliputi DPR, MPR, Menteri (jika dalam berita disebutkan gelar tersebut seperti kepala MPR, Kemendagri                       |
|                      | Pengamat Politik dan Akademisi            | Meliputi pengamat politik, dosen , guru besar,   |
|                      | Lembaga Survey                            | Meliputi orang yang berasal dari Lembaga Survey  |
|                      | Tidak Jelas                               | Apabila Narasumber berita tidak jelas  |
| Anonim               | Apabila tidak ada narasumber dalam berita |  |

**Tabel 7**

**Definisi Operasional Unit Analisis Lembaga Survey dan Gambar**

| <b>Unit Analisis</b> | <b>Lembar Coding</b>          | <b>Definisi Operasional</b>  |
|----------------------|-------------------------------|--|
| Lembaga Survey       | KPUD                          | Apabila Lembaga Survey berasal dari KPUD   |
|                      | Litbang Kompas                | Apabila lembaga survey berasal dari Litbang Kompas   |
|                      | Lingkaran Survey Indonesia    | Apabila lembaga survey berasal dari Lingkaran Survey Indoneisa   |
|                      | SMRC                          | Apabila lembaga survey berasal dari SMRC   |
|                      | Polmark Indonesia             | Apabila lembaga survey berasal dari Polmark Indonesia  |
|                      | Indo Barometer                | Apabila lembaga survey berasal dari Indo Barometer   |
|                      | Cyrus Network                 | Apabila lembaga survey berasal dari Cyrus Network  |
|                      | Populi                        | Apabila lembaga survey berasal dari Populi   |
|                      | Indikator Politik Indonesia   | Apabila lembaga survey berasal dari Indikator Politik Indonesia  |
|                      | Charta Politika               | Apabila lembaga survey berasal dari Charta Politika  |
|                      | Polictraking Indonesia        | Apabila lembaga survey berasal dari Polictracking Indonesia  |
|                      | Media Nasional                | Apabila lembaga survey berasal dari Media Nasional   |
|                      | Swing Voter                   | Apabila lembaga survey berasal dari Swing Voter  |
|                      | Tidak ada                     | Apabila Tidak ada lembaga survey   |
| Gambar dalam Berita  | Kandidat Pasangan Ahok-Djarot | Apabila gambar dalam berita menampilkan Basuki Cahaya Purnama alias ahok, Djarot Saiful Hidayat, atau Basuki Cahaya Purnama alias Ahok dan Djarot Saiful Hidayat |
|                      | Kandidat Pasangan Anies-Sandi | Apabila gambar dalam berita menampilkan Anies Baswedan, Sandiaga Uno, atau Anies Baswedan dan Sandiaga Uno.  |
|                      | Kedua Kandidat                | Gabungan antara kategori pertama dan kedua   |
|                      | Lainya                        | Apabila gambar dalam berita menampilkan kategori lainnya   |
|                      | Tidak ada                     | Apabila tidak ada gambar dalam berita  |

Sumber: Olahan peneliti dari landasan teori

### **3. Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi adalah semua anggota obyek yang akan diketahui isinya (Eriyanto, 2011:109). Populasi dalam penelitian ini adalah semua berita terkait pasangan calon Ahok-Djarot dan Anies-Sandi pada surat kabar Kompas pada 16 Februari hingga 19 April pada saat masa Pilkada DKI Jakarta 2017 dengan jumlah total 36 berita dalam surat kabar Kompas, dan 71 berita dalam surat kabar Republika.

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sample*, yaitu menggunakan teknik sensus. Teknik sensus dipilih dengan pertimbangan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran berita pasangan Basuki-Djarot dan Anies- Sandi pada Pilkada DKI Jakarta 2017 oleh surat kabar nasional selama masa kampanye. Maka dari itu pemilihan sampel lebih ditekankan pada berita pasangan calon yang terdapat pada surat kabar Kompas dan Republika pada 16 Januari hingga 19 April 2017.

### **4. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data**

Kegiatan pengumpulan data adalah prosedur yang sangat menentukan baik tidaknya riset. Metode pengumpulan data adalah teknik yang digunakan periset untuk mengumpulkan data (Kriyantono, 2009:94). Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data adalah Dokumentasi dan Studi Pustaka

- a. Dokumentasi, yaitu melakukan observasi teks dan pengamatan headline surat kabar Kompas dan Republika



- b. Studi Pustaka, yaitu dengan mengumpulkan informasi dan data menggunakan bantuan berbagai macam material yang ada di perpustakaan seperti buku, dokumen, majalah dan sebagainya

Intrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan itu menjadi sistematis dan dipermudah olehnya (Arikunto dalam Kriyantono, 2009:94). Dalam penelitian ini intrumen yang digunakan adalah dokumentasi, dan *Coding Sheet*. Lembar Coding memuat semua kategori, aspek yang ingin diketahui dalam analisis isi (Eriyanto, 2011:221)

## **5. Validitas dan Realibilitas Instrumen**

### **a. Uji Validitas**

Uji Validitas berkaitan dengan apakah alat ukur yang dipakai secara tepat mengukur konsep yang ingin diukur, validitas juga memastikan apakah alat ukur yang dipakai peneliti sudah valid dan karenanya dapat menjamin dengan pengukuran temuan yang tepat. (Eriyanto 2011:259). Dalam hal ini peneliti membandingkan alat ukur yang dipakai dengan standar alat ukur yang biasa dipakai oleh komunitas ilmiah. Semakin alat ukur yang dipakai itu banyak digunakan dan diakui oleh komunitas ilmiah, maka validitas dari alat ukur tersebut juga tinggi.

Pada penelitian ini menggunakan validitas isi dan muka. Untuk mengukur dalam pengukuran agenda media menggunakan indikator dari McComb dan

Shaw yang meliputi tema yang ditonjolkan, panjang berita, dan peletakan berita dan juga dengan indikator indikator penunjang yang meliputi sumber berita, narasumber berita dan gambar dalam berita.

### **b. Uji Reliabilitas**

Realibilitas digunakan untuk menjamin data yang diperoleh indepeden dari suatu peristiwa, instrument atau orang yang mengukurnya (Goldsen dalam Eriyanto, 2011:282). Realibilitas melihat apakah alat ukur dapat dipercaya menghasilkan temuan yang sama saat dilakukan seseorang yang beerbeda. Dalam pengujian reliabilitas, peneliti menggunakan realibiltas antar coder dengan formula Cohen. Formula ini adalah perbaikan dari formula Scoot. Rumus dalam formula Cohen sebagai berikut:

$$\text{Realibiltas antar coder} = \frac{\text{Persetujuan yang diamati} - \text{persetujuan yg diharapkan}}{1 - \text{Persetujuan yang diharapkan}}$$

Dalam formula Cohen (Cohen Kappa), persetujuan yang diharapkan dihitung dengan cara yang berbeda. Persetujuan yang diharapkan diperoleh dari mengalikan jumlah unit yang di *coding* dan perkalian dari setiap kategori. Atau  $(1/n^2) \times (\sum pm)$ . Dimana n adalah jumlah unit yang di *coding*, dan pm adalah perkalian dari kategori di masing masing *Coder*.

*Coder* yang digunakan dalam pengujian reliabilitas dapat memakai dua orang atau lebih. Semakin lebih banyak *Coder* maka akan semakin baik.

Maka dari itu peneliti menggunakan 3 orang *Coder* dalam pengujian reliabilitas. Untuk *Coder* pertama adalah peneliti sendiri. Kemudian *Coder* kedua adalah Shaum Akbar S.Ikom Lulusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dan dalam tugas akhir skripsinya juga mengambil analisis isi media, yang tentu saja lebih berpengalaman dalam pengisian lembar *coding* dan analisis isi media. Selanjutnya *Coder* ketiga adalah Muhammad Azhari, yaitu mahasiswa Dakwah dan Komunikasi semester akhir yang mengambil konsentrasi Jurnalistik di UIN Sunan Kalijaga, yang tentu saja lebih banyak pengalaman dalam bidang jurnalistik terutama dalam analisis surat kabar.

Nilai tingkat reliabilitas antar *Coder* dalam Kappa, jika kurang dari 0,04 atau 40% adalah buruk. Kemudian jika nilai antara 0,04 hingga 0,06 atau 40% hingga 60% adalah Cukup. Kemudian jika nilai Kappa 0,61- hingga 0,75 adalah baik. Kemudian jika nilai Kappa lebih dari 0,75 atau 75% adalah sangat baik.

Selanjutnya dalam perhitungan reliabilitas, pertama kali adalah menghitung persetujuan yang diamati dengan rumus (persetujuan dibagi dengan jumlah unit yang akan diuji). Dalam pengujian reliabilitas ini, surat kabar Kompas menggunakan 36 berita dan surat kabar Republika 71 berita atau seluruh dari populasi yang akan diteliti. Setelah itu menghitung persetujuan yang diharapkan dengan mengalikan jumlah unit yang di *coding* dan perkalian dari setiap kategori.

## **6. Metode Analisis Data**

Unit Analisis yang akan digunakan untuk menganalisis pemberitaan yang telah dikumpulkan sebelumnya adalah dengan menggunakan konsep agenda media. Kemudian data diolah dengan lembar *coding sheet*. Setelah data terkumpul, data kemudian akan dianalisis dengan menggunakan unit analisis yang telah ditetapkan sebelumnya. Setelah dianalisis data disajikan menggunakan tabel tabulasi silang dan kemudian di deskripsikan dan dibandingkan antara surat kabar Kompas dan surat kabar Republika.

## **7. Keterbatasan Penelitian**

Dalam menganalisa agenda media, peneliti biasanya juga menganalisa agenda khalayak, kemudian dikaitkan dengan agenda media. Pada penelitian ini, agenda khalayak tidak diujikan dikarenakan peneliti sendiri ingin lebih fokus pada konten surat kabar Kompas dan Republika dan Representasi agenda media dalam pemberitaan Pilkada DKI Jakarta 2017.

Terdapat banyak surat kabar nasional di Indonesia, namun penelitian ini hanya menggunakan dua surat kabar saja. Karena dengan dua surat kabar sudah dapat terlihat perbedaan baik dari visi dan misi maupun cara koran tersebut menyajikan pemberitaan.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

1. Dua media yang menjadi obyek penelitian yaitu surat kabar Kompas dan Republika dalam menyajikan berita terkait pasangan calon gubernur DKI Jakarta pada putaran kedua jika dilihat dari segi persentase tokoh dalam berita cenderung menonjolkan berita yang menampilkan semua pasangan calon. Dengan presentase 50% untuk Kompas dan 38% untuk Republika dari masing-masing jumlah berita dalam surat kabar.
2. Tema atau topik berita yang dominan jika dilihat secara keseluruhan tema (18 tema), dalam surat kabar Kompas dan Republika dari segi frekuensi lebih banyak dengan tema “Penistaan agama”. Perbedaannya, dalam surat kabar Kompas juga diimbangi dengan tema “Hasil Survey” yang jumlah frekuensinya sama. Namun jika dilihat dari jumlah ukuran kolom besar dalam berita dan total luas ukuran, surat kabar Kompas lebih banyak menonjolkan tema “Hasil Survey” yang menampilkan semua pasangan calon dan surat kabar Republika lebih banyak menonjolkan tema “Penistaan agama” oleh Basuki Cahaya Purnama.
3. Ukuran kolom berita yang digunakan surat kabar Kompas dan Republika dalam pemberitaan kandidat atau pasangan calon lebih banyak berukuran besar dengan persentase 81% untuk Kompas dan 75% untuk Republika dari

masing masing jumlah berita. Sedangkan untuk jumlah kata dalam surat kabar Kompas dan Republika sama sama lebih banyak Ahok-Djarot.

4. Penempatan berita dalam surat kabar Kompas lebih banyak diletakan dihalaman dalam sedangkan dalam surat kabar Republika lebih banyak di halaman khusus, dan dari segi nomor halaman lebih banyak di letakan antara halaman pertama hingga halaman kesembilan
5. Penyajian berita dalam surat kabar Kompas dan Republika dalam hal narasumber sama-sama lebih banyak tim pendukung dan partai, kemudian untuk lembaga survey yang digunakan dalam surat kabar Kompas lebih banyak yang memenagkan Ahok-Djarot, sedangkan dalam surat kabar Republika lebih banyak yang memengkan Anies-Sandi. Kemudian dari segi gambar, surat kabar Kompas dan Republika mayoritas gambar yang disajikan lebih banyak tak menampilkan gambar atau foto dari kandidat atau pasangan calon, sedangkan dengan persentase yang sama Kompas juga dengan gambar yang menampilkan semua kandidat atau pasangan calon.
6. Secara keseluruhan dari unit analisis, agenda setting dari surat kabar Kompas dan surat kabar Republika cenderung berbeda. Hal tersebut berkaitan dengan idiologi dari masing-masing surat kabar. Perbedaan tersebut dapat dilihat dalam jumlah berita, kandidat, tema yang ditonjolkan, ukuran kolom berita, jumlah kata, penempatan berita, narasumber berita, sumber berita dan gambar dalam berita.

## **B. SARAN**

Saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini bahwa surat kabar harian Kompas dan harian Republika yang merupakan koran nasional dalam pemberitaan pasangan calon pada pemilihan kepada daerah lebih menonjolkan tema-tema yang berkaitan dengan pilkada. Penonjolan dalam hal ini tidak selalu jumlah frekuensi tema, namun juga dalam hal ukuran kolom, dan penempatan berita. Hal tersebut dimaksudkan agar tidak terjadi keberpihakan dalam pemberitaan.



## DAFTAR PUSTAKA

### KITAB

Al Qur'an dan terjemahannya. 2009. Diterjemahkan oleh Lajnah Pentashih Mushaf Al Qur'an Departemen Agama Republik Indonesia. Bogor: Syamil Qur'an

### BUKU

Baksin, Askurifai. 2013. *Jurnalistik televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Baran, Stanley J. & Dennis K, Davis. 2010. *Teori Dasar Komunikasi Pergolakan dan Masa Depan Massa*. Jakarta: Salemba Humanika

Baran, Stenley J. 2008. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga

Barus, Sedia Willing. 2010. *Jurnalistik "Petunjuk Teknis Menulis Berita"*. Jakarta: Erlangga

Eriyanto. 2011. *Analisis isi: pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu social lainnya*. Jakarta: Kencana

Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relations, adverting, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*

Kusumaningrat, Hikmat & Purnama Kusumaningrat. 2009. *Jurnalistik "Teori dan Praktik"*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Mc Quail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Mc Quail edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika

Morrisan, dkk, 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Penerbit Ghalian Indonesia

Severin, Werner J & James W. Tankard Jr. 2011. *Teori Komunikasi (Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa edisi ke 5)*. Jakarta: Kencana.



- Siti Karlinah, dkk.2014.*Komunikasi Massa*.Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
- Sumandiria. 2008. Juenalistik Indonesia: Menulis berita dan feature. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Tambukara, Apriyadi. 2013. Literasi media.Jakarta: PT Rajagrafindo jakarta.
- Tambukara, Apriyadi.2012.Agenda setting media massa: Jakarta: Rajawali pers
- Vivian, John. Teori Komunikasi Massa edisi 8. Jakarta: Kencana.
- Sudibyo, agus.2006.Politik media dan pertarungan wacana.Yogyakarta:LKiS Pelangi Aksara Yogyakarta
- Roynicky Dkk.2008. Pengantar Dasar Jurnalisme (Scholastic Journalism).Jakarta:Kencana

#### **SKRIPSI DAN JURNAL**

- Skripsi Diana Patrica Manulong pada tahun 2012, Mahasiswa Universitas Indonesia yang berjudul “Sebuah analisis isi isu lingkungan dalam Koran Kompas dan Koran Tempo “.
- Jurnal Profetik Vol.09/No.01April 2016 Lukman Nusa, Dosen Pogram Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Yogyakarta yang berjudul” Halaman muka majalah tempo (Studi Analisis Isi Perbedaan Halaman Muka Sebagai Representasi Tajuk Utama Majalah Tempo Edisi Tahun 1993/1994/ dengan Tahun 2009/2010”)
- Jurnal Profetik Vol.06/No.1/April 2013 Andi Subhan dan Andi Muhammad Hasrum, Mahasiwa Dosen Pogram Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Yogyakarta yang berjudul “ Ahmadiyah dalam Potret Media Cetak (Analisis Isi Berita Surat Kabar Kompas, Republika, dan Suara Pembaruan)
- Jurnal *Revista de Comunicación 11, 2012*, Lei Guo, Hong Tien Vu, & Maxwell McCombs *An Expanded Perspective on Agenda- Setting Effects Exploring the third level of agenda setting.*

## **INTERNET**

*www.detik.com diakses pada 10 April 2018*

*www.indikatorpolitik.co.id diakses pada 10 April 2018*

*[www.isi.co.id](http://www.isi.co.id) diakses pada 10 April 2018*

*[www.Kompas.co.id](http://www.Kompas.co.id) diakses pada diakses pada 16 Februari 2018*

*www.Nielsen.com diakses pada 16 Februari 2018*

*www.polmarkindonesia.com diakses pada 10 April 2018*

*[www.Republika.co.id](http://www.Republika.co.id) diakses pada 16 Februari 2018*

## **SURAT KABAR**

Surat Kabar Kompas edisi 16 Februari hingga 19 April 2017

Surat Kabar Republika edisi 16 Februari hingga 19 April 2017



## CURICULUM VITAE



Nama : Windi Esfa Ardi  
Nim : 14730085  
Tempat, Tanggal Lahir : DIY, 19 November 1995  
Jenis Kelamin : Laki Laki  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Karyawan Swasta  
Alamat : Pogung Lor Mlati Sleman Yogyakarta  
Pendidikan Terakhir : SMA N I Ngaglik Yogyakarta

### **Riwayat Pendidikan**

SDN Negeri Deresan : Tamat Tahun 2008  
SMP Piri Ngaglik : Tamat Tahun 2011  
SMA N 1 Ngaglik : Tamat Tahun 2014

### **Pengaman Kerja**

1. Staff Kasir di Eksis Store dan Smile Store Yogyakarta (2015)
2. Staff Produksi di Cokelat Klasik Cafe (2016)
3. Staff Produksi di Lanangbara Coffe (2017)
4. Staff Produksi di Konabowl (2017)
5. Magang sebagai Humas di “Waroeng Spesial Sambal” (2018)
6. Trainer Barista, Supervisor, Social Media di Superhotspot Cafe (2019)

### **Pengalaman Organisasi**

1. Ketua Acara Peringatan Hari Kartini SD N Deresan 2015
2. Dana Usaha Welcoming Expo UIN-Suka 2016
3. Ketua Acara Bakti Sosial “Move to Happiness” di Yayasan Anak Kanker Yogyakarta (2016)
4. Divisi Sponsorship Acara Bakti Sosial di Pantu Asuhan Nurul Haq (2017)
5. Sekretaris dan Sponsorship KKN UIN-Suka Kelompok (2017)