

CONTENT ANALYSIS

Tri Nugroho Adi, M.Si.
Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Jenderal Soedirman

Definisi

- Content analysis is research technique for the *objective, systematic* and *quantitative* description of the *manifest content* of communication (Berelson 1952 : 18)
- Content analysis is any technique for making inferences by *objectively and systematically* identifying specified characteristic of message (Holsty 1969 : 14)

- Research technique for making *replicable* and valid references from data to their context (Krippendorf 1980)
- Content analysis is a method of studying and analyzing communication in *systematic, objective, and quantitative* manner for the purpose of measuring variables (Kerlinger 1973)

Jadi dalam sebuah analisis isi mensyaratkan :

Systematic	Pilihan terhadap sampel dan prosedur (coding, pengukuran) harus jelas
Objective	Tidak boleh ada bias peneliti. Bila penelitian diulang oleh peneliti lain hasilnya sama
Kuantitatif	Logika analisis kuantitatif. Pernyataan dibuat dalam kuantitatif
Isi manifest	Analisis isi dipusatkan pada upaya melihat arti sesungguhnya dari isi yang manifest

Kegunaan

Content Analysis

Menggambarkan isi komunikasi
(media) ----- *“to identify what exist”*

- Misal : persoalan apa, peristiwa, karakter, dan percakapan yang ada dalam sebuah opera sabun dalam satu kurun waktu penayangan satu minggu (Katzaman 1972)

Menguji hipotesis tentang sebuah karakteristik pesan

- Misal : Jika karakteristik sebuah sumber pesan (media) adalah A maka muatan pesan-pesan yang diproduksi adalah x dan y ;
- Jika karakteristik sumber pesan adalah B maka muatan pesan-pesan yang diproduksi adalah w dan z

Membandingkan isi media dengan kenyataan sesungguhnya

- Misal : Penelitian Davis (1951) menemukan bahwa liputan kriminal di surat kabar Colorado tidak berkaitan dengan data perubahan angka kejahatan sesungguhnya.
- De Fleur (1964) membandingkan gambaran televisi tentang dunia kerja dengan data lapangan pekerjaan sesungguhnya yang diambil dari sensus US.
- Gerbner (1969) membandingkan kekerasan di televisi dengan kekerasan yang sesungguhnya terjadi di lapangan

Sebagai langkah awal menuju studi efek media

- Misal : Gerbner yang melakukan analisis isi terhadap tayangan televisi selama bertahun-tahun akhirnya menemukan bahwa gambaran kekerasan atau kejahatan di televisi ternyata menjadi isi yang dominan. *Dari sini* maka Gerbner meneruskan penelitian tentang *efek kultivasi* yang mungkin ditimbulkan oleh media

Langkah –langkah Content Analysis

- Menentukan pertanyaan atau hipotesis penelitian
- Menentukan populasinya
- Menentukan sampel yang tepat dari populasi yang telah ditentukan

- Menentukan unit analysis
- Menyusun kategori dari isi yang dianalisis
- Membuat sistem penghitungan/pengukuran
- Membuat pilot study (percobaan)

- Melakukan koding berdasarkan kategori/definisi yang ditentukan
- Melakukan analisis data
- Membuat simpulan

Ad. 1 Menentukan pertanyaan atau hipotesis adalah tahap yang amat krusial.

- Sebuah pertanyaan penelitian dalam content analysis harus berangkat dari *konseptual teori* yang ada. Misal :
- *Teoritik* : Feminis ---- Fenomena : makin meningkatnya pemahaman tentang gerakan feminis ----- pertanyaan : apakah ada peningkatan tertentu di dalam periklanan yang melibatkan perempuan (representasi ide, endorser dll)

Contoh lain

- *Teoritik* : Ekonomi politik media -----
Fenonema/ pertanyaan : ada tidaknya perbedaan isi antara media yang berada dalam satu group kepemilikan dengan media yang berdiri sendiri

Ad. 2 Menentukan populasi berkaitan dengan pembatasan dari cakupan definisi yang dipakai.

- Misal : Penelitian tentang karakter tematik lagu-lagu Punk yang diproduksi secara underground ---- batasan populasi :
Underground dalam wilayah mana?
Semua lagu Punk yang pernah diproduksi atau kurun waktu tertentu? Dst.....

Ad.3 Menentukan sampel yang tepat dari populasi yang telah ditentukan.

Menggunakan *asas representatif*, artinya sampel diasumsikan harus mewakili karakteristik populasinya. Teknik : Multistage sampling, stratified sampling, dll

Ad. 4. Menentukan unit analisis. Unit analisis adalah satuan data terkecil yang benar-benar akan dihitung.

- Misal : Isi tekstual ---- unit analisis : kata, simbol, tema, keseluruhan artikel atau berita
- Televisi atau film ---- unit analisis : karakter/tokoh; tindakan; atau keseluruhan acara tersebut.
- Dominick and Rauch (1972) : Studi tentang “ *the Image of Woman in Network TV Commercials* “ ----- unit analisis : Karakter perempuan yang mengisi iklan dengan kriteria (a) muncul di layar setidaknya selama tiga detik atau (b) melakukan dialog setidaknya satu baris

Ad 5. Menentukan kategori. Syarat yang harus dipenuhi :

<i>Mutually exclusive</i>	Satu unit analisis hanya dapat ditempatkan dalam satu kategori tertentu
<i>Exhaustive</i>	Masing-masing unit analisis harus dapat dimasukkan dalam kategori yang ada
<i>Reliable</i>	Pengkoder yang berbeda harus sepakat terhadap penempatan unit analisis dalam kategori yang ada (intercoder reliability)

Ad. 6. Membuat sistem penghitungan/pengukuran.

Jenis pengukuran :

- Nominal --- menghitung frekuensi pemunculan
- Interval --- menggunakan skala misal :studi tentang citra perempuan dalam iklan :

Independent ----- .----- .----- .----- .----- . Dependent

Dominant ----- .----- .----- .----- .----- . submissive

- Ratio --- dikaitkan dengan ruang dan waktu media. Misal Media cetak : Column/inch ;
Televisi : waktu tayang iklan, jenis acara yang tayang dalam waktu tertentu.

Ad. 7. Membuat pilot study (percobaan)

- Sebelum analisis isi dilakukan biasanya dilakukan uji coba koding (memasukkan unit analisis dalam kategori tertentu).
Tujuannya untuk melihat apakah kategori atau definisi yang dibuat sudah mantap sesuatu dengan kaidah poin 5 di atas

Ad.8 Melakukan *Coding*

- Orang yang melakukan coding disebut Coder. Dalam sebuah penelitian analisis diwajibkan menghadirkan pengkoder lebih dari satu. Umumnya jumlah Coder antara 3 sampai 6 pengkoding.
- Untuk menjaga reliabilitas maka dilakukan prosedur sbb: dalam Pilot Study (langkah 7) dilakukan uji coba coding. Koefisien reliabilitas yang bisa diterima umumnya 10 % sampai dengan 25 %

- Holsty mengajukan rumus reliabilitas intercoder sbb :
- Reliability = $\frac{2M}{N1+N2}$
-
- M= jumlah keputusan coding yang disepakati (sama) antara dua pengkoder
- N1 dan N2 adalah total jumlah keputusan coding yang dilakukan oleh pengkoder 1 dan 2

- Misal dua pengkoder mengkodekan 50 unit analisis dan sepakat (sama) sejumlah 35 dari keseluruhan kode itu maka penghitungan :

- $$\text{Reliability} = \frac{2 (35)}{50+50} = 70$$
-

- Rumus di atas kadang dikritisi karena ada kemungkinan terjadi kesepakatan pengkodean terjadi secara kebetulan maka dirumuskan lagi sebagai berikut :
- Scott (1955) menyajikan indek *pi*
- $$pi = \frac{\% \text{ observed agreement} - \% \text{ expected agreement}}{1 - \% \text{ expected agreement}}$$

Advantages of Content Analysis

- Sebuah metode riset yang transparan. Bisa direplikasi dan dijadikan rujukan yang relatif objektif
- Bisa dijalankan untuk studi longitudinal analysis dengan relatif mudah
- Sebuah metode *unobstrusive* , tidak memerlukan keterlibatan partisipan
- metode yang fleksibel , bisa diterapkan untuk beragam bentuk informasi yang tidak terstruktur

Disadvantages

- Untuk coding yang dilakukan secara manual sulit untuk tidak memasukkan unsur interpretasi pengkoding dalam melakukan coding
- Persoalan muncul ketika tujuan penelitian lebih pada makna laten ketimbang makna manifest
- content analysis tidak mampu menjawab pertanyaan “ mengapa” dari hasil temuan yang diperoleh
- content analysis kadang bisa bersifat tidak teoritis/tidak berdasar pada teori yang ada