

## **ANALISIS ISI RUBRIK “INDONESIA BANGET” PADA MAJALAH GOGIRL! TAHUN 2013 TENTANG TRADISI DI INDONESIA**

**Gessa Natasha<sup>1</sup>**

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan dalam penulisan rubrik dan kualitas isi dari konten yang dimuat dalam rubrik “Indonesia Banget” pada setiap edisinya. Tipe penelitian ini ialah kuantitatif yang bersifat ex post facto dengan metode penelitian analisis isi. Fokus penelitian ini adalah isi pada rubrik “Indonesia Banget” tentang tradisi yang ada di Indonesia periode terbitan tahun 2013 pada majalah remaja GoGirl!. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi kuantitatif dengan menghitung dan mengukur aspek-aspek pesan dari isi komunikasi yang tampak (manifest). Penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis isi deskriptif dan eksplanatif dengan menggunakan unit pencatatan yang bersifat tematik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rubrik “Indonesia Banget” dalam majalah GoGirl! memuat hal-hal seputar tradisi di Indonesia yang sering ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Struktur penulisan rubrik bersifat informatif mengenai ulasan sejarah, nilai filosofis dan nilai budaya serta perkembangan yang dialami dari tahun ke tahun. Berdasarkan pada hasil pengkodean dan perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan kualitas isi dari rubrik “Indonesia Banget” yang dimuat pada masing-masing edisi. Hal ini terlihat dari topik, visualisasi yang digunakan serta sifat dari narasi yang berbeda-beda dalam setiap rubrik. Lebih jauh lagi, dapat disimpulkan bahwa majalah GoGirl! adalah sebuah majalah dengan segmentasi remaja modern, namun tetap berpegang pada informasi yang relevan dengan budaya dan kekayaan luhur adat istiadat maupun nilai dan norma sosial masyarakat Indonesia.*

**Kata Kunci :** Analisis Isi, Majalah GoGirl!, Rubrik “Indonesia Banget”, Tradisi

### **PENDAHULUAN**

Dalam perkembangan masyarakat yang semakin maju, informasi menjadi bagian kehidupan yang sangat penting. Informasi sangat berharga bagi manusia karena informasi adalah salah satu kebutuhan bagi manusia untuk dapat mengetahui, memahami, dan mengerti hal-hal yang ada dan terjadi disekitarnya. Informasi diperoleh dengan menggunakan proses komunikasi yang terjadi diantara komunikator dan komunikan.

Komunikasi dapat dilakukan secara langsung dan dapat pula dilakukan secara tidak langsung, yang salah satunya menggunakan media massa. Media

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: natashadrian@gmail.com

massa dipahami sebagai salah satu alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio.

Majalah merupakan salah satu bagian dari media massa cetak yang diterbitkan berdasarkan periode penerbitan berkala secara teratur dan sifat isinya tidak menampilkan pemberitaan/sari berita, melainkan berupa artikel atau bersifat pembahasan yang menyeluruh dan mendalam. Perkembangan yang terjadi membuat majalah-majalah tersebut mengsegmentasikan kepada beberapa tingkat salah satunya pada segmen majalah remaja perempuan seperti majalah *GoGirl!*.

Majalah terdiri dari beberapa rubrik didalamnya. Istilah rubrik sering digunakan dalam media cetak khususnya majalah. Menurut Effendy dalam kamus komunikasi, rubrik atau *rubriek* (Belanda) adalah ruang pada halaman surat kabar, majalah, atau media cetak lainnya mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat (Effendy, 1989:316). Dalam majalah *GoGirl!* terdapat berbagai macam rubrik, salah satunya rubrik “Indonesia *Banget*”. Rubrik ini berisi tentang segala macam tradisi dan kebiasaan unik yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia, baik itu dalam bentuk makanan tradisional, pakaian tradisional, dan kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan sehari-hari oleh masyarakat disekeliling kita.

### ***Rumusan Masalah***

Rumusan masalah yang merujuk pada latar belakang diatas adalah apakah terdapat perbedaan dalam penulisan dan kualitas isi dari setiap konten yang diangkat didalam rubrik “Indonesia *Banget*” pada majalah *GoGirl!* periode terbitan sepanjang tahun 2013.

### ***Tujuan Penelitian***

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan dalam penulisan dan kualitas isi dari setiap konten yang diangkat didalam rubrik “Indonesia *Banget*” pada majalah *GoGirl!* periode terbitan sepanjang tahun 2013.

## **KERANGKA DASAR TEORI**

### ***Teori Norma Budaya***

Teori ini menganggap bahwa pesan atau informasi yang disampaikan oleh media massa dengan cara-cara tertentu dapat menimbulkan tafsiran yang berbeda-beda oleh masyarakat sesuai dengan budayanya. Ada beberapa cara yang ditempuh oleh media massa dalam mempengaruhi norma-norma budaya. Pertama, informasi yang disampaikan dapat memperkuat pola-pola budaya yang berlaku serta meyakinkan masyarakat bahwa budaya tersebut masih berlaku dan harus dipatuhi. Kedua, media massa dapat menciptakan budaya-budaya baru yang dapat melengkapi atau menyempurnakan budaya lama yang tidak bertentangan.

Menurut Lazarfeld dan Merton dalam Wright (1985) mengatakan bahwa media berpengaruh dalam memperkokoh norma-norma budaya yang berlaku.

Mereka berpandangan bahwa media bekerja secara konservatif dan menyesuaikan diri dengan norma-norma budaya masyarakat seperti selera dan nilai-nilai, daripada memimpin mereka untuk membentuk norma-norma yang baru. Seorang teoretikus media, James W. Carey (1975) juga menambahkan sebuah definisi budaya komunikasi yang telah memiliki pengaruh yang cukup kuat pada cara ilmuwan komunikasi dan kalangan yang lain memandang hubungan antara komunikasi dan budaya. Carrey menulis, “Komunikasi adalah proses simbolis dimana realitas diproduksi, dijaga, diperbaiki dan ditransformasikan”. Definisi Carrey menegaskan bahwa komunikasi dan realitas saling berhubungan. Komunikasi adalah proses yang melekat pada kehidupan kita sehari-hari yang menginformasikan bagaimana kita menangkap, memahami, dan mengkonstruksi pandangan kita terhadap realitas dan dunia. Komunikasi adalah fondasi budaya kita

Sadar atau tidak, media massa telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat. Melalui media massa, kita dapat belajar banyak hal. Adapun peran media massa ialah : pertama, media massa dapat memperluas cakrawala pemikiran. Media telah membantu masyarakat dalam suatu negara yang sedang berkembang mengenal kehidupan masyarakat lain. Kedua, media massa dapat memusatkan perhatian. Masyarakat tradisional yang bergerak ke arah modern mulai menggantungkan pengetahuannya pada media massa. Oleh karena itu, media massa harus bisa memutuskan dengan tepat informasi atau rubrik apa yang akan disampaikan, sebab media massa dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat. Ketiga, media mampu menumbuhkan aspirasi. Secara tidak langsung aspirasi masyarakat tumbuh melalui siaran-siaran atau informasi yang disampaikan media massa..

Semua pihak yang terlibat dalam industri media massa (dalam hal ini komunikator dan khalayak) memiliki kewajiban untuk berpartisipasi secara bertanggung jawab. Bagi orang-orang yang bekerja dalam industri media, seperti redaksi majalah *GoGirl!*, mereka memiliki kewajiban untuk menciptakan dan mentransmisikan isi media secara profesional dan etis. Artinya, disamping mereka memberikan informasi dan hiburan didalam majalahnya, mereka juga tidak melupakan tradisi-tradisi yang diwariskan secara turun menurun di masyarakat Indonesia melalui rubrik khusus yang diberi nama “Indonesia *Banget*”. Sedangkan bagi anggota khalayak, dalam hal ini pembaca majalah *GoGirl!*, hendaknya bertindak sebagai konsumen yang kritis dan penuh pemikiran terhadap isi media. Artinya, dengan membaca rubrik ini, tujuan yang diharapkan adalah para pembaca (dalam hal ini generasi muda) dapat terus melestarikan tradisi-tradisi yang ada di masyarakat Indonesia. Jadi hal yang dapat peneliti simpulkan adalah penciptaan dan pemeliharaan budaya terjadi melalui komunikasi, termasuk komunikasi massa.

### ***Konsep Analisis Isi***

Analisis Isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan

konteksnya. Analisis ini juga digunakan untuk menggambarkan kecenderungan dari suatu pesan komunikasi. Prosedur dari analisis isi adalah dengan jalan mengukur atau menghitung aspek dari isi (*content*) dan menyajikannya secara kuantitatif..

Analisis Isi kuantitatif harus dapat dibedakan dengan jenis-jenis analisis lainnya, seperti semiotika, framing, wacana, naratif dan banyak lagi. Secara umum, analisis isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (manifest), dan dilakukan secara valid, reliabel, dan dapat direplikasi. Barelson (1952:18) menyatakan analisis isi sebagai suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak (manifest). Krippendorff (1980: 21; 2006: 8) menyatakan analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi (ditiru) dan sah datanya dengan memerhatikan konteksnya.

Langkah awal yang paling penting dalam analisis isi ialah menentukan unit analisis. Unit analisis secara sederhana dapat digambarkan sebagai bagian dari isi yang kita teliti dan kita pakai untuk menyimpulkan isi suatu teks. Bagian dari isi ini dapat berupa kata, kalimat, foto, *scene* dan paragraf. Secara umum, ada tiga unit analisis dalam analisis isi, yaitu (1) unit sampel (*sampling units*), (2) unit pencatatan (*recording units*), dan (3) unit konteks (*context units*). Unit sampel (*sampling units*) adalah bagian dari objek yang dipilih oleh peneliti untuk didalami. Unit sampel ini ditentukan oleh topik dan tujuan riset. Unit pencatatan (*recording units*) adalah unit analisis yang paling penting dalam analisis isi. Unit ini berkaitan dengan bagian apa dari isi yang akan dicatat, dihitung, dan dianalisis.

Unit pencatatan yang digunakan pada penelitian ini adalah unit tematik, yakni unit analisis yang lebih melihat tema (topik) pembicaraan dari suatu teks. Unit tematik secara sederhana berbicara mengenai “teks berbicara tentang apa atau mengenai apa”.

Ciri paling mendasar dari sebuah analisis isi adalah adanya objektivitas yang tinggi. Penelitian yang dilakukan dalam mendapatkan gambaran dari suatu isi harus secara apa adanya tanpa ada campur tangan dari peneliti lain, dengan kata lain penelitian yang dilakukan benar-benar independen. (Eriyanto, 2011)

### ***Komunikasi Massa***

Menurut Mulyana (2008:75) komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (majalah, surat kabar) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara tepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik). Dari pengertian yang dipaparkan di atas peneliti memahami bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (majalah, surat kabar)

atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara tepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik).

Dari pernyataan di atas maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan dalam menyampaikan informasi (pesan) dengan komunikasi yang berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu.

Komunikasi massa sendiri memiliki beberapa fungsi didalamnya, antara lain fungsi komunikasi massa sebagai penyaji informasi dan pewarisan nilai sosial. Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita-berita yang disajikan. Fakta-fakta yang dicari wartawan di lapangan kemudian dituangkan dalam tulisan juga merupakan informasi. Sedangkan untuk fungsi pewarisan nilai sosial artinya dalam hal ini media massa berfungsi sebagai seorang pendidik, baik yang menyangkut pendidikan formal maupun informal yang mencoba meneruskan atau mewariskan suatu ilmu pengetahuan, nilai, ide, norma, pranata dan etika dari satu generasi ke generasi lainnya.

### **Media Massa**

Dalam Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer (2002:954) dijelaskan media massa adalah sarana informasi untuk menyampaikan berita kepada masyarakat luas baik yang menggunakan alat cetak maupun elektronik. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Hafied Cangara, 1998:126).

Menurut Dominick (2001), ada beberapa fungsi media massa bagi masyarakat, antara lain adalah :

a. Fungsi keterkaitan (*linkage*)

Media massa dapat menjadi alat pemersatu anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

b. Fungsi penyebaran nilai (*transmission of values*)

Fungsi ini disebut juga sosialisasi, dimana media massa memperlihatkan kepada khalayak tentang bagaimana seharusnya mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka.

c. Fungsi hiburan (*entertainment*)

d. Fungsi hiburan selalu dijalankan oleh setiap media massa. Media yang sangat jelas menjalankan fungsi ini adalah televisi dan majalah

### ***Pengertian Majalah***

Terbitan berseri yang direncanakan untuk terbit dalam jangka waktu yang panjang dan tidak terbatas, secara berkala dan umumnya lebih sering dari pada setahun sekali, dalam setiap terbitan biasanya memuat berbagai karangan, surat kabar / harian tidak tergolong dalam kategori majalah. Majalah secara harfiah dalam bahasa Inggris berarti magazine, menurut Djafar H. Assegaff dalam bukunya *Jurnalistik Masa Kini*, majalah diartikan sebagai publikasi atau terbitan secara berkala yang memuat artikel-artikel dari berbagai penulis. (Assegaff, 1983:127).

Majalah biasanya berisi berbagai macam topik tulisan yang sesuai dengan tujuan dan topik dari majalah yang bersangkutan. Bukan hanya terdapat tulisan, di dalam majalah juga ada gambar-gambar yang bertujuan sebagai ilustrasi dari tulisan dan juga bertujuan untuk membuat isi majalah menjadi cantik dan menarik. Majalah hanyalah tempat untuk mengumpulkan tulisan-tulisan tertentu yang mempunyai tema yang sama namun antara tulisan yang satu dengan tulisan yang lain tidak mempunyai hubungan kronologis, masing-masing tulisan berdiri sendiri.

Majalah sekurang-kurangnya memiliki sejumlah halaman tertentu dan mempunyai nama rubrik dan susunan *Lay-out* serta *Typografi* berbeda-beda yang disesuaikan dengan setiap tema halaman/artikel pada setiap edisi pada majalahnya.

Dalam penelitian ini, hal yang akan difokuskan oleh peneliti adalah rubrik "*Indonesia Banget*" yang terdapat dalam majalah *GoGirl!* disetiap edisinya. Rubrik "*Indonesia Banget*" merupakan rubrik khusus yang membahas tentang tradisi-tradisi dan kebiasaan unik yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia, baik itu dalam bentuk makanan tradisional, pakaian tradisional, sampai dengan kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan sehari-hari oleh masyarakat disekeliling kita.

### ***Tradisi***

Tradisi berasal dari kata *traditium* pada dasarnya berarti segala sesuatu yang diwarisi dari masa lalu. Tradisi merupakan hasil cipta dan karya manusia seperti obyek material, kepercayaan, khayalan, kejadian dan lembaga yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Tradisi menurut terminologi yang dinyatakan oleh Siti Nur Aryani dalam karyanya "*Oposisi Pasca Tradisi*" (2003), merupakan produk sosial yang keberadaannya terkait dengan manusia. Dapat dikatakan pula bahwa tradisi adalah segala sesuatu yang diwariskan secara turun temurun dan terjadi atas interaksi antara klan satu dengan klan yang lain, yang kemudian menjadi sebuah kebiasaan.

Tradisi menjadi bagian dari masa lalu yang dipertahankan sampai sekarang dan mempunyai kedudukan yang sama dengan inovasi-inovasi baru. Tradisi atau kebiasaan, dalam pengertian yang paling sederhana adalah sesuatu yang telah dilakukan sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat, biasanya dari suatu negara, kebudayaan, waktu dan agama yang sama. Hal yang paling mendasar dari tradisi adalah adanya informasi yang

diteruskan dari generasi ke generasi, baik tertulis maupun lisan. Karena, tanpa adanya ini, suatu tradisi dapat punah. Selain itu, tradisi juga dapat diartikan sebagai kebiasaan bersama dalam masyarakat manusia, yang secara otomatis akan mempengaruhi aksi dan reaksi kehidupan sehari-hari para anggota masyarakat itu.

### ***Definisi Konsepsional***

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman dalam menilai dan mengukur variabel penelitian diatas maka penulis merasa perlu untuk menentukan definisi konsepsional dari penelitian ini.

1. Analisis Isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa.
2. Media massa adalah alat komunikasi yang digunakan dalam menyebarkan informasi secara massal kepada publik atau khalayak umum yang heterogen. Bentuk media massa itu sendiri terbagi menjadi dua jenis, yaitu cetak dan elektronik. Dalam konteks penelitian yang dilakukan ini, media massa yang dimaksud adalah media massa cetak yaitu salah satu rubrik yang dimuat secara periodik di dalam majalah remaja perempuan *GoGirl!* selama tahun 2013.
3. Majalah adalah penerbitan berkala yang berisi bermacam-macam artikel dalam subyek yang bervariasi. Jenis majalah tersebut kemudian ditentukan berdasarkan segmentasi pasar yang ingin dituju penerbit. Pada penelitian yang dilakukan ini majalah yang dimaksud adalah majalah remaja yang diperuntukan bagi remaja perempuan.
4. *GoGirl!* adalah nama majalah bulanan yang berasal dari Indonesia yang pertama kali diterbitkan pada tahun 2005 dan diterbitkan oleh PT Aprilis Maju Media. Majalah ini diterbitkan dalam Bahasa Indonesia. Selain edisi cetaknya, ada pula edisi *onlinenya*.
5. Rubrik adalah ruangan pada halaman surat kabar/majalah atau media cetak lainnya mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat. Adapun rubrik yang dimaksud didalam penelitian yang dilakukan ini adalah rubrik “*Indonesia Banget*” yang memuat tulisan berupa ulasan terhadap tradisi Indonesia.
6. Tradisi merupakan hasil cipta dan karya manusia seperti obyek material, kepercayaan, khayalan, kejadian dan lembaga yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Hal yang paling mendasar dari tradisi adalah adanya informasi yang diteruskan dari generasi ke generasi, baik tertulis maupun lisan.

## **METODE PENELITIAN**

### ***Jenis Penelitian***

Metodologi yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat *ex post facto*. Artinya data yang dikumpulkan didapatkan dari kejadian-kejadian yang telah berlangsung atau telah terjadi, dalam penelitian ini adalah isi rubrik dari majalah remaja *GoGirl!*. Kuantitatif dalam

penelitian ini adalah upaya dalam mendeskripsikan isi komunikasi berlandaskan frekuensi kemunculan isi komunikasi tersebut. Analisis ini dilakukan terhadap sampel-sampel yang digunakan terhadap fokus penelitian yang dilakukan.

Bentuk klasifikasi yang digunakan pada penelitian yang dilakukan ini, adalah teknik analisis penunjukan (*designation*), yaitu analisis penggambaran seberapa sering sebuah objek tertentu (orang, benda, kelompok, atau konsep) menjadi rujukan. Analisis isi yang dilakukan pada penelitian ini merujuk pada tipe analisis akademis, yaitu tipe analisis yang berfokus pada hubungan antara faktor determinan utama dengan isi dan berusaha untuk menjelaskan hakikat, karakteristik, dan profil kebijakan pemilihan sebuah konten pada studi penelitian. Sehingga dapat dilakukan analisis lebih jauh pada rumusan masalah yang diangkat pada penelitian yang dilakukan, yaitu mencari korelasi dan pembuktian hipotesis yang diajukan.

### ***Definisi Operasional***

Agar dapat diukur dan diteliti, konsep harus diturunkan agar dapat diamati secara empiris. Proses ini disebut sebagai operasionalisasi konsep. Proses ini dilakukan dengan membuat definisi operasional, yakni kegiatan menurunkan dari abstrak ke konkret. Hal ini karena analisis isi hanya dapat dilakukan dengan mengamati aspek-aspek yang konkret yang terlihat secara nyata dan dapat diobservasi oleh peneliti.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep tradisi. Tradisi menurut terminologi yang dinyatakan oleh Siti Nur Aryani dalam karyanya “Oposisi Pasca Tradisi”, merupakan produk sosial yang keberadaannya terkait dengan manusia. Tradisi adalah segala sesuatu yang diwariskan secara turun temurun dan terjadi atas interaksi antara klan satu dengan klan yang lain, yang kemudian menjadi sebuah kebiasaan. Menurut Siti Nur Aryani, tradisi dibagi dalam beberapa kategori, antara lain objek material, kepercayaan, khayalan, kejadian, dan lembaga. kelima kategori tradisi tersebut kemudian akan diturunkan ke dalam bentuk yang ada di sosial budaya masyarakat Indonesia, serta definisi operasionalnya yang didapatkan peneliti dari studi *literature* terhadap teori-teori ataupun hasil penelitian terdahulu yang di anggap relevan dengan penelitian yang dilakukan ini.

### ***Kerangka Sampel***

Menurut Eriyanto, (2008) jika jumlah populasi relatif kecil dan populasi relatif homogen, maka penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Dimana sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah  $\frac{1}{2}$  dari total populasi sasaran. Sampel penelitian diambil menggunakan pembangkitan bilangan acak yang dikerjakan menggunakan fungsi  $f(n) = \text{RANDBETWEEN}(top, bottom)$  pada *software Microsoft Excel 2013*. Jumlah populasi sasaran yang diteliti adalah 12 sampel, sehingga angka bilangan acak diambil dari angka paling kecil (*bottom*) sampai dengan angka paling besar (*top*). Berdasarkan pembangkitan bilangan acak

tersebut, angka pertama diurutkan sampai pada angka terakhir yang bernilai sama dengan atau lebih kecil dari angka 12. Apabila terdapat angka bilangan yang sudah dimasukkan, maka sampel selanjutnya adalah angka bilangan disebelahnya. Sehingga sampel penelitian ini berjumlah enam, yaitu rubrik “Indonesia *Banget*” yang terbit pada bulan Februari (2), Juli (7), Mei (5), Oktober (10), Desember (12), dan Juni (6).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Langkah awal dalam analisis isi ialah menentukan unit analisis. Krippendorff (2007: 97), mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat, dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batasan-batasannya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Unit analisis terbagi ke dalam tiga bagian besar, yakni unit sampel (*sampling units*), unit pencatatan (*recording units*), dan unit konteks (*context units*).

Peneliti memberi batasan jelas bahwa yang akan diteliti adalah hanya rubrik “Indonesia *Banget*” yang terpilih dan terdapat pada majalah *GoGirl!* sebagai sampel penelitian. Unit pencatatan adalah unit yang berkaitan dengan bagian apa dari isi yang dicatat, dihitung dan dianalisis. Dalam penelitian ini jenis unit pencatatan yang digunakan adalah unit tematik. Unit tematik secara sederhana meneliti mengenai “teks berbicara tentang apa”. Disini peneliti dapat membaca suatu teks (berita dan foto), memberikan penilaian dan mengisi dalam lembar penilaian (lembar *coding*) yang telah disediakan.

Untuk menghindari bias dalam pengkodean dan tetap dapat menjaga kredibilitas dan objektivitas penelitian, peneliti dibantu dua orang pengkoder yang meneliti secara terpisah terhadap materi dan objek yang diteliti. Tujuan dari digunakannya dua orang pengkoder adalah untuk memperoleh kesepakatan dan tujuan bersama sehingga diharapkan masukan reliabilitasnya tinggi. Laswell (1989) mengatakan bahwa pemberian angka yang menunjukkan kesamaan sebanyak 70% sampai dengan 80% antara atau diantara pelaksana koding atau sebuah analisis dapat diterima sebagai kepercayaan yang memadai. (Dhanurseto, 2009).

Setelah menentukan unit analisis dan membuat kategori, langkah selanjutnya ialah mengisi lembar koding. Lembar koding (*coding sheet*) adalah alat yang dipakai untuk menghitung atau mengukur aspek tertentu dari isi media. Lembar koding memuat aspek-aspek apa saja yang ingin kita lihat dalam analisis isi.

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas menilai sejauh mana alat ukur dan data yang dihasilkan menggambarkan variasi yang ada dalam gejala sebenarnya. Reliabilitas melihat pada apakah alat ukur dapat dipercaya menghasilkan temuan yang sama, ketika dilakukan oleh orang yang berbeda. Dalam penelitian ini, reliabilitas yang akan peneliti gunakan adalah jenis reproduksibilitas atau yang lebih dikenal dengan

reliabilitas antar-coder (*intercoder reliability*) dengan formula presentase persetujuan (*percent agreement*) formula Hosti (Eriyanto, 2011).

$\text{Reliabilitas} = \frac{2(M)}{N_1 + N_2}$	<p><i>Dimana :</i></p> <p><math>N = \text{Jumlah Total kategori yang disetujui pengkoder}</math></p> <p><math>M = \text{Jumlah Kategori yang disetujui pengkoder}</math></p>
--	--

(Sumber: Eriyanto, 2011)

Surakhman (2004;302) menyampaikan bahwa ada beberapa kesepakatan dalam pengujian tersebut, yaitu sebagai berikut :

- a. 0% - 20%, dinilai memiliki korelasi yang rendah sekali.
- b. 20% - 40%, dinilai memiliki korelasi yang rendah tapi ada.
- c. 40% - 70%, dinilai memiliki korelasi yang sedang dan tidak bias.
- d. 70% - 90%, dinilai memiliki korelasi yang tinggi.
- e. 90% - 100%, dinilai memiliki korelasi yang tinggi sekali

### ***Teknik Analisis Data***

#### ***Analisis Deskriptif***

Langkah selanjutnya adalah melakukan input atau rekap data. Hasil analisis isi dapat dideskripsikan dalam bentuk tabulasi tunggal dan tabulasi silang. Tabulasi tunggal digunakan ketika tabel menyajikan data deskripsi dari satu variabel, sedangkan tabulasi silang digunakan ketika tabel menyajikan dua atau lebih variabel.

#### ***Analisis Eksplanatif***

Analisis isi eksplanatif adalah analisis isi yang didalamnya terdapat pengujian hipotesis tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah perbedaan kualitas isi dari setiap konten yang diangkat dalam rubrik “Indonesia *Bange!*”. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah pengujian hipotesis *chi quadrat* tiga kategori. Dalam hal ini adalah kategori rubrik studi yang menjadi sampel penelitian yaitu terbitan Februari (2), Juli (7), Mei (5), Oktober (10), Desember (12), dan Juni (6) tahun 2013.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut : 1)  $H_0 =$  Tidak terdapat perbedaan kualitas isi yang diangkat dalam konten rubrik “Indonesia *Bange!*” yang dimuat dalam majalah *GoGirl!* edisi Februari, Juli, Mei, Oktober, Desember, dan Juni tahun 2013; 2)  $H_1 =$  Terdapat perbedaan dalam kualitas isi yang diangkat dalam konten rubrik “Indonesia *Bange!*” yang dimuat dalam majalah *GoGirl!* edisi Februari, Juli, Mei, Oktober, Desember, dan Juni tahun 2013.

Dasar pengambilan keputusan menggunakan perbandingan antara nilai *chi quadrat* ( $X^2$ ) hitung terhadap nilai kritis *chi quadrat* ( $X^2$ ) tabel dengan tingkat probabilitas 5%, sehingga :

1. Jika  $chi\ quadrat\ (X^2)_{hitung} < chi\ quadrat\ (X^2)_{tabel}$ , maka  $H_1$  ditolak sehingga  $H_0$  diterima atau dengan kata lain tidak terdapat perbedaan dalam kualitas isi rubrik “Indonesia Banget” edisi sepanjang tahun 2013
2. Jika  $chi\ quadrat\ (X^2)_{hitung} > chi\ quadrat\ (X^2)_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak sehingga  $H_1$  diterima atau dengan kata lain terdapat perbedaan dalam kualitas isi rubrik “Indonesia Banget” edisi sepanjang tahun 2013

Adapun perbedaan isi kualitas tema yang diangkat dalam rubrik “Indonesia Banget” pada penelitian yang dilakukan ini didapatkan dari analisis deskriptif terhadap isi dari rubrik tersebut. Hasil yang didapatkan tersebut dilakukan uji hipotesis untuk menentukan hipotesis yang dapat diterima dengan tingkat *probability* (p) sebesar 5% (0.05)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Hasil Koding*

Pada penelitian ini, pengkodean kategori menggunakan sistem *coding* uji tematik, yaitu pengkodean yang dilakukan dengan mengamati isi dan item dalam sebuah rubrik. Karena tujuan dari analisis ini adalah mengetahui apakah terdapat perbedaan isi dari konten yang diangkat dalam rubrik “Indonesia Banget” pada majalah *GoGirl!*, maka unit analisisnya adalah isu atau tema dari isi rubrik tersebut, berikut visualisasi serta narasi yang mendukung setiap rubriknya.

Berdasarkan nilai perhitungan yang mengacu pada hasil pengkodean, dapat dilihat bahwa kesemua nilai reliabilitas ada pada angka diatas 0.60 atau 60%. Berdasarkan kesepakatan pengujian yang disampaikan sebelumnya dapat dipastikan bahwa kategori uji yang digunakan sangat memadai dan bukan terjadi karena faktor kebetulan.

### *Analisis Deskriptif Isi Tema Studi*

Berdasarkan analisis peneliti terhadap isi rubrik “Indonesia Banget” majalah *GoGirl!* edisi terbitan yang menjadi sampel penelitian, tidak semua indikator penilaian terhadap fokus studi dibahas dalam majalah tersebut. Jika melihat kepada hasil pengkodean terhadap kategori-kategori tersebut, dapat terlihat bahwa kategori peristiwa yang berhubungan dengan tradisi di Indonesia tidak di muat didalam kolom rubrik “Indonesia Banget”. Pada sampel penelitian yang dilakukan, kategori tradisi seperti norma masyarakat dan nilai sosial serta panganan dan kebendaan adalah kategori tradisi yang banyak dimuat.

Mursal Esten (1992) menyampaikan bahwa hal paling penting yang dapat dipahami manusia dengan cepat terkait sebuah tradisi adalah jika dimanifestasikan sebagai suatu ajaran atau keharusan dan dapat langsung dicerna logika manusia. Oleh karena itu, pada isi-isi tema rubrik “Indonesia Banget” kategori tradisi tentang benda dan panganan merupakan indikator uji yang cukup tinggi dengan presentasi.

Pada setiap ulasan rubriknya, *GoGirl!* dilengkapi dengan ilustrasi realistik yang mampu memberikan efek visual nyata kepada para pembacanya terhadap topik dan bahasan yang sedang diulas. Secara kualitas visual, rubrik “Indonesia *Banget*” mampu memberikan kesan kepada para pembacanya terhadap topik bahasan yang sedang diulas. Dalam sampel penelitian yang dilakukan, terlihat visualisasi dengan foto asli yang paling banyak ditampilkan dalam rubrik “Indonesia *Banget*”.

Pada ulasan rubrik “Indonesia *Banget*” majalah *GoGirl!* perihal yang banyak disampaikan adalah bersifat informasi ringan seperti asal usul, sejarah, nilai-nilai filosofis, keunikan serta perkembangannya dari waktu ke waktu. Secara pola penyampaian yang tidak terpatok pada peringatan atau waktu khusus tersebut dipandang sebagai sebuah usaha dari redaktur untuk menyampaikan sesuatu yang senantiasa baru kepada para pembacanya, khususnya pada rubrik “Indonesia *Banget*”. Secara garis besar dapat disampaikan bahwa isi rubrik “Indonesia *Banget*” pada majalah *GoGirl!* peneliti menemukan bahwa tidak ada waktu khusus ataupun peringatan tertentu bagi penerbit untuk memuat suatu ulasan tertentu. Kategori benda merupakan kategori uji yang paling banyak dimuat sepanjang edisi tahun 2013. Sementara kategori uji seperti peristiwa tidak ada dimuat sama sekali.

### ***Analisis Uji Beda dan Analisis Hipotesis yang diajukan***

Pada analisis selanjutnya adalah mencari tahu apakah ada perbedaan anatara isi rubrik “Indonesia *Banget*” yang menjadi sampel penelitian. Perbedaan tersebut dihitung dengan pengujian terhadap hipotesis penelitian yang diajukan menggunakan analisis *eksplanatif univariat*, dengan menggunakan teknik uji *Chi kuadrat* untuk tiga kategori, menggunakan tabulasi frekuensi.

Adapun nilai *degree of freedom* (df) dari penelitian yang dilakukan ini didapatkan dari perhitungan  $(k-1)(r-1)$  dimana (k) adalah jumlah kategori yang diuji, sedangkan (r) adalah jumlah pengkoder. Menggunakan tingkat signifikansi 0.05, pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *Chi kuadrat* ( $X^2$ )<sub>hitung</sub> dengan nilai kritis *Chi kuadrat* ( $X^2$ )<sub>table</sub> menggunakan bantuan table ( $X^2$ ). Maka berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa nilai *Chi kuadrat* ( $X^2$ )<sub>hitung</sub> > *Chi kuadrat* ( $X^2$ )<sub>table</sub> sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak atau dengan kata lain terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal kategori tradisi, visualisasi dan sifat narasi yang dimuat dalam rubrik “Indonesia *Banget*” pada majalah *GoGirl!* yang diterbitkan pada edisi sepanjang tahun 2013.

Hasil pengkodean dan perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kualitas isi dari rubrik “Indonesia *Banget*” yang dimuat pada masing-masing edisi. Hal ini terlihat dari topik, visualisasi yang digunakan serta sifat dari narasi yang berbeda-beda dalam setiap rubrik. Majalah *GoGirl!* menetapkan tema secara acak, tidak terpatok pada peringatan, perayaan dan isu tertentu. Topik yang dimuat juga merupakan tema unik yang hanya kita jumpai di Indonesia dan terkadang tidak kita sadari keberadaannya disekeliling kita. Ini

dilakukan agar para pembaca selalu menantikan topik apa yang akan dibahas dalam edisi berikutnya.

## **ANALISIS KRITIS DATA**

### ***Tematik pada Rubrik***

Rubrik “Indonesia *Banget*” yang menjadi salah satu rubrik dalam majalah *GoGirl!* dapat menjadi salah satu referensi yang bersifat informatif pada remaja putri dalam memahami dan mengetahui informasi budaya dan tradisi Indonesia. Berdasarkan uraian tersebut juga, peneliti menganalisis bahwa tradisi dipandang sebagai sebuah hasil karya masyarakat Indonesia yang diturunkan dari generasi ke generasi. Meskipun pada perkembangannya, tradisi tersebut bukan berasal dari tradisi asli Indonesia atau merupakan sebuah tradisi serapan dari luar. Dari berbagai topik dan ulasan yang dipaparkan dalam rubrik “Indonesia *Banget*”, digambarkan bahwa tradisi di Indonesia bersifat menyeluruh. Artinya dapat berupa benda yang kemudian di turunkan dari generasi ke generasi, maupun nilai dan norma sosial yang berkembang di masyarakat.

Secara keseluruhan, hal yang ingin disampaikan pada penelitian tentang rubrik “Indonesia *Banget*” di majalah *GoGirl!* edisi sepanjang tahun 2013 ini adalah walaupun pada dasarnya majalah *GoGirl!* merupakan majalah *fashion dan lifestyle* modern dengan segmentasi pasar remaja putri, akan tetapi tetap tidak melupakan tradisi dan budaya Indonesia. Serta dalam ulasannya, tidak terdoktrin pada budaya tertentu atau peringatan tertentu. Informasi dan wacana yang disampaikan dalam rubrik “Indonesia *Banget*” bersifat heterogen dan menyentuh segala aspek yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, baik berupa panganan dan bersifat kebendaan, nilai dan norma sosial, serta hasil angan-angan yang memiliki nilai-nilai luhur.

## **PENUTUP**

### ***Kesimpulan***

Berdasarkan analisis pembahasan dan interpretasi data yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Dari sampel penelitian yang diambil, yaitu rubrik “Indonesia *Banget*” dalam majalah *GoGirl!* edisi Februari, Juli, Mei, Oktober Desember dan Juni tahun 2013 dapat terlihat bahwa konten yang dimuat berisi tentang tradisi-tradisi dan kebiasaan-kebiasaan unik yang hanya ditemui di Indonesia. Narasi dibuat singkat tetapi diperjelas dengan adanya visualisasi, baik berupa foto maupun ilustrasi gambar agar para pembaca dapat memaknai isi dari narasi tersebut. Penambahan fakta-fakta dan tips-tips membuat narasi dalam rubrik ini terasa sangat ringan tetapi tetap bersifat informatif. Kualitas dari rubrik yang disampaikan cukup beragam dan unik karena tidak terikat pada isu, perayaan dan waktu peringatan tertentu. Topik, visualisasi dan sifat narasi yang diangkat berbeda-beda setiap edisinya membuat rubrik ini selalu dinantikan para pembaca.

2. Topik yang diangkat dalam setiap edisi berisi kategori tradisi yang bersifat positif. Dalam beberapa edisi, narasi berisi tentang saran, tips, dan fakta-fakta menarik. Hal ini mencerminkan keinginan majalah *GoGirl!* yang tidak hanya mengedepankan sisi hiburan, tetapi juga sisi wawasan dan pengetahuan. Dengan target pembaca remaja, *GoGirl!* berupaya menulis rubrik ini dengan bahasa yang mudah dipahami dan disertai dengan contoh, agar para generasi muda dapat memahami makna dan mempraktikkan segala hal-hal bermanfaat didalamnya. Ini dilakukan karena *GoGirl!* menyadari banyak hal dan tradisi unik di Indonesia yang harus tetap dilestarikan.
3. Dengan adanya rubrik ini, majalah *GoGirl!* dapat menmbantah penilaian masyarakat tentang dampak negatif terpaan media massa. Senada dengan Teori Norma Budaya yang menyatakan bahwa informasi yang disampaikan media massa dengan cara-cara tertentu dapat memperkuat pola-pola budaya yang berlaku serta meyakinkan masyarakat bahwa budaya tersebut masih berlaku dan harus dipatuhi. Media dapat bekerja secara konservatif dan menyesuaikan diri dengan norma yang ada di masyarakat daripada memimpin mereka untuk membentuk norma-norma yang baru. Lebih jauh lagi, media massa dan masyarakat saling mempengaruhi satu sama lain. Realitas yang diciptakan media berdasarkan dari apa yang dijumpai di masyarakat. Dengan banyaknya tradisi dan kebudayaan yang dimiliki Indonesia, membuat majalah *GoGirl!* melihat hal ini sebagai sesuatu yang menarik untuk diulas. Selain bertujuan agar para remaja Indonesia dapat terus melestarikan tradisi, majalah *GoGirl!* juga melihat ini sebagai suatu peluang baru yang belum pernah ditampilkan oleh majalah remaja sejenis.

### **Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan pada penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian yang dilakukan ini, sistem pengkodean dilakukan dengan meminta bantuan kepada dua orang pengkoder yang telah mendapatkan pengarahan, akan tetapi akan lebih baik pada penelitian selanjutnya jumlah pengkoder lebih banyak lagi sehingga didapatkan sudut pandang yang lebih banyak pula.
2. Pada penelitian yang dilakukan ini, diharapkan adanya penambahan referensi yang lebih luas lagi sehingga didapatkan kategori-kategori uji yang lebih beragam dan lebih luas.
3. Diharapkan rubrik “Indonesia *Banget*” pada majalah *GoGirl!* tidak hanya dimuat pada periode penerbitan tahun 2013 saja, tetapi tetap dilanjutkan dalam edisi-edisi majalah berikutnya, agar penelitian sejenis mendapat jumlah populasi dan sampel yang lebih banyak.

### **Daftar Pustaka**

Ardianto, E.L. (2004). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

- Burungin, Burhan. (2009). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Eriyanto. (2011), *Analisis Isi Penelitian Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta : Perdana Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2008), *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Pranada Media Group, Jakarta.
- Kurniawan, Eko. (2006). *Studi Analisis Isi Pemberitaan Media Massa Tentang Lingkungan Hidup dan Implikasinya Terhadap Kebijakan Pengelolaan Lingkungan di Kabupaten Bangka*. Semarang : Jurnal Tesis Universitas Diponegoro.
- Krippendorff, K. (1991). *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali.
- Nurudin. (2004). *Komunikasi Massa*. Malang : Cespur.
- Sudarso. (2008). *Metode Penelitian Sosial*. Kencana Pranada Media Group, Jakarta.
- Sobur, Alex. (2006). *Analisis Teks Media*. Remaja Rosda Karya , Bandung.
- Panuju, R. (2005). *Nalar Jurnalistik*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Wardhani, S. 2008. “Analisis SI dan SKL Mata Pelajaran Matematika SMP/MTs untuk Optimalisasi Mata Pelajaran Matematika”. Yogyakarta: Departemen Pendidikan Nasional.

### **Sumber Internet**

- Anonim. (2014). <http://ebooks.google.co.id/books-manajemen-penelitian-komunikasi/WpLqAC>, diakses tanggal 15 Februari 2015
- Anonim, (2013). [http://ebooks.google.co.id/komunikasi\\_massa/php](http://ebooks.google.co.id/komunikasi_massa/php), diakses tanggal 18 Februari 2015
- Burgerere, Asa. (2000), *Kumpulan Teori Penelitian Kuantitatif Ilmu Komunikasi*, <http://www.jurnalonline.co.id/penelitian-ilmu-komunikasi/php>, diakses tanggal 12 Februari 2015
- Emanuaella, (2012). *Analisis Isi Trend Report Dalam Majalah Elle Indonesia*, Jurnal E-Komunikasi, Universitas Kristen Petra. Surabaya, diakses tanggal 15 Februari 2015
- Frankfort-Nachmias & Nachmias (1996), *Metodelogi Penelitian Ilmu Komunikasi*, <http://www.idtesis.com/metodelogi-penelitian-ilmu-komuniasi/>, diakses tanggal 12 Februari 2015.