

Analisis isi (content analysis)

Pengertian Analisis Isi

Analisis isi (content analysis) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik symbol coding, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi.

Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi. Baik surat kabar, berita radio, iklan televisi maupun semua bahan-bahan dokumentasi yang lain. Hampir semua disiplin ilmu sosial dapat menggunakan analisis isi sebagai teknik/metode penelitian. Holsti menunjukkan tiga bidang yang banyak mempergunakan analisis isi, yang besarnya hampir 75% dari keseluruhan studi empirik, yaitu penelitian sosioantropologis (27,7 persen), komunikasi umum (25,9%), dan ilmu politik (21,5%). Sejalan dengan kemajuan teknologi, selain secara manual kini telah tersedia komputer untuk mempermudah proses penelitian analisis isi, yang dapat terdiri atas 2 macam, yaitu perhitungan kata-kata, dan “kamus” yang dapat ditandai yang sering disebut General Inquirer Program.

Analisis isi tidak dapat diberlakukan pada semua penelitian sosial. Analisis isi dapat dipergunakan jika memiliki syarat berikut.

1. Data yang tersedia sebagian besar terdiri dari bahan-bahan yang terdokumentasi (buku, surat kabar, pita rekaman, naskah/manuscript).
2. Ada keterangan pelengkap atau kerangka teori tertentu yang menerangkan tentang dan sebagai metode pendekatan terhadap data tersebut.
3. Peneliti memiliki kemampuan teknis untuk mengolah bahan-bahan/data-data yang dikumpulkannya karena sebagian dokumentasi tersebut bersifat sangat khas/spesifik.

Desain Analisis Isi

Setidaknya dapat diidentifikasi tiga jenis penelitian komunikasi yang menggunakan analisis isi. Ketiganya dapat dijelaskan dengan teori 5 unsur komunikasi yang dibuat oleh Harold D. Lasswell, yaitu who, says what, to whom, in what channel, with what effect. Ketiga jenis penelitian tersebut dapat memuat satu atau lebih unsur “pertanyaan teoretik” Lasswell tersebut.

Pertama, bersifat deskriptif, yaitu deskripsi isi-isi komunikasi. Dalam praktiknya, hal ini mudah dilakukan dengan cara melakukan perbandingan. Perbandingan tersebut dapat meliputi hal-hal berikut ini.

1. Perbandingan pesan (message) dokumen yang sama pada waktu yang berbeda. Dalam hal ini analisis dapat membuat kesimpulan mengenai kecenderungan isi komunikasi.
2. Perbandingan pesan (message) dari sumber yang sama/tunggal dalam situasi-situasi yang berbeda. Dalam hal ini, studi tentang pengaruh situasi terhadap isi komunikasi.
3. Perbandingan pesan (message) dari sumber yang sama terhadap penerima yang berbeda. Dalam hal ini, studi tentang pengaruh ciri-ciri audience terhadap isi dan gaya komunikasi.
4. Analisis antar-message, yaitu perbandingan isi komunikasi pada waktu, situasi atau audience yang berbeda. Dalam hal ini, studi tentang hubungan dua variabel dalam satu

atau sekumpulan dokumen (sering disebut kontingensi (contingency)).

5. Pengujian hipotesis mengenai perbandingan message dari dua sumber yang berbeda, yaitu perbedaan antarkomunikator.

Kedua, penelitian mengenai penyebab message yang berupa pengaruh dua message yang dihasilkan dua sumber (A dan B) terhadap variabel perilaku sehingga menimbulkan nilai, sikap, motif, dan masalah pada sumber B.

Ketiga, penelitian mengenai efek message A terhadap penerima B. Pertanyaan yang diajukan adalah apakah efek atau akibat dari proses komunikasi yang telah berlangsung terhadap penerima (with what effect)?

Tahapan Proses Penelitian Analisis Isi

Terdapat tiga langkah strategis penelitian analisis isi.

Pertama, penetapan desain atau model penelitian. Di sini ditetapkan berapa media, analisis perbandingan atau korelasi, objeknya banyak atau sedikit dan sebagainya.

Kedua, pencarian data pokok atau data primer, yaitu teks itu sendiri. Sebagai analisis isi maka teks merupakan objek yang pokok bahkan terpokok. Pencarian dapat dilakukan dengan menggunakan lembar formulir pengamatan tertentu yang sengaja dibuat untuk keperluan pencarian data tersebut.

Ketiga, pencarian pengetahuan kontekstual agar penelitian yang dilakukan tidak berada di ruang hampa, tetapi terlihat kait-mengait dengan faktor-faktor lain.

METODE ANALISIS ISI

Dasar-dasar Rancangan Penelitian Analisis Isi

Prosedur dasar pembuatan rancangan penelitian dan pelaksanaan studi analisis isi terdiri atas 6 tahapan langkah, yaitu (1) merumuskan pertanyaan penelitian dan hipotesisnya, (2) melakukan sampling terhadap sumber-sumber data yang telah dipilih, (3) pembuatan kategori yang dipergunakan dalam analisis, (4) pendataan suatu sampel dokumen yang telah dipilih dan melakukan pengkodean, (5) pembuatan skala dan item berdasarkan kriteria tertentu untuk pengumpulan data, dan (6) interpretasi/ penafsiran data yang diperoleh.

Urutan langkah tersebut harus tertib, tidak boleh dilompati atau dibalik. Langkah sebelumnya merupakan prasyarat untuk menentukan langkah berikutnya. Permulaan penelitian itu adalah adanya rumusan masalah atau pertanyaan penelitian yang dinyatakan secara jelas, eksplisit, dan mengarah, serta dapat diukur dan untuk dijawab dengan usaha penelitian.

Pada perumusan hipotesis, dugaan sementara yang akan dijawab melalui penelitian, peneliti dapat memilih hipotesis nol, hipotesis penelitian atau hipotesis statistik.

Penarikan sampel dilakukan melalui pertimbangan tertentu, disesuaikan dengan rumusan masalah dan kemampuan peneliti.

Pembuatan alat ukur atau kategori yang akan digunakan untuk analisis didasarkan pada rumusan masalah atau pertanyaan penelitian, dan acuan tertentu. Misalnya, kategori tinggi-sedang-rendah, dengan indikator-indikator yang bersifat terukur.

Kemudian, pengumpulan atau coding data, dilakukan dengan menggunakan lembar pengkodean (coding sheet) yang sudah dipersiapkan. Setelah semua data diproses, kemudian diinterpretasikan maknanya.

Teknik Pembuatan Skala pada Analisis Isi

Telah dijelaskan dua macam teknik penskalaan (scaling) yang bertujuan khusus untuk mengukur intensitas. Pertama, metode Q-Sort, menyediakan suatu cara penskalaan universe pernyataan-pernyataan mengenai variabel tertentu. Skala Q-Sort mempergunakan distribusi skala 9 titik. Pada lajur pertama, (Y) berisi 9 point nilai, yang menunjukkan tingkat terendah (1) sampai tingkat tertinggi (9), dan lajur kedua (X) yang menunjukkan persentase pernyataan dalam tiap kategori. Untuk menentukan item-item masuk pada kategori tertentu pada skala yang telah tersedia, dipakai orang-orang yang dianggap sebagai juri penilai. Dalam hal ini perlu ditetapkan keterandalan (reliabilitas) alat ukur, dan kesahihan (validitas) pengukuran.

Kedua, metode skala perbandingan pasangan (pair comparison scaling), yaitu teknik menentukan skala relatif item-item yang tidak melibatkan distribusi nyata. Penggunaan metode ini adalah untuk mengetahui pernyataan-pernyataan yang paling intens di antara pasangan-pasangan yang mungkin. Keseluruhan metode ini akan menghasilkan suatu skala relatif antaritem.

Reliabilitas dan Validitas

Masalah reliabilitas (keterandalan) dan validitas pengukuran (kesahihan) merupakan 2 hal pokok dalam penelitian yang tidak boleh ditinggalkan. Reliabilitas didefinisikan sebagai keterandalan alat ukur yang dipakai dalam suatu penelitian. Apakah kita benar-benar dapat mengukur dengan tepat sesuai dengan alat atau instrumen yang dimiliki. Dikenal beberapa jenis reliabilitas, yaitu berikut ini.

1. Intercoder dan intracoder, yaitu pemberian kode dari luar dan dari dalam.
2. Pretest, yaitu pengujian atau pengukuran perbedaan nilai antara juri-juri pemberi nilai.
3. Reliabilitas kategori, yaitu derajat kemampuan pengulangan penempatan data dalam berbagi kategori.

Validitas adalah kesahihan pengukuran atau penilaian dalam penelitian. Dalam analisis isi, validitas dilakukan dengan berbagai cara atau metode sebagai berikut.

1. Pengukuran produktivitas (productivity), yaitu derajat di mana suatu studi menunjukkan indikator yang tepat yang berhubungan dengan variabel.
2. Predictive validity, yaitu derajat kemampuan pengukuran dengan peristiwa yang akan datang.
3. Construct validity, yaitu derajat kesesuaian teori dan konsep yang dipakai dengan alat pengukuran yang dipakai dalam penelitian tersebut.

ANALISIS ISI KUALITATIF

Analisis Wacana

Analisis wacana adalah analisis isi yang lebih bersifat kualitatif dan dapat menjadi salah satu alternatif untuk melengkapi dan menutupi kelemahan dari analisis isi kuantitatif yang selama ini banyak digunakan oleh para peneliti. Jika pada analisis kuantitatif, pertanyaan lebih ditekankan untuk menjawab “apa” (what) dari pesan atau teks komunikasi, pada analisis wacana lebih difokuskan untuk melihat pada “bagaimana” (how), yaitu bagaimana isi teks berita dan juga bagaimana pesan itu disampaikan. Beberapa perbedaan mendasar antara analisis wacana dengan analisis isi yang bersifat kuantitatif adalah sebagai berikut.

Analisis wacana lebih bersifat kualitatif daripada yang umum dilakukan dalam analisis

isi kuantitatif karena analisis wacana lebih menekankan pada pemaknaan teks daripada penjumlahan unit kategori, seperti dalam analisis isi.

Analisis isi kuantitatif digunakan untuk membedah muatan teks komunikasi yang bersifat manifest (nyata), sedangkan analisis wacana justru memfokuskan pada pesan yang bersifat latent (tersembunyi).

Analisis isi kuantitatif hanya dapat mempertimbangkan “apa yang dikatakan” (what), tetapi tidak dapat menyelidiki bagaimana ia dikatakan (how).

Analisis wacana tidak berpretensi melakukan generalisasi, sedangkan analisis isi kuantitatif memang diarahkan untuk membuat generalisasi.

Model analisis wacana yang diperkenalkan oleh van Dijk sering kali disebut sebagai “kognisi sosial”, yaitu suatu pendekatan yang diadopsi dari bidang psikologi sosial.

Menurut van Dijk, ada 3 dimensi yang membentuk suatu wacana sehingga analisis yang dilakukan terhadap suatu wacana harus meliputi ketiga dimensi tersebut, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial.

Analisis Semiotik (Semiotic Analysis)

Pengertian semiotika secara terminologis adalah ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Menurut Eco, semiotik sebagai “ilmu tanda” (sign) dan segala yang berhubungan dengannya cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya.

Menurut Eco, ada sembilan belas bidang yang bisa dipertimbangkan sebagai bahan kajian untuk semiotik, yaitu semiotik binatang, semiotik tanda-tanda bauan, komunikasi rabaan, kode-kode cecapan, paralinguistik, semiotik medis, kinesik dan proksemik, kode-kode musik, bahasa yang diformalkan, bahasa tertulis, alfabet tak dikenal, kode rahasia, bahasa alam, komunikasi visual, sistem objek, dan sebagainya.

Semiotika di bidang komunikasi pun juga tidak terbatas, misalnya saja mengambil objek penelitian, seperti pemberitaan di media massa, komunikasi periklanan, tanda-tanda nonverbal, film, komik kartun, dan sastra sampai kepada musik.

Analisis Framing

Analisis Framing adalah bagian dari analisis isi yang melakukan penilaian tentang wacana persaingan antarkelompok yang muncul atau tampak di media. Dikenal konsep bingkai, yaitu gagasan sentral yang terorganisasi, dan dapat dianalisis melalui dua turunannya, yaitu simbol berupa framing device dan reasoning device. Framing device menunjuk pada penyebutan istilah tertentu yang menunjukkan “julukan” pada satu wacana, sedangkan reasoning device menunjuk pada analisis sebab-akibat. Di dalamnya terdapat beberapa ‘turunan’, yaitu metafora, perumpamaan atau pengandaian. Catchphrases merupakan slogan-slogan yang harus dikerjakan. Exemplar mengaitkan bingkai dengan contoh, teori atau pengalaman masa silam. Depiction adalah “musuh yang harus dilawan bersama”, dan visual image adalah gambar-gambar yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Pada instrumen penalaran, Roots memperlihatkan analisis sebab-akibat, Appeals to principles merupakan premis atau klaim moral, dan Consequences merupakan kesimpulan logika penalaran.

Metode analisis isi pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih (Budd, 1967, p. 2). Sedangkan menurut Kerlinger (1986), analisis isi didefinisikan sebagai suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Bungin 2004, p. 134). Penelitian dengan menggunakan metode analisis isi bukan hanya untuk mempelajari karakteristik isi komunikasi tetapi juga untuk menarik kesimpulan mengenai sifat komunikator, keadaan khalayak, maupun efek komunikasi. Menurut Wimmer dan Dominick (Bungin, 2004 : 136-138), setidaknya ada 5 kegunaan yang dapat dilakukan dalam penelitian analisis isi, yaitu : (1) Menggambarkan isi komunikasi. Mengungkapkan kecenderungan yang ada pada isi komunikasi, baik melalui media cetak maupun elektronik. (2) Menguji hipotesis tentang karakteristik pesan. Sejumlah peneliti analisis isi berusaha menghubungkan karakteristik tertentu dari komunikator (sumber) dengan karakteristik pesan yang dihasilkan. (3) Membandingkan isi media dengan dunia nyata. Banyak analisis isi digunakan untuk menguji apa yang ada di media dengan situasi aktual yang ada di kehidupan nyata. (4) Memperkirakan gambaran kelompok tertentu di masyarakat. Di sini analisis isi digunakan untuk meneliti masalah sosial tentang diskriminasi dan prasangka terhadap kelompok minoritas, agama tertentu, etnik, dan lain-lain. (5) Mendukung studi efek media massa . Seperti dalam penelitian cultivation analysis, dimana pesan yang dominan dan tema-tema isi media yang terdokumentasi melalui prosedur yang sistematis, dikorelasikan dengan studi lain tentang khalayak, penelitian ini digunakan untuk melihat apakah pesan-pesan di media massa tersebut menumbuhkan sikap-sikap serupa di antara pengguna media yang berat (heavy users). Terdapat dua jenis analisis isi, yaitu analisis isi kuantitatif (Quantitative Content Analysis) dan analisis isi kualitatif (Qualitative Content Analysis). Prinsip analisis isi kuantitatif adalah prinsip objektivitas yang diukur dari pembuatan atau penyusunan kategorisasi. Metode yang diterapkan dalam analisis isi haruslah tersistematisasi, dimana mulai unit analisis yang diteliti sampai pembuatan kategorisasi dan operasionalisasi tidak tumpang tindih. Pesan-pesan yang tampak tadi haruslah dapat dihitung/dikuantifikasi untuk mendapatkan frekuensi penghitungan pesan-pesan yang dimaksudkan. Sedangkan analisis isi media kualitatif lebih banyak dipakai untuk meneliti dokumen yang dapat berupa teks, gambar, simbol, dan sebagainya untuk memahami budaya dari suatu konteks sosial tertentu. Dokumen dalam analisis isi kualitatif ini merupakan pada metode analisis yang integratif dan lebih secara konseptual untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah dan menganalisa dokumen untuk memahami makna, signifikansi dan relevansinya. Tujuan dari penelitian analisis isi kualitatif ini sebenarnya adalah sistematis dan analitis, tetapi tidak kaku (rigid) seperti analisis isi kuantitatif. Dengan kata lain, analisis isi kuantitatif hanya mampu mengetahui atau mengidentifikasi manifest messages (pesan-pesan yang tampak) dari isi media yang diteliti. Sedangkan analisis isi yang sifatnya kualitatif tidak hanya mampu mengidentifikasi pesan-pesan manifest, melainkan juga latent messages dari sebuah dokumen yang diteliti. Jadi lebih mampu melihat kecenderungan isi media berdasarkan context (situasi yang sosial di seputar dokumen atau teks yang diteliti), process (bagaimana suatu proses produksi media/isi pesannya dikreasi secara actual dan diorganisasikan secara bersama) dan emergence (pembentukan secara

gradual/bertahap dari makna sebuah pesan melalui pemahaman dan interpretasi) dari dokumen-dokumen yang diteliti (Bungin, 2004 : 144-147).

Sumber: <http://id.shvoong.com/social-sciences/communication-media-studies/2185181-content-analysis-analisis-isi/#ixzz1z3WtquMj>

Mengenai Analisis Isi (Content Analysis)

Analisis isi merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui simpulan dari sebuah teks. Atau dengan kata lain, analisis isi merupakan metode penelitian yang ingin mengungkap gagasan penulis yang termanifestasi maupun yang laten. Oleh karenanya, secara praktis metode ini dapat digunakan untuk berbagai macam tujuan, seperti; menjembatani isi dari komunikasi internasional, membandingkan media atau 'level' dalam komunikasi, mendeteksi propaganda, menjelaskan kecenderungan dalam konten komunikasi, dan lain-lain (Weber, 1990: 9). Dengan demikian, analisis isi lebih akrab digunakan di bidang komunikasi.

Menurut Weber, pemahaman dasar dari analisis isi adalah bahwa banyak kata sesungguhnya dapat diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori yang lebih kecil. Setiap kategori itu dibuat berdasarkan kesamaan makna kata, dan kemiripan makna kata dari setiap teks atau pembicaraan. Dengan asumsi itu, kita akan dapat mengetahui fokus dari pengarang, pembuat teks, atau pembicara dengan menghitung jumlah kategori yang ada dalam teks tersebut. Oleh karenanya untuk mengukurnya kategori-kategori itu, harus dibuat variabel dari kategori tersebut dan telah memiliki kejelasan makna. Sebagaimana yang kita kenal dalam metodologi kuantitatif, maka variabel yang ada harus valid dan reliabel. (Weber: 1990:)

Dalam kajian Weber, ada beberapa langkah dalam analisis isi untuk mengumpulkan data diantaranya:

1. Menetapkan unit yang terekam, hal ini sangat penting dalam proses pengategorian data. Dalam metode ini dapat dilakukan dengan beberapa level :
 1. Kata, yaitu mengklasifikasi masing-masing kata
 2. Paragraf, kalau sumberdaya manusia atau komputer yang tersedia terbatas, peneliti dapat mereduksinya dengan melakukan pengkodean berdasarkan paragraf. Namun hal ini sulit mendapatkan hasil yang reliabel karena cakupannya terlalu luas.
 3. Keseluruhan teks, hal ini dilakukan dalam pengecualian ketika teks tersebut tidak terlalu banyak, seperti cerpen, headline berita, dan berita koran.
2. Menetapkan kategori, ada dua tahap dalam menetapkan kategori. Pertama kita harus mengetahui apakah hubungannya eksklusif (spesial). Kedua, harus seberapa dekatkah hubungan antar unit dalam satu kategori.

3. Melakukan tes coding di teks sampel. Hal ini diupayakan agar tidak ada ambiguitas dalam kategori. Tahapan ini juga digunakan untuk merevisi hal-hal yang tidak tepat dalam skema klasifikasi
4. Menilai akurasi atau reabilitas
5. Merevisi aturan pengkodean

Validitas dalam analisis isi agak berbeda dengan penelitian yang lain, validitas di sini bukan bermakna hubungan antara dua variabel atau teori. Namun, validitas di sini berada di antara klasifikasi skema atau variabel yang berasal dari itu dengan interpretasi yang menghubungkan isi dengan sebab-sebabnya. Klasifikasi skema adalah upaya peneliti mengkategorikan berbagai kata yang memiliki kata yang maknanya berdekatan (atau sama). Dengan begitu akan memudahkan data dikumpulkan dan diolah dalam analisa statistik. Oleh karenanya, pengkategorian kata harus berdasarkan kecermatan dalam menangkap makna yang ada. (Weber, 1990: 30)

Walaupun analisis isi pada awalnya berkembang dengan metode kuantitatif. Namun, belakangan berkembang juga analisis isi yang menggunakan metode kualitatif. Menurut Krippendorff, setidaknya-tidaknya ada 4 (empat) jenis analisis isi yang menggunakan pendekatan kualitatif. *Pertama* adalah analisis wacana (discourse analysis), secara sederhana analisis wacana mencoba memberikan pemaknaan lebih dari sekedar kata/frase atau kumpulan kata/frase yang ditulis oleh pengarang. Analisis wacana fokus pada bagaimana fenomena-fenomena partikular dimunculkan oleh pengarang teks. Salah satu penelitian yang pernah dilakukan dengan menggunakan analisis wacana adalah karya Van Dijk (1991) yang mencoba mempelajari bagaimana pers mengungkap masalah rasisme; kemunculan kaum minoritas, menjelaskan konflik antar etnis, dan mengumpulkan data tentang pemberian stereotipe (penilaian buruk kepada suatu kelompok). Selain penelitian itu juga terdapat penelitian tentang program berita dan dialog di TV Amerika Serikat yang memunculkan tentang fenomena partikular. Yaitu visi ideologi ekonomi Amerika Serikat. (Krippendorff, 2004: 14). Dari penjelasan dan contoh yang diberikan oleh Krippendorff, kita dapat mengambil simpulan bahwa analisis wacana adalah pendekatan yang mencoba mengungkapkan nilai-nilai (values) yang berkembang dalam pemikiran si pembuat teks (dalam hal ini pers) untuk memberikan informasi atau wawasan tentang sesuatu hal yang prinsipil yang disampaikan secara tidak langsung (*explicit*).

Kedua adalah analisis retorika (*rhetorical analysis*). Analisis retorika berfokus kepada bagaimana pesan itu disampaikan serta dampak (langsung ataupun jangka panjang) yang dirasakan oleh para penerima pesan atau audiens. Peneliti yang menggunakan pendekatan ini harus mengidentifikasi elemen-elemen struktural, seperti; ungkapan, gaya argumentasi, serta gestur dan penekanan dalam pidato. Diantara banyak penelitian analisis retorika, salah satunya adalah *Kathleen Hall Jamieson's book Packaging the Presidency* (1984). Dalam buku itu dijelaskan tentang analisis retorika terhadap pidato-pidato presiden Amerika Serikat (Krippendorff, 2004: 16). Dari penjabaran itu, kita dapat mengetahui bahwa analisis retorika berupaya untuk mencari aspek-aspek yang berpotensi untuk memengaruhi sikap audiens dari penyampaian langsung (pidato, ceramah, dll).

Ketiga adalah analisis isi etnografis (*ethnographic content analysis*). Analisis ini dimunculkan oleh Altheide (1987). Walaupun terkesan sangat kualitatif-antropologis, pendekatan ini tidak menghindari cara yang bersifat kuantitatif namun malah mendukung penghitungan data dari analisis isi dengan tulisan. Pendekatan ini dikerjakan dengan deskripsi narasi memfokuskan pada situasi yang berkembang, setting/kondisi, gaya, gambar, makna, dan gagasan penting agar dikenali/dipahami oleh aktor atau pembicara secara kompleks. (Krippendorff, 2004: 17)

Keempat adalah analisis percakapan (*conversation analysis*). analisis ini dikerjakan diawali dengan merekam percakapan dengan setting dan tujuan yang biasa/umum. Selanjutnya hasil rekaman itu di analisa lebih dalam menjadi konstruksi kolaboratif. Analisis ini digeluti pertama kali oleh Harvey Sack (1974) yang menganalisis tentang lawakan (*jokes*) yang mengkonstruksi kolaborasi dari komunikator dengan judul *History* 17 (Krippendorff, 2004: 17).

Walaupun kita dapat melihat bahwa analisis isi dapat terdiri dari dua pendekatan yaitu kuantitatif dan kualitatif, namun Krippendorff menyarankan untuk tidak mendikotomikan diantara keduanya. Menurutnya, memisahkan keduanya adalah sebuah kesalahan. Secara eksplisit dan objektif penelitian ini memproses data dengan pengkodean dan menghitungnya, cara ini populer di dalam pendekatan kuantitatif. Namun jangan lupa, kita juga menganalisis konteks yang ini merupakan tradisi kualitatif. Dengan begitu, analisis isi adalah jenis penelitian yang dapat menggunakan pendekatan *mix-method*.

Untuk lebih lanjut memahami prosedur penelitian analisis isi dengan kedua pendekatan sebagaimana dijelaskan di atas, Krippendorff memberikan gambaran mengenai tahapan-tahapan yang ada di dalam penelitian ini. Ia membuat skema penelitian analisis isi ke dalam 6 tahapan, yaitu:

1. **Unitizing** (peng-unit-an)
2. **Sampling** (pe-nyamling-an)
3. **Recording**/coding (perekaman/koding)
4. **Reducing** (pengurangan) data atau penyederhanaan data
5. Abductively **inferring** (pengambilan simpulan); bersandar kepada analisa konstuk dengan berdasar pada konteks yang dipilih
6. **Naratting** (penarasian) atas jawaban dari pertanyaaan penelitian.

Unitizing, adalah upaya untuk mengambil data yang tepat dengan kepentingan penelitian yang mencakup teks, gambar, suara, dan data-data lain yang dapat diobservasi lebih lanjut. Unit adalah keseluruhan yang dianggap istimewa dan menarik oleh analis yang merupakan elemen independen. Unit adalah objek penelitian yang dapat diukur dan dinilai dengan jelas, oleh karenanya harus memilah sesuai dengan pertanyaan penelitian yang telah dibuat.

Sampling, adalah cara analis untuk menyederhanakan penelitian dengan membatasi observasi yang merangkum semua jenis unit yang ada. Dengan demikian terkumpullah unit-unit yang memiliki tema/karakter yang sama. Dalam pendekatan kualitatif, sampel

tidak harus digambarkan dengan proyeksi statistik. Dalam perdekatan ini kutipan-kutipan serta contoh-contoh, memiliki fungsi yang sama sebagai sampel. Sampel dalam bentuk ini digunakan untuk mendukung atas pernyataan inti dari peneliti.

Recording, dalam tahap ini peneliti mencoba menjembatani jarak (gap) antara unit yang ditemukan dengan pembacanya. Perekamaan di sini dimaksudkan bahwa unit-unit dapat dimainkan/digunakan berulang ulang tanpa harus mengubah makna. Kita mengetahui bahwa setiap rentang waktu memiliki pandangan umum yang berbeda. Olehkarenanya recording berfungsi untuk menjelaskan kepada pembaca/pengguna data untuk dihantarkan kepada situasi yang berkembang pada waktu unit itu muncul dengan menggunakan penjelasan naratif dan atau gambar pendukung. Dengan demikian penjelasan atas analisis isi haruslah tahan lama dapat bertahan disetiap waktu.

Reducing, tahap ini dibutuhkan untuk penyediaan data yang efisien. Secara sederhana unit-unit yang disediakan dapat disandarkan dari tingkat frekuensinya. Dengan begitu hasil dari pengumpulan unit dapat tersedia lebih singkat, padat, dan jelas.

Inferring, tahap ini mencoba menanalisa data lebih jauh, yaitu dengan mencari makna data unit-unit yang ada. Dengan begitu, tahap ini akan menjembatani antara sejumlah data deskriptif dengan pemaknaan, penyebab, mengarah, atau bahkan memprovokasi para audience/pengguna teks. Inferring, bukan hanya berarti deduktif atau induktif, namun mencoba mengungkap konteks yang ada dengan menggunakan konstruksi analitis (*analitical construct*). Konstruksi analitis berfungsi untuk memberikan model hubungan antara teks dan kesimpulan yang dituju. Dengan begitu, konstruksi analitis harus menggunakan bantuan teori, konsepsi yang sudah memiliki kebasahan dalam dunia akademis.

Narrating, merupakan tahap yang terakhir. Narasi merupakan upaya untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam narasi biasanya juga berisi informasi-informasi penting bagi pengguna penelitian agar mereka lebih paham atau lebih lanjut dapat mengambil keputusan berdasarkan hasil penelitian yang ada.

Gambar di bawah ini adalah skema penelitian dengan menggunakan metode analisis isi. Perlu digarisbawahi bahwa pada tahapan-tahapan tertentu tidak memerlukan pengorganisasian yang linear. Karena sebagaimana kita ketahui dalam tradisi kualitatif bahwa data akan terus memunculkan dirinya tanpa pernah kita duga dan kira. Sehingga, sebagaimana gambar dibawah ini, 4 tahap awal dari penelitian analisis isi dapat pakai secara acak, sesuai dengan situasi dan kondisi yang berkembang ketika penelitian.

Sumber: (Krippendorff, 2004: 86)