

PEMBERITAAN MENGENAI KLUB SEPAK BOLA INDONESIA

DALAM GALERI SEPAKBOLA INDONESIA

(Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Mengenai Klub Sepak Bola Indonesia  
dalam Galeri Sepakbola Indonesia Trans 7 edisi Januari – April 2017)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun oleh:**

**MOHAMAD KASYFI FITRA**

**20120530204**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2017**

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Sepak bola tidak hanya menyenangkan bagi yang memainkan tetapi juga bagi yang menyaksikan. Dalam sepak bola, penonton diajak untuk menikmati permainan yang diperlihatkan oleh para pemain di lapangan hijau. Sepak bola tak lagi dipandang sebagai sebuah permainan lugu dan polos kekanak-kanakan, melainkan sebagai sebuah produk sekaligus kerja satu mekanisme yang sangat rumit (Lanang, 2016:3).

Dalam sepak bola terdapat beberapa teritori yang saling berkaitan satu sama lain: bisnis, sosiologi, budaya, seni, manufaktur, penyiaran, media teknologi dan sebagainya. Hal ini menyebabkan sepak bola menjadi wilayah interdisipliner yang memiliki cara pandang beragam, sehingga sedikit demi sedikit beraneka ragam wajah alternatif sepak bola mulai tampak.

Sebuah pertandingan sepak bola bukan cuma menghadirkan pertandingan dua kelompok lelaki dewasa yang tanpa agenda, melainkan telah menjadi arena bagi hal-hal lain untuk hadir seperti: diskursus politik, pesan konsumsi, standar fesyen, serta parameter gaya hidup. Sepak bola, tak berbeda dengan banyak bidang lain selayaknya film, musik, atau sastra merupakan satu bagian arus besar yang bergerak dari satu sisi dunia ke sisi dunia lain (Lanang, 2016: 4-5).

Dalam sepak bola tak hanya melibatkan 11 pemain yang bermain di lapangan hijau, melainkan melibatkan *official* di pinggir lapangan serta *official* di luar lapangan. Teknik, taktik, kostum dan berbagai aksesoris telah menyulap para pemain itu menjadi lebih memesona dan terkadang seorang pemain menjadi panutan bagi penggemarnya, sebagai contoh penggemar Cristiano Ronaldo akan meniru gaya bermain, gaya berpakaian dan dalam hal yang ekstrim, penggemar akan memiliki angan-angan untuk menjalani kehidupan sehari-hari seperti idolanya.

Sepak bola lebih dari sekedar olahraga biasa, melainkan pertunjukan yang disukai semua orang. Sepak bola menjelma menjadi ‘lahan pertanian’ yang tidak memiliki tenggat waktu untuk panen. Artinya, selama sepak bola masih bergulir dan memiliki nilai jual sepak bola tidak akan kehabisan peminat baik itu dari segi penonton ataupun segi pendapatan dari pengiklan.

Kekuatan seorang pemain mampu mendongkrak pendapatan organisasi (klub) sepak bola. Dari segi finansial, klub lebih banyak meraup keuntungan melalui pemasaran pemain daripada melalui pertandingan sepak bola itu sendiri. Simon Kuper dan Stefan Szymanski dalam buku *Soccernomics* (2009: 77-78) menjelaskan:

*As the Dutch international Demy de Zeeuw says, “There are complaints that we [player] earn too much, but the whole world earns money for success as a player: newspaper, television, companies”. In fact, the world earns more from soccer than the soccer industry itself does.*

Dalam sepak bola modern, seorang pemain sepak bola mampu menentukan pendapatan dari sebuah klub. Namun faktanya, pendapatan tersebut

lebih banyak dinikmati oleh pihak lain diluar kepentingan sepak bola seperti pemilik media cetak dan elektronik dan *apparel* olahraga.

Sekarang kekuatan pasar ditandai jelas oleh kemampuan klub-klub besar dunia membeli pemain-pemain brilian hingga triliunan rupiah. Satu kali biaya transfer pemain klub besar dunia seperti Cristiano Ronaldo, dan Gareth Bale yang dilakukan klub asal Spanyol Real Madrid, bisa dipakai untuk membangun dan mengembangkan puluhan klub dan sekolah sepak bola di Indonesia. Klub – klub besar itu tahu persis keuntungan transfer pemain super mahal tersebut. Selain membangun kekuatan tim, para pemain mahal itu diharapkan bisa pula turut mendorong kekuatan komersial organisasi sepak bola mereka. Para pemain itu menjadi daya tarik luar biasa penonton di seluruh dunia yang mendambakan pemain sepak bola pujaan layaknya *superhero* dan mengidentifikasi dirinya seperti mereka. Para pemain inilah yang digadang-gadang bisa menaikkan minat para penonton di seluruh dunia melalui layar kaca, menjadi bintang iklan berbagai produk sponsor dan akhirnya turut menaikkan pemasukan organisasi klub secara signifikan (Setiawan, 2014: 94-95).

Sepak bola dengan media massa terutama media televisi telah menghasilkan sebuah industri massa yang baru. Goldbatt dalam Bram (2016:1 dalam Artikel “Menarasikan Sepak bola Ala Layar Kaca”. [remotivi.or.id](http://remotivi.or.id) diakses tanggal 5 Mei 2017 pukul 23:05 WIB) menjelaskan bahwa penayangan sepak bola di layar kaca telah menginisiasi pengarsipan sepak bola menjadi lebih lengkap, dan lebih jauh lagi, mengubah pengalaman menikmati sepak bola bagi khalayak umum.

Berbicara tentang persepakbolaan Indonesia, setelah penandatanganan SK Menpora RI Nomor 010307 Tahun 2015 oleh Menpora tentang sanksi administratif terhadap PSSI yang mengakibatkan persepakbolaan berstatus mati suri, banyak pihak swasta yang ingin menjaga antusias penikmat sepak bola khususnya penikmat bola layar kaca tetap bergelora. Salah satunya dengan mengadakan turnamen tingkat nasional yang digagas oleh *Mahaka Sports and Entertainment* yaitu Piala Presiden tahun 2015 dengan Persib Bandung yang keluar menjadi juara.

Dengan diadakannya turnamen tersebut, *Mahaka* selaku penyelenggara *turnamen* berhasil menjaga gairah penonton sepak bola layar kaca terhadap persepak bolaan tanah air. Ari DP (2015) dalam artikel *online* di laman Topskor yang berjudul "Rating Televisi Piala Presiden Terbilang Dahsyat" menjelaskan bahwa perolehan *rating* dan *share* dari para klub peserta *turnamen* tersebut terbilang masih terjaga antusiasnya, berikut adalah tabel untuk memperlihatkan perolehan *rating* dan *share* dalam turnamen Piala Presiden 2015:

**Tabel 1**  
**Lima Besar TV Rating dan Share**  
**Klub Peserta Piala Presiden 2015**

<b>TV Rating</b>	<b>Klub</b>	<b>Poin</b>
	Persib Bandung	10.1
	Arema Cronus	8
	Persebaya Surabaya	7
	Persija Jakarta	6.8
	Martapura FC	6.7
<b>TV Share</b>	<b>Klub</b>	<b>Persentase</b>
	Persib Bandung	49.4 %
	Persija Jakarta	48.5 %
	Persebaya Surabaya	47.4 %
	Martapura FC	46.7 %
	Persiba Balikpapan	46.3 %

(Data dikutip dari artikel dalam Topskor.id “Rating Televisi Piala Presiden Terbilang Dahsyat”. [http://www.topskor.id/detail/9571/sign\\_up.html](http://www.topskor.id/detail/9571/sign_up.html): diakses tanggal 8 Mei 2017 pukul 16.00 WIB)

Dari tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa sepak bola dan media televisi mempunyai relasi yang kuat untuk menyajikan sebuah tayangan sepak bola dan meraup banyak keuntungan baik itu jumlah penonton maupun pendapatan dari iklan. Sejalan dengan itu, Nurdin Halid (2009:21) dalam buku *Membangun Sepakbola Indonesia Modern* menjelaskan bahwa pertandingan sepak bola nasional di televisi kini menjadi salah satu mata acara favorit pemirsa. Bukti terkini, banyak pertandingan Liga Indonesia dan Piala Indonesia ditayangkan *prime time*, bersaing dengan acara sinetron, kuis, dan lain-lain. Rating TV pertandingan liga domestik kini termasuk tinggi.

Salah satu bentuk nyata relasi yang dijalin antara televisi dengan sepak bola adalah adanya hak siar. Dengan membayar hak siar kepada pengelola liga,

stasiun televisi dapat menyiarkan dan mendistribusikan tayangan sebuah liga ke khalayak umum. Namun, hak siar bukan semata-mata legalitas tentang penyiaran pertandingan secara langsung. Dengan memegang hak siar, stasiun televisi juga menjadi “penyelenggara pertandingan” itu sendiri.

Kelindan antara kekuatan sepak bola sebagai magnet massa, kekuatan televisi sebagai media massa audio-visual dan tentu saja potensi sebagai lahan subur para pengiklan membuat persaingan memerebutkan hak siar pertandingan sepak bola terutama liga-liga Eropa, antar stasiun televisi dalam negeri menjadi wacana yang penting sekaligus sensitif (Setiawan, 2014:100).

Sistem jual-beli hak siar pertandingan sepak bola memungkinkan monopoli siar sebuah stasiun televisi atas satu musim sebuah liga. Maka ketika televisi menyadari bahwa tayangan sepak bola adalah lahan yang potensial karena dapat meningkatkan jumlah pemasukan dari sektor iklan, kehadiran *sport news magazine* adalah alternatif ketika hak siar tak dapat terbeli.

Wahyudi (1991: 125) menjelaskan *News Magazine* adalah sebuah berita yang terbit berkala. Dalam mengartikan berkala disini harus hati-hati, karena untuk media tercetak dan media elektronik ada perbedaan dalam kurun waktunya. Untuk media massa tercetak, biasanya kurun waktu ini menyangkut masalah hari atau bulanan, tetapi untuk media massa elektronik, pengertian berkala ini menyangkut kurun waktu yang mungkin jam, hari atau bulanan. Kemudian, Wahyudi (1991:125-126) menjelaskan batasan *News Magazine* adalah berita yang bersifat feature dan diperdalam, relatif tidak terikat pada

waktu bangun yang aktualitasnya dapat bertahan sejalan dengan kecenderungan dari kehangatan berita feature tersebut.

*News Magazine* mempunyai corak konten yang mirip dengan konten jurnalistik televisi, program tersebut memberikan informasi tentang suatu hal kepada khalayaknya. Perbedaannya terdapat pada substansi informasi yang disiarkan. *News Magazine* lebih menggunakan penyampaian informasi yang ringan dan menghibur, dengan pendekatan populer.

Ada berbagai program televisi yang mengemas sepak bola dengan pendekatan genre *News Magazine* di Indonesia. Salah satunya adalah *Galeri Sepakbola Indonesia* (GSI) yang disiarkan di Trans 7. Program ini tayang setiap hari Minggu dengan durasi tayang 30 menit pada pukul 13.30.

*Galeri Sepakbola Indonesia* pada awal kemunculannya sekitar tahun 2005 yang bersamaan dengan *Copa Dji Sam Soe* adalah sebuah segmen khusus tentang sepak bola nasional dalam program *sport news magazine* tertua di Indonesia, *One Stop Football* yang telah mengudara di pertelevisian Indonesia sejak tahun 2003. Namun pada tahun 2006, *Galeri Sepakbola Indonesia* menjadi program mandiri karena respon positif dari penikmat layar kaca (Hasbi, 2014 dalam Artikel “Jejak Sepak Bola dalam Media: pindai.org diakses tanggal 5 Mei 2017 pukul 23:14 WIB).

*Galeri Sepakbola Indonesia* atau GSI menyajikan informasi seputar tim nasional Indonesia, klub-klub di Indonesia, serta kabar-kabar daerah mengenai perkembangan persepakbolaan nusantara. Dalam menyajikannya, GSI



mengemasnya secara informatif dan atraktif namun dalam pemilihannya berita kerap timbul pesan – pesan berupa sepak bola Indonesia yang tersentralisasi dan keberpihakan kepada salah satu pihak.

Bergulirnya kompetisi level nasional setelah pencabutan SK Menpora menjadikan GSI lebih memfokuskan pemberitaan mengenai persiapan klub-klub Indonesia dalam menghadapi kompetisi yang diberi nama Gojek-Traveloka Liga 1. Trans 7 yang tidak memperoleh hak siar Liga 1 tersebut, berhasil menjaga antusias penikmat layar kaca agar tetap menonton GSI sebagai alternatif siaran. Hal tersebut yang menjadi pertimbangan peneliti dalam menentukan batasan dalam penelitian ini, batasan tersebut adalah berupa pembatasan dalam edisi berita yang ditayangkan di GSI. Edisi berita yang dipilih oleh peneliti adalah edisi Januari – April 2017, karena dalam kurun waktu tersebut pemberitaan dalam GSI lebih fokus untuk memberitakan tentang persiapan klub sepak bola Indonesia dalam menghadapi kompetisi Liga 1 yang akan diselenggarakan pada 15 April 2017.

GSI atau *Galeri Sepakbola Indonesia* sebagai salah satu produk dari karya jurnalistik tidak berhasil dalam memenuhi syarat berdasarkan Kode Etik Jurnalistik khususnya poin c dalam pasal 1. Berikut penjabaran mengenai Pasal 1 dalam Kode Etik Jurnalistik :

Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.

Penafsiran

- a. Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers.

- b. Akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa.
- c. Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan yang sama.
- d. Tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain.

Mengenai pemilihan format berita di televisi, Junaedi (2013:27) menjelaskan dalam buku “*Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*”, bahwa pemilihan format pemberitaan yang akan diproduksi dan disiarkan akan dilatarbelakangi oleh berbagai faktor salah satunya adalah momentum terjadinya peristiwa. Sejalan dengan penelitian ini, persepakbolaan Indonesia tengah dalam momentum persiapan klub sepak bola Indonesia dalam menghadapi kompetisi yang kembali bergulir yaitu Gojek-Traveloka Liga 1.

Dalam memberitakan sebuah berita, media dikatakan melakukan konstruksi ketika wartawan atau media melakukan proses pembingkaiian (*framing*) berita setelah nilai berita (*news value*) dan layak berita (*newsworthy*) dipenuhi (Utomo, 2016: 197). Faktanya, GSI mengesampingkan keberimbangan pemberitaan dalam menyoroti persiapan Liga 1 khususnya dari pihak PSSI itu sendiri. Ditambahkan pemilihan format pemberitaan oleh GSI seakan ingin menguatkan opini bahwa GSI sendiri bersikap kontra terhadap keputusan dari PSSI mengenai regulasi dalam Liga 1.

Pembingkaiian sebagai tindakan konstruksi realitas kerap dipengaruhi bias wartawan atau media yang muncul karena banyak faktor. Misalnya saja bias agama, bias teknologi, politik sosial, dan kepentingan ekonomi pemilik media. Dalam konteks pemberitaan mengenai sepak bola, bias juga muncul karena

perbedaan klub-klub yang didukung. Hal itu membuat berita-berita patut dicurigai memiliki motif tertentu di belakangnya (Utomo, 2016:197).

Sebagai contoh, tayangan *Galeri Sepakbola Indonesia* tanggal 12 Maret 2017 dalam Segmen 2 yang berjudul “LIGA BARU MASIH ABU-ABU!!!”, peneliti menemukan ketidakberimbangan pemilihan format berita dalam menampilkan beberapa pihak yang pro dan kontra yakni 2 menit 8 detik untuk format VO-SOT yang isinya didominasi oleh pernyataan dari pihak GSI selaku narator dan hanya 18 detik untuk SOT yang berasal dari pihak PSSI selaku penyelenggara kompetisi. Seolah GSI ingin memperbanyak format berita *voice over – sound on tape* (VO-SOT) dibandingkan *sound on tape* (SOT) untuk menunjukkan keberpihakannya. Padahal menurut Junaedi (2013:31), format berita *Sound on Tape* (SOT) berisi *statement* dari narasumber yang dapat dijadikan keunggulan dari berita. Dengan kata lain, *sound on tape* lebih objektif karena berisi fakta yang disampaikan oleh narasumber yang berkaitan. Junaedi (2013:32) kembali menjelaskan dalam format berita *voice over – sound on tape* (VO-SOT) hanya menampilkan *sound on tape* sekitar 20 detik saja sehingga klarifikasi dari narasumber dibatasi oleh durasi yang diberikan oleh GSI.

Berdasarkan temuan di atas, peneliti menemukan bahwa ada ketidaksamaan porsi durasi penayangan yang diberikan *Galeri Sepakbola Indonesia*. Dalam hal ini, pemilihan format berita tidak memiliki jumlah kesamaan durasi penayangan serta ketidaktepatan GSI dalam memilih format berita untuk menjelaskan sebuah peristiwa. Artinya, *Galeri Sepakbola Indonesia* lebih banyak menayangkan pihak yang bisa dikatakan kontra terhadap kinerja

dari PSSI dalam mempersiapkan kompetisi Liga 1. Dalam hal ini GSI memperbanyak durasi untuk narator dalam menyampaikan berita mengenai klub sepak bola Indonesia.

Penemuan di atas ini pada akhirnya menjadi panduan bagi peneliti untuk melihat lebih jauh bagaimana *Galeri Sepakbola Indonesia* memberitakan klub sepak bola Indonesia. Adapun hasil dari penelitian ini akan menunjukkan elemen berita yang sering digunakan untuk pemberitaan klub sepak bola Indonesia di *Galeri Sepakbola Indonesia*.

Adapun penelitian yang menjadi referensi peneliti adalah penelitian mengenai pemberitaan di media massa yang pernah dilakukan oleh Narayana Mahendra Prastya berjudul *Menolong Klub, Mengecam Suporter, Menjaga Pasar* yang dimuat dalam Jurnal Komunikator Vol.8 No. 2 November 2016. Penelitian tentang Jawa Pos yang mengemas pemberitaan seputar kerusuhan Bonek 4 September 2006 yang diteliti menggunakan analisis framing model Pan & Kosicki. Prastya menyebutkan bahwa berita merupakan hasil dari konstruksi realitas. Dalam melakukan konstruksi realitas, media dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.

Referensi lain yang menjadi rujukan peneliti adalah penelitian yang berjudul “*Komodifikasi Berita Konflik Suporter Sepakbola dalam Jurnalisme Olahraga*” diteliti oleh Fajar Junaedi yang dimuat dalam buku “*Merayakan Sepak Bola: Fans, Identitas dan Media*”. Junaedi (2014: 34) mengatakan bahwa persaingan dalam jurnalisme olahraga semakin terlihat dalam *event* olahraga

besar. Media cetak, media elektronik dan media internet saling bersaing untuk menyajikan berita yang terbaik sehingga menarik minat bagi khalayak sekaligus mampu mengundang minat pemasang iklan untuk memasang iklan dalam ruang iklan yang mereka jual kepada para pengiklan.

Berbeda dengan penelitian-penelitian di atas, peneliti akan memfokuskan pada pemilihan format berita dalam pemberitaan klub sepak bola Indonesia dalam media televisi khususnya dalam program *Galeri Sepakbola Indonesia* yang tayang di Trans 7 menggunakan analisis isi kuantitatif dengan judul “*PEMBERITAAN MENGENAI KLUB SEPAKBOLA INDONESIA DALAM GALERI SEPAKBOLA INDONESIA (Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Mengenai Klub Indonesia dalam Galeri Sepakbola Indonesia Trans 7 edisi Januari– April 2017)*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan pemikiran di atas, maka peneliti dapat menarik sebuah rumusan masalah dalam penelitian adalah “Bagaimana pemberitaan mengenai klub sepak bola Indonesia dalam *Galeri Sepakbola Indonesia* Trans7 edisi Januari – April 2017”.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemberitaan mengenai klub sepak bola Indonesia dalam *Galeri Sepakbola Indonesia* Trans7 edisi Januari – April 2017.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya media televisi dalam melihat pemilihan format dan struktur sebuah berita mengenai klub sepak bola Indonesia dalam program *Galeri Sepakbola Indonesia* Trans 7. Serta penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi para peneliti mengenai metode penelitian dengan analisis isi kuantitatif dalam meneliti pemberitaan di media televisi khususnya penggunaan unsur berita, nilai berita, kategori berita serta format dan struktur berita.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran kepada khalayak tentang penggunaan unsur berita, kategori berita, nilai berita dan format berita yang dipilih oleh *Galeri Sepakbola Indonesia* atau GSI untuk memberitakan klub sepak bola Indonesia. Serta penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi peminat seputar masalah analisis isi dan sepak bola. Dimana sebagai suatu kajian penelitian, hasil penelitian ini diharapkan mampu membentuk kesadaran sosial masyarakat tentang objek pemberitaan GSI yang mendominasi, fokus pemberitaan daerah yang berada di pulau jawa, penggunaan judul yang provokatif serta penggunaan judul yang mengiring opini publik

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Berita (*News*)**

Peristiwa meninggalnya seorang vokalis terkenal, Chris Cornell, diberitakan di berbagai media cetak dan elektronik. Padahal setiap hari, atau bahkan setiap jam, di rumah sakit juga hampir selalu ada yang meninggal dunia. Tapi kenyataannya tidak semua yang meninggal dunia itu diberitakan media massa. Peristiwa ibadah umroh atau pelaksanaan shalat jum'at juga selalu dianggap peristiwa biasa yang tidak menarik untuk diberitakan. Tapi jika yang menjadi pelakunya seorang kepala negara bisa jadi peristiwa yang sangat lumrah itu dapat diangkat menjadi berita.

Peristiwa yang sama dan sudah biasa, tidak berarti bahwa hal itu menempati posisi serta prioritas yang sama di hadapan seorang jurnalis berkenaan dengan kepentingan pemberitaan (Muhtadi, 1999: 108).

Tidak ada rumusan tunggal mengenai definisi dari berita. Bahkan, Earl English dan Clarence Hach dalam Assegaff (1991, 21) menjelaskan:

*“News is difficult to define, because it involve many variable factors.”*  
(memberi batasan atau definisi berita adalah sukar, karena berita mencakup banyak faktor)

Namun demikian, berita lebih mudah untuk dikenali atau diketahui daripada diberikan batasan (definisi). Seorang jurnalis akan mudah untuk menunjukkan mana yang berita, daripada mendefinisikan apa itu berita. Pada kenyataannya dalam kehidupan sehari – hari, ada berbagai peristiwa yang terjadi. Pertanyaan yang muncul yaitu peristiwa atau kejadian apa yang layak disebut sebagai berita (Junaedi, 2013:4).

Junaedi (2013:4) mengilustrasikan manusia menggigit anjing, bukan anjing menggigit manusia. Pernyataan ini berarti bahwa peristiwa anjing menggigit manusia merupakan peristiwa umum atau biasa terjadi, sedangkan manusia menggigit anjing merupakan peristiwa yang di luar kebiasaan. Jadi, berita adalah peristiwa di luar kebiasaan maupun luar biasa yang terjadi.

Tuchman mengatakan bahwa berita bisa diibaratkan sebagai jendela dunia. Dalam pandangan Tuchman, apa yang kita lihat, apa yang kita ketahui dan apa yang kita rasakan mengenai dunia tergantung pada jendela yang kita pakai. Dalam sebuah berita, jendela itulah yang disebut frame. Jadi, berita di media massa adalah realitas yang diciptakan oleh wartawan lewat konstruksi dan sudut pandang tertentu. Berita merupakan hasil konstruksi sosial di mana selalu melibatkan pandangan, ideologi dan nilai-nilai dari wartawan (Tuchman dalam Eriyanto, 2002:04).

Dalam terciptanya berita, ada beberapa proses yang mempengaruhi isi berita itu sendiri. Berikut beberapa proses yang mempengaruhi isi berita yaitu :

#### **a. Nilai Berita**

Nilai berita tersebut menyediakan standar dan ukuran bagi wartawan sebagai kriteria dalam praktek kerja jurnalistik (Eriyanto, 2002: 105). Suatu berita dikatakan berita apabila memiliki nilai berita. Menurut Santana dalam Pramesti (2014: 71-72) nilai berita adalah sesuatu yang memenuhi unsur layak berita. Unsur layak berita ini dibagi menjadi 10 kategori, yakni:

1. *Immediacy/ Timeliness* terkait dengan kesegaran peristiwa yang dilaporkan.
2. *Proximity* terkait dengan kedekatan peristiwa dengan pembaca dalam keseharian mereka.



3. *Consequence* berkaitan dengan peristiwa yang mengandung konsekuensi bagi publik.
4. *Conflict* terkait dengan peristiwa yang mengandung unsur-unsur konflik seperti perang, demonstrasi, kriminal, dan sebagainya.
5. *Oddity* merupakan peristiwa yang tidak biasa terjadi di masyarakat.
6. *Sex* menyangkut peristiwa yang dibubuhi elemen seks.
7. *Emotion/ Human Interest* merupakan peristiwa yang berkaitan dengan empati orang.
8. *Prominence* berkaitan dengan unsur keterkenalan dari *public figure*, tempat, benda, dan sebagainya.
9. *Suspense* berkaitan dengan peristiwa yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat.
10. *Progress* merupakan elemen perkembangan peristiwa yang ditunggu masyarakat.

## **b. Kategori Berita**

Selain nilai berita, hal lain yang menjadi salah satu proses berita yaitu kategori berita. Kategori dipakai untuk membedakan jenis isi berita dan subjek peristiwa yang menjadi berita (Eriyanto, 2002: 109). Menurut Tuchman (dalam Eriyanto, 2002: 108-110) kategori berita dibagi menjadi lima yaitu :

### *1. Hard News*

Menyangkut hal-hal penting yang langsung terkait dengan kehidupan pembacanya. Berita *hard news* memiliki kecenderungan berisi berita yang berkaitan dengan isu-isu yang tengah berkembang.

### *2. Soft News*

Kategori berita ini berhubungan dengan kisah manusiawi. Kategori ini tidak dibatasi dengan waktu.

### 3. *Spot News*

Merupakan subklasifikasi dari *hard news*. Dalam *spot news* peristiwa yang akan diliput merupakan peristiwa yang tidak bisa direncanakan.

### 4. *Developing News*

Seperti *spot news*, berita ini merupakan subklasifikasi dari *hard news*, yang membedakan ialah peristiwa yang masuk dalam kategori *developing news* merupakan bagian dari rangkaian berita yang akan diteruskan pada berita selanjutnya.

### 5. *Continuing News*

Merupakan subklasifikasi dari *hard news*. Peristiwa yang membedakan ialah peristiwa yang bisa diprediksi dan direncanakan. Suatu peristiwa menjadi kompleks dan tidak bisa diduga tetapi mengarah pada suatu tema tertentu.

## c. **Unsur Berita**

Untuk memahami jurnalisme, maka perlu untuk mengetahui tentang unsur berita yang dikenal dengan istilah 5W dan 1H. Unsur- unsur tersebut sebagai berikut (Junaedi, 2013:11-13) :

#### 1. *What* (Apa)

*What* berarti apa yang terjadi atau akan terjadi. Ini berkaitan dengan apa yang akan diberitakan. Dalam jurnalisme, *what* menunjukkan tema apa yang diangkat dalam berita.

## 2. *Who* (Siapa)

*Who* berarti kepada siapa suatu peristiwa itu terjadi atau siapa yang melakukan atau terlibat peristiwa. *Who* harus berkaitan dengan *what* sehingga mampu memberikan informasi yang cukup kepada khalayak sekaligus dapat mendekatkan berita dengan khalayak.

## 3. *Where* (Di mana)

*Where* menunjukkan di mana peristiwa yang diberitakan terjadi. Jika kita membaca kalimat berita, “mahasiswa melakukan unjuk rasa menuntut penurunan menteri yang terlibat korupsi” maka kita belum menemukan informasi yang mencukupi tentang di mana peristiwa tersebut terjadi. Bisa jadi apa yang diberitakan terjadi di lingkungan lokal, nasional, maupun internasional. Dengan demikian dalam berita perlu ada unsur *where* yang memberikan informasi tentang lokasi peristiwa yang dibicarakan.

## 4. *When* (Kapan)

*When* memberi informasi tentang kepastian waktu peristiwa tersebut terjadi. Jika tidak ada unsur ini, khalayak akan kebingungan kapan peristiwa yang diberitakan, apakah sedang terjadi saat diberitakan, kemarin, seminggu yang lalu, sebulan yang lalu atau bahkan setahun yang lalu.

## 5. *Why* (Mengapa)

*Why* memberikan keterangan tentang mengapa peristiwa tersebut terjadi.

## 6. *How* (Bagaimana)

*How* menjelaskan bagaimana peristiwa itu terjadi (Junaedi, 2013: 11-13).

## 2. **Format dan Struktur Berita Televisi**

Sama halnya dengan hidangan menu makanan. Makanan yang sama tetapi diolah dengan menu yang berbeda, maka akan memberikan pilihan dan rangsangan yang lebih, sesuai dengan selera masing-masing. Selain teknik mengolah, cara menghidangkannya juga akan dapat memberikan daya tarik tersendiri. Demikian pula terhadap penyajian sebuah berita di televisi. Bila informasi tersebut dikemas dengan cara yang monoton, maka akan menimbulkan kebosanan sehingga memungkinkan untuk ditinggalkan oleh penonton (Iskandar, 2005:136-137).

Sebagai contoh: berita gempa yang terjadi di Bantul, Yogyakarta dan sekitarnya pada tahun 2006. Awalnya, berita tersebut hanya sebatas teks dan suara saja karena belum ada stok gambar yang mencukupi. Namun setelah ada perkembangan dan pengiriman stok gambar ke ruang redaksi, barulah stasiun televisi menampilkan gambar tentang kondisi yang terjadi di daerah bencana.

Berikut ini adalah format-format berita di televisi menurut Fajar Junaedi (2013: 27-40), antara lain:

### **a. *Reader***

*Reader* merupakan format berita paling sederhana. Format berita ini hanya berbentuk *lead in* yang dibaca oleh presenter.

Kesederhanaan format berita ini ditandai juga dengan tidak adanya gambar dan juga grafik. Umumnya, berita sudah sangat dekat dengan *deadline* atau kejadian penting dengan nilai aktualitas tinggi.

Untuk lebih jelas, berikut ini adalah beberapa kriteria berita yang dapat ditulis dalam bentuk *reader*:

- Berita yang disiarkan sangat aktual.
- Berita memiliki nilai berita sangat penting.
- Berita memiliki implikasi dan dampak besar bagi khalayak.
- Sudah ada kepastian tentang kebenaran berita. Artinya, peristiwa benar-benar terjadi bukan rumor.
- Belum ada ketersediaan gambar, di sisi lain berita mendesak untuk disiarkan.
- Peristiwa yang diberitakan bisa terjadi sebelum tayangan berita atau juga bahkan pada saat program berita ditayangkan (*on air*).
- Berita dapat berkaitan maupun tidak berkaitan dengan berita yang sedang mengudara.
- Durasi tidak lebih dari 30 detik (Junaedi, 2013:28)

#### **b. Voice Over**

*Voice over* atau yang lazim disebut VO adalah format berita televisi yang *lead in* dan tubuh berita secara keseluruhan dibacakan oleh presenter yang bertugas. Saat presenter membaca berita, disisipkan gambar yang isinya sejalan dan serasi dengan berita yang dibacakan oleh presenter.

Dengan demikian, berita dalam bentuk *voive over* dapat dibuat dengan ketentuan sebagai berikut:

- Peristiwa memiliki nilai berita.
- Gambar yang dimiliki kurang dramatis.
- Keterbatasan data yang dimiliki.
- Durasi antara 20-30 detik (Junaedi, 2013:29)

**c. *Natural Sound***

*Natural sound* biasa disingkat dengan *natsound* yang secara harfiah berarti suara lingkungan. Teknik format berita ini adalah dengan tidak menghilangkan suara yang terekam dalam gambar. Ini adalah format pengembangan dari VO, dimana jika dalam VO suara dihilangkan untuk digantikan dengan suara presenter, maka di dalam *natsound*, suara dipertahankan. Tujuan mempertahankan suara ini adalah untuk membangun suasana.

Sebagai contoh: berita tentang perang yang terjadi antara pemberontak Libia dan pendukung Muammar Khadafi di Libia pada 2011. Berita tentang perang yang terjadi antara kedua kelompok ini dibuat dalam format *natsound* dengan mempertahankan suara tembakan meriam dan senjata api dari kedua kubu, sehingga suasana perang tetap terbangun (Junaedi, 2013: 29-30).

**d. *Voice Over – Grafik***

*Voive over – grafik* adalah bentuk berita televisi dimana *lead in* dan tubuh berita dibaca secara keseluruhan oleh presenter secara keseluruhan tanpa ada gambat dari yang berasal dari lokasi kejadian yang diberitakan. Visual yang ditampilkan berupa grafik atau tulisan yang berkaitan tentang kejadian yang diberitakan. *Voice over – grafik* umumnya dilakukan dengan pertimbangan belum ada kiriman gambar dari lokasi kejadian, padahal aktualitas berita sangat bernilai tinggi.

Untuk lebih jelasnya, berita dalam bentuk *voice over* – grafik, dibuat dengan ketentuan sebagai berikut:

- Memiliki nilai berita yang besar.
- Gambar belum tersedia namun memiliki data yang cukup.
- Durasi tidak lebih dari 20 detik (Junaedi, 2013:30).

**e. *Sound on Tape* (SOT)**

*Sound on Tape* atau yang biasa disingkat SOT adalah format berita televisi yang hanya berisi *lead in* dan kemudian disusul *sound bite* dari narasumber. Secara teknis, narasumber membaca *lead in* berita, kemudian disusul dengan pernyataan dari narasumber. Pernyataan dari narasumber inilah yang disebut dengan *sound bite*.

Untuk menentukan berita ditulis dengan format *sound on tape* berupa, maka bisa dilihat dari kriteria berikut ini:

- Peristiwa yang diberitakan memiliki nilai berita.
- *Statement* dari narasumber menjadi keunggulan dari berita. Artinya, *statement* dari narasumber lebih penting jika ditampilkan dalam berita daripada dibuat narasi.
- Jika disusun dalam format lain, pernyataan narasumber menjadi tidak menarik karena tidak utuh.
- Narasumber memberikan *statement* bisa hanya satu orang atau lebih dari satu orang. Jika lebih dari satu orang, pernyataan dari mereka bisa saling bertentangan maupun saling mendukung. Yang penting ada keterkaitan antara masing-masing *statement*.
- Format berita *sound on tape* dibuat dalam rangka pelengkap berita yang sebelumnya maupun bisa berdiri sendiri.
- Durasi *sound on tape* tidak lebih dari 60 detik. Dalam beberapa kasus, durasi ini bisa lebih dari 60 detik jika dianggap memiliki nilai berita yang sangat penting (Junaedi, 2013: 31).

**f. *Voice Over – Sound on Tape (VO-SOT)***

*Voice over – sound on tape (VO-SOT)* adalah bentuk berita televisi berisi campuran antara *voice over (VO)* dan *sound on tape (SOT)*. Secara teknis perpaduan ini dilakukan dengan cara *lead in* dan tubuh berita dibacakan oleh presenter. Lalu di akhir berita dimunculkan *sound bite* dari narasumber sebagai pelengkap dari berita yang telah dibacakan.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini adalah kriteria dari *Voice over – sound on tape*:

- Memiliki nilai berita.
- Tersedia gambar, namun gambar tersebut kurang menarik dan kurang dramatis.
- Ada *statement* dari narasumber (*sound on tape*) yang perlu ditonjolkan dalam rangka melengkapi narasi di akhir berita.
- Durasi tidak lebih dari 60 detik. Durasi 60 detik ini meliputi 40 detik untuk *voice over* dan 20 detik untuk *sound on tape* (Junaedi, 2013:32-33).

**g. *Package (PKG)***

*Package* adalah format berita televisi di mana presenter hanya membacakan *lead in*-nya saja. Isi berita akan ditayangkan secara keseluruhan sebagai *body* berita segera setelah presenter membacakan *lead in*. Jadi, tubuh berita sudah merupakan paket berita yang sebelum ditayangkan telah dikemas menjadi satu kesatuan yang utuh dan serasi antara gambar, narasi, *sound bite*, dan kadang juga grafis. Umumnya tubuh berita dalam format ini diakhiri dengan narasi.



Untuk lebih jelasnya, berikut ini adalah kriteria berita yang dapat dibuat dalam format *package*:

- Nilai berita yang mencukupi dari peristiwa yang terjadi.
- Kelengkapan data yang mencukupi.
- Tersedianya gambar yang dramatis dan menarik.
- Jika dianggap penting: maka reporter dalam muncul (*stand up*) di awal atau di akhir berita.
- Jika memiliki *natural sound*, maka suara tersebut sebaik-nya dimunculkan untuk membangun atmosfer berita agar lebih menarik dan dramatis.
- Durasi tidak lebih dari 150 detik (Junaedi, 2013:33-34)

#### **h. *Live on Cam***

*Live on Cam* adalah bentuk berita televisi yang disiarkan langsung dari lokasi peliputan. Sebelum reporter di lokasi kejadian menyampaikan laporannya tentang peristiwa yang terjadi, presenter terlebih dahulu membacakan *lead in* dan kemudian memanggil reporter lapangan untuk menyampaikan laporan liputannya. Saat reporter menyampaikan laporannya bisa juga disisipi gambar yang relevan dengan peristiwa yang terjadi.

Format berita dalam bentuk *live on cam* dapat dipakai dengan kriteria sebagai berikut:

- Nilai berita dari peristiwa yang diberitakan sangat besar atau luar biasa.
- Peristiwa yang diberitakan masih berlangsung.
- Jika peristiwa telah terjadi, harus dibuktikan dengan gambar-gambar secara langsung. Sebagai contoh: berita tentang letusan gunung berapi dapat ditunjukkan dengan bukti berupa gambar tentang kerusakan yang diakibatkan letusan gunung berapi tersebut.
- Perencanaan liputan yang tertata.
- Durasi tidak tentu panjangnya, artinya durasi disesuaikan dengan kebutuhan (Junaedi, 2013: 34-35).

**i. *Live on Tape (LOT)***

*Live on tape* atau yang biasa disingkat LOT adalah bentuk berita televisi yang produksinya dilakukan dengan merekam langsung di lokasi peristiwa, namun penayangannya ditunda (*delay*). Secara teknis, LOT dilakukan dengan cara sebagai berikut: reporter merekam dan menyusun laporan peliputannya di lokasi peliputan, kemudian penyiarannya dilakukan setelah reporter selesai merekam laporannya.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini adalah kriteria berita yang dibuat dalam format *live on cam*:

- Adanya nilai berita.
- Ingin memperlihatkan kehadiran reporter di lokasi berita untuk menaikkan nilai jual berita ke khalayak.
- Aktualitas diutamakan walaupun siarannya tunda.
- Ada pertimbangan tertentu untuk tidak disiarkan langsung karena biayanya yang mahal.
- Durasi sesuai dengan kebutuhan, namun umumnya lebih pendek durasinya daripada *live on cam* (Junaedi, 2013: 35-36).

**j. *Live by Phone***

*Live by phone* adalah format siaran langsung berita yang disiarkan dari lokasi peristiwa dengan menggunakan telepon ke studio. Urutannya sebagai berikut: presenter membaca *lead in* dan kemudian memanggil reporter di lapangan untuk menyampaikan laporannya. Wajah reporter dimunculkan dalam bentuk grafis, dan umumnya juga bersama grafis lokasi peristiwa. Jika tersedia dapat juga ditampilkan gambar dari rangkaian peristiwa sebelumnya yang masih relevan.

Dengan demikian, berita dalam format ini dapat dibuat dengan kriteria sebagai berikut:

- Memiliki nilai berita, terutama aktualitas yang harus segera disiarkan.
- Tidak memungkinkan melakukan siaran langsung karena pertimbangan teknis.
- Belum adanya ketersediaan gambar, atau gambar sedang dikirim melalui video *streaming* padahal pada saat bersamaan berita harus segera disiarkan.
- Wajah reporter ditampilkan dalam bentuk grafis dengan harapan penonton mengetahui reporter yang sedang *live on phone*.
- Pada saat reporter melakukan reportase bisa di-*insert* gambar yang berhubungan dengan peristiwa atau hanya dalam bentuk grafis saja karena gambar belum tersedia.
- Durasi berkisar antara 40 sampai 60 detik (Junaedi, 2013:36-37).

#### **k. *Phone Record***

*Phone record* adalah format berita televisi yang hampir mirip dengan *live by phone*, di mana reporter meliput langsung di lokasi kejadian hanya dengan merekam suara kemudian penyiarannya dilakukan secara tunda. Format ini terbilang jarang dipilih, dan umumnya jika dipilih didasarkan pada alasan ada perkiraan gangguan teknis secara siaran langsung.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini adalah kriteria dari berita dalam bentuk *phone record*:

- Adanya nilai berita.
- Tidak mungkin disiarkan langsung lewat telepon karena pertimbangan teknis.
- Gambar belum ada atau sedang dikirim melalui *video streaming*.
- Wajah reporter dimunculkan dalam grafis supaya khalayak mengetahui reporter yang berbicara.

- Pada saat repoter melakukan reportase bisa di-*insert* dalam bentuk grafis saja karena gambar belum tersedia.
- Durasi berkisar antara 40 sampai 60 detik (Junaedi, 2013:38).

#### **l. *Visual News***

*Visual news* merupakan format berita televisi yang hanya menayangkan (*rolling*) gambar-gambar yang menarik dan dramatis. Presenter hanya membaca *lead in* kemudian diikuti dengan tayangan gambar-gambar tersebut tanpa ada narasi tambahan yang mengiringinya

Untuk lebih jelasnya, berikut ini adalah kriteria dari *visual news*:

- Ketersediaan gambar yang menarik dan dramatis.
- Ketersediaan gambar ini jika dirangkai dapat bercerita secara kronologis.
- Adanya *natural sound* yang bisa dijadikan atmosfer berita, seperti suara jerita manusia dan tambahan senapan.
- Dibuat untuk melengkapi berita lain yang sejenis yang telah dimunculkan sebelumnya.
- Durasi dapat sampai 180 detik atau sesuai dengan kebutuhan tergantung dengan ketersediaan gambar yang menarik dan dramatis (Junaedi, 2013:38-39).

#### **m. *Vox Populi (Vox Pop)***

*Vox pop* sebenarnya bukan format berita, namun umumnya digunakan untuk melengkapi format berita yang ada. *Vox pop* berarti suara rakyat kebanyakan. Ini dapat berupa komentar masyarakat umum tentang isu tertentu, seperti komentar masyarakat tentang kenaikan harga BBM, kenaikan sembako, dan isuk-isu lain yang berhubungan dengan masyarakat.

Jawaban dari masyarakat yang unik, lucu, lugu dan menarik jika dirangkai akan membuat berita menjadi lebih menarik untuk ditonton

oleh khalayak. Jawaban yang formal justru tidak menarik, jadi sebaiknya mencari narasumber yang bisa memberikan jawaban yang unik, lucu, lugu dan menarik. Durasi *vox pop* tidak lebih dari 60 detik (Junaedi, 2013:39-40).

## **F. Kerangka Konsep**

Berdasarkan kerangka teori di atas, maka definisi kerangka konsep yang muncul dalam penelitian ini adalah konsep tentang format pemberitaan di televisi.

### **1. Berita**

Berita merupakan hasil konstruksi sosial di mana selalu melibatkan pandangan, ideologi dan nilai-nilai dari wartawan (Tuchman dalam Eriyanto, 2002:04).

Pemberitaan di media massa khususnya media televisi memiliki karakter khas jika dibandingkan dengan majalah. Adapun pemberitaan hanya dibatasi pada berita *sport news magazine* mengenai klub sepak bola Indonesia yang ditayangkan di *Galeri Sepakbola Indonesia*. Alasan pemilihan berita-berita *sport news magazine* karena menampilkan sisi lain dari sebuah berita dan tidak memiliki sifat *timeless*.

## **2. Format pemberitaan**

Berita di media televisi dapat diproduksi dalam beragam format atau bentuk. Pemilihan format berita yang akan diproduksi dan disiarkan akan dilatarbelakangi oleh berbagai faktor, diantaranya ketersediaan stok gambar (visual) dari peristiwa yang akan diberitakan, serta perkembangan lanjutan dari peristiwa yang terjadi (Junaedi, 2013:27).

### **G. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang tengah diteliti (Suyanto dan Sutinah, 2005:43). Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Oleh karena ini, rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Darmawan, 2013:120). Hipotesis dari penelitian ini adalah pemberitaan mengenai klub sepak bola Indonesia dalam program *Galeri Sepakbola Indonesia* di Trans 7 edisi Januari – April 2017 yang memiliki kecenderungan untuk menguntungkan beberapa pihak (pemilik media, redaksi berita di GSI dan klub sepak bola Indonesia) dalam memberitakan suatu peristiwa dalam ranah persepakbolaan Indonesia.

Pada tayangan GSI edisi 12 Maret 2017 dalam segmen 2 “LIGA BARU MASIH ABU-ABU!!!”, muncul keberpihakan GSI dalam memberitakan tentang Gojek-Traveloka Liga 1 yakni pengaturan durasi untuk pihak redaksi berita GSI berupa narasi dari narator yang memiliki durasi lebih panjang dengan memilih format berita VO-SOT daripada klarifikasi dari narasumber (PSSI) yang

menggunakan format SOT. Artinya, dengan porsi durasi yang lebih besar media atau dalam kasus ini adalah redaksi GSI memiliki waktu yang lebih banyak untuk memberikan opini-opini baik positif atau negatif mengenai persepakaan Indonesia.

## **H. Definisi Operasional**

Untuk mendapatkan penelitian yang reliabel, maka diperlukan suatu definisi operasional untuk mengetahui indikator-indikator yang akan digunakan dalam penelitian. Berikut adalah indikator dari pemberitaan yang akan digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian.

### **a. Nilai Berita**

1. *Immediacy/ Timeliness* terkait dengan kesegaran peristiwa yang dilaporkan. Apabila setelah 1 minggu kemudian, peristiwa itu sudah basi atau tidak layak untuk ditayangkan.
2. *Proximity* terkait dengan kedekatan peristiwa dengan pembaca dalam keseharian mereka.
3. *Consequence* berkaitan dengan peristiwa yang mengandung konsekuensi bagi publik.
4. *Conflict* terkait dengan peristiwa yang mengandung unsur-unsur konflik seperti perang, demonstrasi, kriminal, dan sebagainya.
5. *Oddity* merupakan peristiwa yang tidak biasa terjadi di masyarakat.
6. *Sex* menyangkut peristiwa yang dibubuhi elemen seks.
7. *Emotion/ Human Interest* merupakan peristiwa yang berkaitan dengan empati orang.

8. *Prominence* berkaitan dengan unsur keterkenalan dari *public figure*, tempat, benda, dan sebagainya.
9. *Suspense* berkaitan dengan peristiwa yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat.
10. *Progress* merupakan elemen perkembangan peristiwa yang ditunggu masyarakat.

## **b. Kategori Berita**

### 1. *Hard News*

Berita mengenai peristiwa yang terjadi saat itu. Kategori berita ini sangat dibatasi oleh waktu dan aktualisasi. Peristiwa yang masuk dalam *hard news* adalah peristiwa yang tidak direncanakan.

### 2. *Soft News*

Kategori berita ini berhubungan dengan kisah manusiawi. Kategori ini tidak dibatasi dengan waktu.

### 3. *Spot News*

Merupakan subklasifikasi dari *hard news*. Dalam *spot news* peristiwa yang akan diliput merupakan peristiwa yang tidak bisa direncanakan.

### 4. *Developing News*

Seperti *spot news*, berita ini merupakan subklasifikasi dari *hard news*, yang membedakan ialah peristiwa yang masuk dalam kategori *developing news* merupakan bagian dari rangkaian berita yang akan diteruskan pada berita selanjutnya.



## 5. *Continuing News*

Merupakan subklasifikasi dari *hard news*. Peristiwa yang membedakan ialah peristiwa yang bisa diprediksi dan direncanakan. Suatu peristiwa menjadi kompleks dan tidak bisa diduga tetapi mengarah pada suatu tema tertentu.

### c. Unsur Berita

#### 1. *What* (Apa)

*What* berarti apa yang terjadi atau akan terjadi. Ini berkaitan dengan apa yang akan diberitakan. Dalam jurnanisme, *what* menunjukkan tema apa yang diangkat dalam berita.

#### 2. *Who* (Siapa)

*Who* berarti kepada siapa suatu peristiwa itu terjadi atau siapa yang melakukan atau terlibat peristiwa. *Who* harus berkaitan dengan *what* sehingga mampu memberikan informasi yang cukup kepada khalayak sekaligus dapat mendekatkan berita dengan khalayak.

#### 3. *Where* (Di mana)

*Where* menunjukkan di mana peristiwa yang diberitakan terjadi. Jika kita membaca kalimat berita, “mahasiswa melakukan unjuk rasa menuntut penurunan menteri yang terlibat korupsi” maka kita belum menemukan informasi yang mencukupi tentang di mana peristiwa tersebut terjadi. Bisa jadi apa yang diberitakan terjadi di lingkungan lokal, nasional, maupun internasional. Dengan demikian dalam

berita perlu ada unsur *where* yang memberikan informasi tentang lokasi peristiwa yang dibicarakan.

4. *When* (Kapan)

*When* memberi informasi tentang kepastian waktu peristiwa tersebut terjadi. Jika tidak ada unsur ini, khalayak akan kebingungan kapan peristiwa yang diberitakan, apakah sedang terjadi saat diberitakan, kemarin, seminggu yang lalu, sebulan yang lalu atau bahkan setahun yang lalu.

5. *Why* (Mengapa)

*Why* memberikan keterangan tentang mengapa peristiwa tersebut terjadi.

6. *How* (Bagaimana)

*How* menjelaskan bagaimana peristiwa itu terjadi.

**d. Format dan Struktur Pemberitaan di Televisi**

**a. *Reader***

Kriteria berita yang dapat ditulis dalam bentuk *reader*:

1. Berita yang disiarkan memiliki nilai aktualitas.
2. Berita memiliki implikasi dan dampak besar bagi khalayak sehingga khalayak mengerti tentang peristiwa tersebut.
3. Sudah ada kepastian tentang kebenaran berita. Artinya, peristiwa benar-benar terjadi bukan rumor.
4. Belum ada ketersediaan gambar, di sisi lain berita mendesak untuk disiarkan.

5. Berita dapat berkaitan maupun tidak berkaitan dengan berita yang sedang mengudara.
6. Durasi tidak lebih dari 30 detik.

**b. *Voice Over***

Kriteria berita yang dapat ditulis dalam bentuk *voive over* :

1. Peristiwa memiliki nilai berita paling sedikit 2 nilai berita.
2. Gambar yang dimiliki tidak memuat ketertarikan dari khalayak: suara tidak jelas terdengar, gambar terlalu banyak gangguan seperti *shaking*, terlalu gelap/terang, dan gambar satu dengan yang lain tidak terdapat keberlanjutan.
3. Keterbatasan data yang dimiliki.
4. Durasi antara 20-30 detik.

**c. *Natural Sound***

Kriteria berita yang dapat ditulis dalam bentuk *voice over* – grafik :

1. Memiliki nilai aktualitas dan *suspense* (peristiwa yang ditunggu-tunggu oleh khalayak.
2. Tidak menghilangkan suara yang terekam untuk menciptakan atmosfer dalam berita.
3. Durasi menyesuaikan dengan panjang video. Umumnya tidak lebih dari 60 detik.

**d. Voice Over – Grafik**

Kriteria berita yang dapat ditulis dalam bentuk *voice over* – grafik

:

1. Memiliki nilai aktualitas berita.
2. Gambar belum tersedia namun memiliki data yang cukup yang ditampilkan dalam bentuk grafik.
3. Durasi tidak lebih dari 20 detik.

**e. Sound on Tape (SOT)**

Kriteria berita yang dapat ditulis dalam bentuk *sound on tape*:

1. Peristiwa yang diberitakan memiliki setidaknya 1 nilai berita atau lebih.
2. *Statement* dari narasumber menjadi keunggulan dari berita. Artinya, *statement* dari narasumber lebih penting jika ditampilkan dalam berita daripada dibuat narasi berupa *voice over* dari narator.
3. Jika disusun dalam format lain, pernyataan narasumber menjadi tidak menarik karena terdapat perubahan kata-kata dari narasumber oleh narator dari redaksi berita.
4. Narasumber memberikan *statement* bisa hanya satu orang atau lebih dari satu orang. Jika lebih dari satu orang, pernyataan dari mereka bisa saling bertentangan maupun saling mendukung. Yang penting ada keterkaitan antara masing-masing *statement*.

5. Format berita *sound on tape* dibuat dalam rangka pelengkap berita yang sebelumnya maupun bisa berdiri sendiri.
6. Durasi *sound on tape* tidak lebih dari 60 detik. Dalam beberapa kasus, durasi ini bisa lebih dari 60 detik jika dianggap memiliki nilai aktualitas berita.

**f. *Voice Over – Sound on Tape (VO-SOT)***

Kriteria berita yang dapat ditulis dalam bentuk *Voice Over – Sound On Tape*:

1. Memiliki sekurang-kurangnya 1 nilai berita atau lebih.
2. Tersedia gambar, namun gambar tersebut kurang menggugah ketertarikan dari khalayak seperti terdapat gambar *shaking*, gambar terlalu gelap/terang, dan gambar tidak terdapat keberlanjutan.
3. Ada *statement* dari narasumber (*sound on tape*) yang perlu ditonjolkan dalam rangka melengkapi narasi di akhir berita.
4. Durasi tidak lebih dari 60 detik. Durasi 60 detik ini meliputi 40 detik untuk *voice over* dan 20 detik untuk *sound on tape*.

**g. *Package (PKG)***

Kriteria berita yang dapat ditulis dalam bentuk *package*:

1. Nilai berita terdiri dari 2 atau lebih.
2. Kelengkapan data yang mencukupi.
3. Tersedianya gambar yang mampu menggugah ketertarikan dari khalayak seperti gambar yang *smooth*, kualitas gambar yang

tidak terlalu terang/gelap, terdapat unsur keberlanjutan sehingga gambar tersebut berkaitan satu dengan yang lain.

4. Jika dianggap penting: maka reporter dalam muncul (*stand up*) di awal atau di akhir berita.
5. Jika memiliki *natural sound*, maka suara tersebut sebaiknya dimunculkan untuk membangun atmosfer berita agar lebih menarik dan dramatis.
6. Durasi tidak lebih dari 150 detik.

#### **h. *Live on Cam***

Kriteria berita yang dapat ditulis dalam bentuk *live on cam* :

1. Terdapat nilai aktualitas berita, *suspense*, dan *oddity*.
2. Peristiwa yang diberitakan masih berlangsung.
3. Jika peristiwa telah terjadi, harus dibuktikan dengan gambar-gambar secara langsung. Sebagai contoh: berita tentang letusan gunung berapi dapat ditunjukkan dengan bukti berupa gambar tentang kerusakan yang diakibatkan letusan gunung berapi tersebut.
4. Durasi tidak tentu panjangnya, artinya durasi disesuaikan dengan kebutuhan. Biasanya tidak lebih dari 150 detik.

#### **i. *Live on Tape (LOT)***

Kriteria berita yang dapat ditulis dalam bentuk *live on cam*:

1. Adanya nilai berita sekurang-kurangnya 2 nilai berita atau lebih.

2. Ingin memperlihatkan kehadiran reporter di lokasi berita untuk menaikkan nilai jual berita ke khalayak.
3. Aktualitas diutamakan walaupun siarannya tunda. Artinya, berita dapat ditayangkan sehari setelah peristiwa terjadi.
4. Durasi sesuai dengan kebutuhan, namun umumnya lebih pendek durasinya daripada *live on cam* atau kurang dari 150 detik.

**j. *Live by Phone***

Kriteria berita yang dapat ditulis dalam bentuk *live by phone* :

1. Memiliki nilai berita, terutama nilai aktualitas yang harus segera disiarkan.
2. Tidak memungkinkan melakukan siaran langsung karena pertimbangan teknis seperti lokasi peristiwa yang terlalu jauh dan tidak bisa dijangkau secepatnya.
3. Belum adanya ketersediaan gambar padahal pada saat bersamaan berita harus segera disiarkan.
4. Wajah reporter ditampilkan dalam bentuk grafis dengan harapan penonton mengetahui reporter yang sedang *live on phone* bisa berupa *video cam* atau *still photo* dari reporter.
5. Pada saat reporter melakukan reportase bisa di-*insert* gambar yang berhubungan dengan peristiwa atau hanya dalam bentuk grafis saja karena gambar belum tersedia.
6. Durasi berkisar antara 40 sampai 60 detik.

#### **k. *Phone Record***

Kriteria berita yang dapat ditulis dalam bentuk *phone record*:

1. Adanya nilai berita sekurang-kurangnya 2 nilai berita.
2. Tidak mungkin disiarkan langsung lewat telepon karena pertimbangan teknis.
3. Gambar belum tersedia.
4. Wajah reporter dimunculkan dalam grafis supaya khalayak mengetahui reporter yang berbicara dapat berupa *video cam* atau *still photo* dari reporter.
5. Pada saat repoter melakukan reportase bisa di-*insert* dalam bentuk grafis saja karena gambar belum tersedia.
6. Durasi berkisar antara 40 sampai 60 detik.

#### **l. *Visual News***

Kriteria berita yang dapat ditulis dalam bentuk *visual news*:

1. Memiliki nilai berita *proximity*, *oddity*, *human interest*, dan *suspense*.
2. Ketersediaan gambar yang mampu menggugah ketertarikan khlayak seperti gambar *smooth*, kualitas gambat tidak terlalu gelap/terang dan terdapat unsur keberlanjutan.
3. Ketersediaan gambar ini jika dirangkai dapat bercerita secara kronologis.
4. Adanya *natural sound* yang bisa dijadikan atmosfer berita, seperti suara jerita manusia dan tambahan senapan.



5. Dibuat untuk melengkapi berita lain yang sejenis yang telah dimunculkan sebelumnya.
6. Durasi dapat sampai 180 detik atau sesuai dengan kebutuhan tergantung dengan ketersediaan gambar yang menarik dan dramatis.

**m. *Vox Populi (Vox Pop)***

Kriteria yang dapat ditulis dalam bentuk *vox pop*:

1. Berita mengenai isu-isu yang berhubungan dengan masyarakat,
2. Terdapat gambar yang berisi *statement* yang unik, lucu, lugu dan menarik dari masyarakat,
3. Durasi tidak lebih dari 60 detik.

**Tabel 1.1**

**Matriks Penelitian**

<b>Kerangka teori</b>	<b>Definisi Konseptual</b>	<b>Definisi Operasional</b>
Berita merupakan hasil konstruksi sosial di mana selalu melibatkan pandangan, ideologi dan nilai-nilai dari wartawan (Tuchman dalam Eriyanto, 2002:04).	<b>1. Nilai Berita</b>  sesuatu yang memenuhi unsur layak berita (Santana dalam Pramesti, 2014: 71)	1. <b><i>Immediacy/ Timeliness</i></b>  Terkait dengan kesegaran peristiwa yang dilaporkan.  2. <b><i>Proximity</i></b>  Terkait dengan kedekatan peristiwa

		<p>dengan pembaca dalam keseharian mereka.</p> <p>3. <b>Consequence</b> Berkaitan dengan peristiwa yang mengandung konsekuensi bagi publik.</p> <p>4. <b>Conflict</b> Terkait dengan peristiwa yang mengandung unsur-unsur konflik seperti perang, demonstrasi, kriminal, dan sebagainya.</p> <p>5. <b>Oddity</b> Peristiwa yang tidak biasa terjadi di masyarakat.</p> <p>6. <b>Sex</b> Menyangkut peristiwa yang dibubuhi elemen</p>
--	--	--

		<p>seks.</p> <p>7. <b><i>Emotion/ Human Interest</i></b></p> <p>Peristiwa yang berkaitan dengan empati orang.</p> <p>8. <b><i>Prominence</i></b></p> <p>Berkaitan dengan unsur keterkenalan dari <i>public figure</i>, tempat, benda, dan sebagainya.</p> <p>9. <b><i>Suspense</i></b></p> <p>Berkaitan dengan peristiwa yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat.</p> <p>10. <b><i>Progress</i></b></p> <p>Elemen perkembangan peristiwa yang ditunggu masyarakat.</p> <p>(Santana dalam Pramesti, 2014: 71-72)</p>
--	--	--

	<p><b>2. Unsur Berita</b></p> <p>Untuk memahami jurnalisme, maka perlu untuk mengetahui tentang unsur berita yang dikenal dengan istilah 5W dan 1H (Junaedi, 2013:11).</p>	<p><b>1. What (Apa)</b></p> <p><i>What</i> berarti apa yang terjadi atau akan terjadi. Ini berkaitan dengan apa yang akan diberitakan. Dalam jurnalisme, <i>what</i> menunjukkan tema apa yang diangkat dalam berita.</p> <p><b>2. Who (Siapa)</b></p> <p><i>Who</i> berarti kepada siapa suatu peristiwa itu terjadi atau siapa yang melakukan atau terlibat peristiwa. <i>Who</i> harus berkaitan dengan <i>what</i> sehingga mampu memberikan informasi yang cukup kepada khalayak sekaligus dapat mendekati</p>
--	--	---

		<p>berita dengan khalayak.</p> <p><b>3. <i>Where</i> (Di mana)</b></p> <p><i>Where</i> menunjukkan di mana peristiwa yang diberitakan terjadi.</p> <p><b>4. <i>When</i> (Kapan)</b></p> <p><i>When</i> memberi informasi tentang kepastian waktu peristiwa tersebut terjadi.</p> <p><b>5. <i>Why</i> (Mengapa)</b></p> <p><i>Why</i> memberikan keterangan tentang mengapa peristiwa tersebut terjadi.</p> <p><b>6. <i>How</i> (Bagaimana)</b></p> <p><i>How</i> menjelaskan bagaimana peristiwa itu terjadi (Junaedi, 2013: 11-13).</p>
--	--	--

	<p><b>3. Kategori Berita</b></p> <p>Kategori dipakai untuk membedakan jenis isi berita dan subjek peristiwa yang menjadi berita (Eriyanto, 2002: 109)</p>	<p><b>1. <i>Hard News</i></b></p> <p>Berita mengenai peristiwa yang terjadi saat itu. Kategori berita ini sangat dibatasi oleh waktu dan aktualisasi. Peristiwa yang masuk dalam <i>hard news</i> adalah peristiwa yang tidak direncanakan.</p> <p><b>2. <i>Soft News</i></b></p> <p>Kategori berita ini berhubungan dengan kisah manusiawi. Kategori ini tidak dibatasi dengan waktu.</p> <p><b>3. <i>Spot News</i></b></p> <p>Merupakan subklasifikasi dari hard news. Dalam spot news</p>
--	---	--

		<p>peristiwa yang akan diliput merupakan peristiwa yang tidak bisa direncanakan.</p> <p><b>4. <i>Developing News</i></b></p> <p>Seperti <i>spot news</i>, berita ini merupakan subklasifikasi dari <i>hard news</i>, yang membedakan ialah peristiwa yang masuk dalam kategori <i>developing news</i> merupakan bagian dari rangkaian berita yang akan diteruskan pada berita selanjutnya.</p> <p><b>5. <i>Continuing News</i></b></p> <p>Merupakan subklasifikasi dari <i>hard news</i>. Peristiwa yang membedakan ialah</p>
--	--	---

		<p>peristiwa yang bisa diprediksi dan direncanakan. Suatu peristiwa menjadi kompleks dan tidak bisa diduga tetapi mengarah pada suatu tema tertentu.</p>
	<p><b>4. Format Berita di Televisi</b></p>	<p><b>1. Reader</b></p> <p>Kriteria yang dapat ditulis dalam bentuk <i>reader</i>: (1) berita yang disiarkan memiliki nilai aktualitas, (2) Berita memiliki implikasi dan dampak besar bagi khalayak sehingga khalayak mengerti tentang peristiwa tersebut, (3) sudah ada kepastian tentang kebenaran berita, (4)</p>



		<p>belum ada ketersediaan gambar, (5) peristiwa yang diberitakan bisa terjadi sebelum tayangan berita <i>on air</i>, (6) durasi tidak lebih dari 30 detik.</p> <p><b>2. <i>Voice Over</i></b></p> <p>Kriteria yang dapat ditulis dalam bentuk <i>voice over</i>: (1) peristiwa memiliki nilai berita paling sedikit 2 atau lebih, (2) gambar yang dimiliki tidak memuat ketertarikan dari khalayak: suara tidak jelas terdengar, gambar terlalu terang/gelap, dan gambar tidak</p>
--	--	--

		<p>terdapat keberlanjutan, (3) keterbatasan data yang dimiliki, (4) durasi antara 20-30 detik.</p> <p><b>3. <i>Natural Sound</i></b></p> <p>Kriteria yang dapat ditulis dalam bentuk <i>natural sound</i>: (1) tidak menghilangkan suara yang terekam dalam gambar, (2) memiliki nilai berita <i>timeliness</i> dan <i>suspense</i>, (3) durasi 20-30 detik.</p> <p><b>4. <i>Voice Over – Grafik</i></b></p> <p>Kriteria yang dapat ditulis dalam bentuk <i>voice over – grafik</i>: (1) memiliki nilai berita <i>timeliness</i>, (2) gambar belum tersedia namun</p>
--	--	---

		<p>memiliki data yang cukup, (3) durasi tidak lebih dari 20 detik.</p> <p><b>5. <i>Sound on Tape (SOT)</i></b></p> <p>Kriteria yang dapat ditulis dalam bentuk <i>sound on tape</i>: (1) peristiwa yang diberitakan memiliki setidaknya 1 nilai berita atau lebih, (2) <i>statement</i> dari narasumber menjadi keunggulan dari berita, (3) jika disusun dalam format lain, pernyataan narasumber menjadi tidak menarik, (4) narasumber memberikan <i>statement</i> bisa hanya satu orang atau lebih, (5) format berita <i>sound on tape</i></p>
--	--	--

		<p>dibuat dalam rangka pelengkap berita yang sebelumnya maupun dapat berdiri sendiri, (6) durasi <i>sound on tape</i> tidak lebih dari 60 detik.</p> <p><b>6. <i>Voice Over – Sound on Tape (VO-SOT)</i></b></p> <p>Kriteria yang dapat ditulis dalam bentuk <i>voice over – sound on tape</i>: (1) memiliki 1 nilai berita atau lebih, (2) tersedia gambar, namun gambar tersebut kurang menggugah ketertarikan dari khalayak, (3) ada <i>statement</i> dari narasumber yang perlu ditonjolkan dalam melengkapi narasi di</p>
--	--	--

		<p>akhir berita, (4) durasi tidak lebih dari 60 detik (biasanya 40 VO, 20 SOT)</p> <p><b>7. <i>Package</i> (PKG)</b></p> <p>Kriteria yang dapat ditulis dalam bentuk <i>package</i>: (1) nilai berita terdiri dari 2 atau lebih, (2) kelengkapan data yang mencukupi, (3) tersedianya gambar yang mampu menggugah ketertarikan dari khalayak, (4) jika dianggap penting: maka reporter muncul di awal atau di akhir berita, (5) jika memiliki <i>natural sound</i>, sebaiknya</p>
--	--	---

		<p>dimunculkan untuk membangun atmosfer berita, (6) durasi tidak lebih dari 150 detik.</p> <p><b>8. <i>Live on Cam</i></b></p> <p>Kriteria yang dapat ditulis dalam bentuk <i>live on cam</i> : (1) terdapat nilai aktualitas berita, <i>suspense</i>, dan <i>oddity</i>, (2) peristiwa yang diberitakan masih berlangsung, (3) jika peristiwa telah terjadi, harus dibuktikan dengan gambar-gambar secara langsung, (4) durasi tidak tentu panjangnya, disesuaikan dengan kebutuhan.</p> <p><b>9. <i>Live on Tape (LOT)</i></b></p> <p>Kriteria yang dapat</p>
--	--	---

		<p>ditulis dalam bentuk <i>live on tape</i>: (1) adanya 2 nilai berita atau lebih, (2) ingin memperlihatkan kehadiran reporter di lokasi berita, (3) aktualitas diutamakan, (4) durasi sesuai dengan kebutuhan, namun umumnya lebih pendek daripada <i>live on cam</i>.</p> <p><b>10. <i>Live by Phone</i></b></p> <p>Kriteria yang dapat ditulis dalam bentuk <i>live by phone</i>: (1) memiliki nilai berita, terutama nilai aktualitas yang harus segera disiarkan, (2) tidak memungkinkan melakukan siaran</p>
--	--	--

		<p>langsung karena pertimbangan teknis, (3) belum adanya ketersediaan gambar, (4) wajah reporter ditampilkan dalam bentuk grafis, (5) menyisipkan grafis ketika reporter melakukan reportase, (6) durasi berkisar 40-60 detik.</p> <p><b>11. Phone Record</b></p> <p>Kriteria yang dapat ditulis dalam bentuk <i>phone record</i>: (1) adanya nilai berita sekurang-kurangnya 2 nilai berita, (2) tidak mungkin disiarkan langsung karena pertimbangan teknis, (3) gambar belum</p>
--	--	---



		<p>tersedia, (4)</p> <p>menyisipkan grafis</p> <p>ketika reporter</p> <p>melakukan reportase,</p> <p>(5) durasi berkisar 40-60 detik.</p> <p><b>12. <i>Virtual News</i></b></p> <p>Kriteria yang dapat ditulis dalam bentuk <i>virtual news</i>: (1)</p> <p>memiliki nilai berita <i>proximity, oddity, human interest,</i> dan <i>suspense,</i> (2)</p> <p>ketersediaan gambar jika dirangkai dapat bercerita secara kronologis, (3) adanya <i>natural sound,</i> (4)</p> <p>dibuat untuk melengkapi berita lain yang sejenis yang telah dimunculkan</p>
--	--	---

		<p>sebelumnya, (5) durasi dapat sampai 180 detik atau sesuai dengan kebutuhan.</p> <p><b>13. Vox Populi (Vox Pop)</b></p> <p>Kriteria yang dapat ditulis dalam bentuk <i>vox pop</i>: (1) berita mengenai isu-isu yang berhubungan dengan masyarakat, (2) terdapat gambar yang berisi jawaban unik, lucu, lugu dan menarik dari masyarakat, (3) durasi tidak lebih dari 60 detik.</p> <p>(Junaedi, 2013: 28-40)</p>
--	--	---

## I. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian Analisis Isi Kuantitatif. Analisis ini adalah sebuah teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis dan deskriptif dari isi komunikasi yang tampak (*manifest*).

Sedangkan menurut Neuendorf (2002) dalam Juditha, 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 (Juditha, 2013:148).

Kuantitatif merupakan sebuah metode untuk menjelaskan sebuah permasalahan yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Menurut Kriyantono dalam buku *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, peneliti lebih mementingkan keleluasaan data, di mana data-data merupakan representasi dari keseluruhan populasi (Kriyantono, 2008:55).

Dalam analisis isi kuantitatif peneliti diharuskan untuk tetap bersikap objektif, sistematis dan terstruktur dalam proses penelitiannya. Di mana peneliti harus menjaga jarak dengan subyek penelitiannya dengan tidak mengikutsertakan analisis dan interpretatif yang bersifat subjektif. Peneliti pun tidak membuat batasan konsep maupun alat ukur sendiri, melainkan harus objektif dan batasan konsep serta alat ukurnya memenuhi prinsip reabilitas dan validitas (Kriyantono, 2008:55-56).

Salah satu ciri penting dari penelitian analisis isi adalah objektif. Peneliti tidak boleh melakukan campur tangan di dalam penelitian, entah itu dalam bentuk bias, keberpihakan, atau kecenderungan tertentu, untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi dengan apa adanya. Dimana hasil dari analisis isi harus benar-benar mencerminkan isi teks yang diteliti bukan akibat dari subjektivitas. Maka dari itu, analisis isi kuantitatif menurut para ahli, merupakan suatu teknik penelitian yang bertujuan untuk membuat inferensi secara valid dengan memperhatikan aspek-aspek objektif, sistematis, dan deskripsi kuantitatif dari pesan teks yang tampak (Eriyanto 2011:16).

Untuk mencapai aspek-aspek tersebut, hal terpenting yang harus diperhatikan adalah apakah pesan yang diteliti tersebut merupakan pesan yang tampak (*manifest*). Sebab jika peneliti menilai pesan yang tidak tampak (*latent*), sangat mungkin terjadi penilaian yang subjektif, tidak reliabel (peneliti yang berbeda dapat jadi menafsirkan isi pesan yang berbeda), dan tidak replikabel (penelitian yang sama diulang dan hasil penafsiran dapat jadi tidak berlaku untuk situasi dan kondisi tertentu) (Eriyanto, 2011:19).

Analisis isi didesain untuk mendapatkan sebuah perhitungan media performance yang terukur dan terverifikasi terhadap isi pesan yang manifest, dengan menganalisis tatanan denotatif penanda (*signification*). Analisis isi sangat baik bila digunakan dalam skala besar, semakin besar unit analisis, semakin akurat data yang akan diperoleh. Berelson dalam McQuail mendefinisikan analisis isi sebagai teknik penelitian untuk uraian yang objektif, sistematis, dan kuantitatif dari pengejawantahan isi komunikasi

(McQuail, 1992:179). Kemudian satu lagi yang sependapat dengan Berelson, Kerlinger juga menyatakan bahwa analisis isi merupakan metode analisis yang sistematis, objektif dan kuantitatif (McQuail, 1992:192)

Analisis isi dirancang untuk menghasilkan perhitungan yang objektif, terukur dan teruji atas isi pesan yang nyata (*manifest content of message*). Analisis isi menganalisis tatanan pertandaan yang bersifat denotatif. Analisis isi berfungsi paling baik dalam skala besar: makin banyak yang dianalisis, makin akurat analisisnya. Analisisnya berjalan melalui identifikasi dan perhitungan unit-unit terpilih dalam sebuah sistem komunikasi. Jadi, apabila peneliti menonton semua drama televisi dalam rentang waktu tertentu dan menghitung jumlah penggambaran pria dan wanita, maka peneliti akan menemukan penggambaran pria dan wanita adalah 2:1. Itulah analisis isi. Unit analisis bisa berupa apa saja yang menarik minat peneliti, kriteria utamanya adalah bahwa unit analisis tersebut harus mudah diidentifikasi dan muncul dalam intensitas frekuensi tertentu sehingga dapat dihitung dengan metode statistik agar dianggap valid (Fiske, 2012: 223).

## 2. Populasi dan Sampel

Menurut Eriyanto (2011), populasi adalah semua anggota dari objek yang ingin kita ketahui isinya. Populasi harus didefinisikan secara jelas agar anggota dari populasi dapat ditentukan secara cermat. Populasi yang telah ditentukan dan didefinisikan ini disebut sebagai populasi sasaran (*target population*).

Dalam penelitian ini digunakan jenis populasi sensus. Jumlah data yang akan dianalisis adalah berita tentang persiapan klub Indonesia dalam menghadapi kompetisi Gojek-Traveloka Liga 1 yang ditayangkan dalam *Galeri Sepakbola Indonesia* di stasiun televisi Trans 7, dengan jumlah total 17 tayangan berita yang ada berdasarkan data yang masing-masing terdiri dari 3 segmen per 1 tayangan berita. Berikut Tabel 1.2 mengenai daftar berita yang akan diteliti:

**Tabel 1.2 Daftar Berita Mengenai Klub Sepak Bola Indonesia dalam Galeri Sepakbola Indonesia Edisi Januari – April 2017.**

<b>Edisi</b>	<b>8 Januari 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	(1.1) PR Yang Tak Kunjung Selesai, (1.2) Hanya Dewa Yang Tahu.
	<b>2</b>	(2.1) “Gaji Pemain”, Besar Pasak Daripada Tiang, (2.2) Dimulai, Musim Berburu Pemain, (2.3) Ke Mana Nasib Persebaya dan Arema Berujung?
	<b>3</b>	Closing
<b>Edisi</b>	<b>15 Januari 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	Mengkrititisi “GBHN” PSSI, Menata Sepakbola dari Kongres, (1.2) Kembalinya Persebaya dan Enam Klub
	<b>2</b>	Persib, “Agama” Bagi Warga Bandung
	<b>3</b>	(3.1) Riuh Pasar Pemain, (3.2) Andik Vermansyah, Pasca Operasi Andik Mulai Membaik (3.3) Selamat Jalan Achmad Kurniawan, (3.4) Closing
<b>Edisi</b>	<b>22 Januari 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	Zaenal Arief, Peran Baru Si Duta Pajak
	<b>2</b>	(2.1) Aktifitas Transfer Macan Kemayoran, (2.2) Aktifitas Transfer, (2.3) Luis Milla, Bukan Jaminan, (2.4) Zulham & Zulvin, Umrah Bareng Keluarga

		Besar
	<b>3</b>	Closing
<b>Edisi</b>	<b>29 Januari 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	Strategi Jitu Benahi Sepakbola!
	<b>2</b>	(2.1) Dilema Macan Kemayoran Menatap Kompetisi, (2.2) Optimis Pasang Target Juara, (2.3) Aktifitas Transfer, (2.4) Pemain Muda Unjuk Gigi?
	<b>3</b>	Closing
<b>Edisi</b>	<b>5 Februari 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	(1.1) Regulasi Liga 1, Pembatasan Usia, Pantaskah?, (1.2) Reuni Hati Pesepakbola, Tren “CLBK” Ala Lapangan Hijau
	<b>2</b>	(2.1) Sea Games 2017, Generasi Emas Piala AFF, (2.2) Piala Presiden, Gemilang Hadiah Sang Juara,
	<b>3</b>	(3.1) Kabar Daerah, Aksi Necis Sinaga, (3.2) Kabar Daerah, Iwan Besut Bajul Ijo, (3.3) Selamat Ulang Tahun Indra Sjafri, (3.4) Patung Ramang Berdiri Kokoh.
<b>Edisi</b>	<b>12 Februari 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	Tim Nasional, Perlu Tidaknya Naturalisasi
	<b>2</b>	(2.1) TIMNAS: Main Indah Ala Tiki-Taka, Ah...., (2.2) Kabar Daerah, Bajul Ijo Punya Pemilik Baru, (2.3) Kabar Daerah, IB Mundur dari Arema FC, (2.4) Kabar Daerah, Milla Datang, Rangkaing Indonesia Melonjak, (2.5) Kabar Daerah, Jokowi Bermain Futsal, (2.6) Menpora Rayakan Hari Pers Nasional, (2.7) Aktifitas Transfer
	<b>3</b>	Closing
<b>Edisi</b>	<b>19 Februari 2017</b>	
<b>Judul Berita</b>	<b>1</b>	(1.1) Nilai Kontrak, Menerka Mahar Persepakbola, (1.2) Kembalinya Generasi Emas (1.3) i Gede

<b>(Per Segmen)</b>		Sukadana, Alasan Pulang ke Kampung Halaman.
	<b>2</b>	(2.1) Kabar Daerah, Punggawa Persija Absen Pilkada, (2.2) Kabar Daerah, Bina Taruna Datangkan Pelatih FC Tokyo, (2.3) Kabar Daerah, Harapan Besar Bali United, (2.4) Bepe dan Utina Dukung Tim AIA Indonesia Jadi Juara.
	<b>3</b>	Closing
<b>Edisi</b>	<b>26 Februari 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	(1.1) Timnas Memanggil Pulang “Legiun Asing”, (1.2) Geliat Seleksi Tim Nasional, (1.3) Febri Haryadi, Memupuk Tekad Sejak Dini.
	<b>2</b>	(2.1) Gian Zola, Evan Dimas “Kiblat” Bakat Muda, (2.2) Generasi Emas, Sumber Inspirasi Peserta Seleksi, (2.3) Kabar Daerah, Alarm PSSI Bernama Kompetisi?, (2.4) Kabar Daerah, Strategi Bajul Ijo Menggoda Sponsor, (2.5) Kabar Daerah, Sulit Cari Dana, Persija dilego?, (2.6) Kabar Daerah, Lagi, Klub Lalai Lunasi Gaji, (2.7) Kabar Daerah, Ezra Gelisah Menanti Jokowi
	<b>3</b>	Closing
<b>Edisi</b>	<b>5 Maret 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	(1.1) Timnas U-22, Mengintip Racikan Negeri Matador, (1.2) Saddil Ramdani, Jalan Panjang Dari Kampung Roda.
	<b>2</b>	(2.1) Timnas U-19, Berjuang Mengangkat Harkat & Martabat, (2.2) Kursus Kepelatihan, Mereka Mengejar Lisensi, (2.3) Abdul Rahman, Amunisi Baru PSM Makassar?, (2.4) Kabar Daerah, Persija, Siapa Mau Beli?, (2.5) Kabar Daerah, Absen Demi Tim Nasional
	<b>3</b>	Closing
<b>Edisi</b>	<b>12 Maret 2017</b>	
<b>Judul Berita</b>	<b>1</b>	(1.1) Seleksi Timnas U-22, Ujian Terakhir Calon Garuda Muda, (1.2) Seleksi Timnas U-22, Prediksi Pasukan Inti, (1.3) Ryuji Utomo, Petik Ilmu Seleksi



<b>(Per Segmen)</b>		Timnas, (1.4) Yabes & Terens, Antara Persahabatan dan Persaingan.
	<b>2</b>	(2.1) Liga Baru Masih Abu-Abu!!!, (2.2) Kabar Daerah, Tiga Wakil Indonesia di Kompetisi Asia, (2.3) Kabar Daerah, Seleksi Tim Nasional U-19, (2.4) Kabar Daerah, Menang, Perseru Tetap Dikritik, (2.5) Kabar Daerah, Bolos Ujian Demi Timnas.
	<b>3</b>	Closing
<b>Edisi</b>	<b>19 Maret 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	(1.1) Michael Essien, Mesin Uang dan Mesin Permainan, (1.2) Dimulai Kempes dan Milla.
	<b>2</b>	(2.1) Riwayat Hitam Sang Juru Pengadil, (2.2) Otavio Dutra, Melamar Jadi WNI, (2.3) Juragan Baru Persija, Agar Tak Jadi Menara Gading, (2.4) Kabar Daerah, Freeport Tinggalkan Persipura, (2.5) Langkah Awal Menuju Tim Impian, (2.6) Harga Tiket Indonesia Kontra Myanmar.
	<b>3</b>	Closing
<b>Edisi</b>	<b>26 Maret 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	(1.1) Regulasi Liga, Aturan Atau Paksaan?, (1.2) Tim Nasional, Debut Tak Mengenakkan, (1.3) Siapa Setelah Ezra?.
	<b>2</b>	(2.1) Membangkitkan Tidur Laskar Kalinyamat, (2.2) Adam Lis, Mimpi yang Terwujud, (2.3) Kabar Daerah, Gairah Baru Bajul Ijo, (2.4) Kabar Daerah, Laskar Jaka Samudra Keok, (2.5) Kabar Daerah, Kaos Essien Laris Manis, (2.6) Kabar Daerah, Sriwijaya FC Pecat Pelatih, (2.7) Kabar Daerah, Veve Seleksi Ratusan Bakat Futsal.
	<b>3</b>	Closing
<b>Edisi</b>	<b>2 April 2017</b>	
<b>Judul Berita</b>	<b>1</b>	Utak-Atik Aturan Cara PSSI, (1.2) Persib Melabrak Batasan Gaji, (1.3) Adebayor dan Sissoko Segera

<b>(Per Segmen)</b>		Merumput.
	<b>2</b>	(2.1) Ke Spanyol, Pasukan Garuda Akan Berguru, (2.2) Pak Polisi Merapat ke Persija.
	<b>3</b>	Closing
<b>Edisi</b>	<b>9 April 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	(1.1) Fasilitas Pemain, Beda Kasta, Beda Rasa, (1.2) Dua Wajah Marquee Player
	<b>2</b>	(2.1) Verifikasi Klub, Saatnya BOPI Tak Kompromi, (2.2) Tim Nasional U-19, Bakat Mewah Hiasi Seleksi, (2.3) Tim Nasional U-22, Gaya Necis Pasukan Garuda, (2.4) Kabar Daerah, Persija Imbangi Tim Nasional U-22, (2.5) Kabar Daerah, Mutiara Hitam Tahan Juku Eja, (2.6) Kabar Daerah, Bajul Ijo Mulai Konsisten, (2.7) Kabar Daerah, PS TNI Pamer Pasukan Baru, (2.8) Kabar Daerah, Bobotoh Sesaki Stadion Siliwangi, (2.9) Kabar Daerah, Modal Berharga Arema FC.
	<b>3</b>	Closing
<b>Edisi</b>	<b>16 April 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	(1.1) Liga 1, Termahal & Termewah Kualitas?, (1.2) Tunggakan Gaji, Lagu Usang Selalu Terulang.
	<b>2</b>	(2.1) Marquee Player, Mempertanyakan Kualitas Marquee Player, (2.2) Target Besar Maung Bandung, (2.3) Angkat Senjata Ala Prajurit Bhayangkara FC, (2.4) Persebaya, Kostum Unik Motif Kulit Buaya, (2.5) Launching Persegres Santuni Anak Yatim, (2.6) Kabar Daerah, Logo Baru Semangat Baru, (2.7) Persipura, Suntikan Sponsor & Bomber Brazil, (2.8) 30 Tim SSB Bersaing Panas
	<b>3</b>	Closing
<b>Edisi</b>	<b>23 April 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	KITAS, Hukum Yang Lagi-lagi Dilabrak
	<b>2</b>	Gurita Bisnis Si Empunya Maung

	<b>3</b>	(3.1) Gunawan Dwi Cahyo, Doa & Harapan Hari Ulang Tahun, (3.2) Bagas & Hanif, Serdadu Muda Pasukan Garuda, (3.3) Closing
<b>Edisi</b>	<b>30 April 2017</b>	
<b>Judul Berita (Per Segmen)</b>	<b>1</b>	(1.1) Balada “Marquee Player” Dadakan, (1.2) Menakar Kualitas Marquee Player.
	<b>2</b>	Menanti Jatah Uang Tayang
	<b>3</b>	Closing

### 3. Objek Penelitian

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah keberimbangan pemberitaan mengenai klub sepak bola Indonesia yang ditayangkan di *Galeri Sepakbola Indonesia* yang disiarkan oleh stasiun televisi Trans7.

### 4. Unit Analisis

Secara umum unit analisis dibagi kedalam tiga bagian besar, yaitu unit sampel (*sampling units*), unit pencatatan (*recording units*), dan unit konteks (*context units*). Unit sampel adalah bagian dari objek yang dipilih oleh peneliti untuk dipahami. Lewat unit sampel, peneliti secara tegas menentukan masa ini (*content*) yang akan diteliti dan mana yang tidak diteliti (Eriyanto, 2011:61). Peneliti menetapkan unit sampel dalam penelitian ini berupa berita dengan pemberitaan klub sepak bola Indonesia yang dijadikan pembahasan dalam tayangan *Galeri Sepakbola Indonesia Trans 7* edisi Januari – April.

Unit pencatatan adalah bagian dari isi yang menjadi dasar dalam pencatatan dan analisa. Isi dari suatu teks mempunyai unsur yang harus

didefinisikan sebagai dasar peneliti dalam melakukan pencatatan. Dalam unit pencatatan terdapat beberapa jenis diantaranya yaitu unit fisik, unit sintaksis, unit referensial, unit proporsional serta unit tematik. Peneliti dalam menentukan jenis unit pencatatan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan unit sintaksis. Dalam unit sintaksis, peneliti menghitung frekuensi dari unit bahasa (kata, kalimat) yang ada dalam teks untuk setiap segmen dari berita yang ditayangkan oleh *Galeri Sepakbola Indonesia*.

“Unit sintaksis adalah analisis yang menggunakan elemen atau bagian bahasa dari suatu isi. Elemen ini sangat tergantung kepada jenis teks. Untuk bahasa tertulis (berita, iklan baris, novel, buku pelajaran), unit bahasa ini dapat berupa kata, kalimat dan anak kalimat. Untuk bahasa gambar (film, sinetron, film kartun, dan iklan televisi), bahasa ini dapat berupa potongan adegan (*scene*) dan sebagainya”. (Eriyanto, 2011:71)

Sementara unit konteks adalah apa yang diberikan peneliti untuk memahami atau memberi arti pada hasil pencatatan. Unit konteks dalam penelitian ini telah dijelaskan dalam definisi operasional.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan teks-teks berita yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data kuantitatif. Adapun beberapa bentuk teknik yang peneliti gunakan adalah dokumentasi dan data berdasarkan pengkoder *coding sheet*.

Melalui teknik dokumentasi, peneliti mengumpulkan data utama yaitu arsip pemberitaan (*sport news magazine*) berupa video di *Youtube Channel Galeri Sepakbola Indonesia Trans 7*. Sedangkan melalui data pengkoder *coding sheet*, peneliti mengumpulkan hasil pengkodean oleh dua

pengkoder berdasarkan pertanyaan dengan beberapa pilihan jawaban sesuai unit analisis.

#### 6. Teknik Analisa Data

Pertama-tama, teknik analisis data untuk kepentingan penelitian ini peneliti lakukan dengan melakukan pengkodean teks berita yang menjadi objek penelitian. Pengkodean ini dilakukan oleh dua pengkoder termasuk peneliti sendiri. Adapun masing-masing pengkoder melakukan pencatatan yang sama berdasarkan batasan yang ada dalam definisi operasional. Jika semakin tinggi hasil pengkodean, maka dapat dipastikan bahwa semakin reliabel pula hasil yang didapat.

Selanjutnya, hasil pengkodean yang telah diisi melalui lembar *coding sheet* oleh pengkoder, peneliti pindahkan dalam tabel yang disusun berdasarkan frekuensi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tabulasi silang. Tabulasi silang adalah tabel di mana memasukkan dua atau lebih variabel. Peneliti menghubungkan dan menyajikan dua atau lebih variabel (Eriyanto, 2011:306).

#### 7. Reliabilitas

Reliabilitas menilai sejauh mana suatu disain penelitian dan data yang dihasilkan merepresentasikan variasi-variasi yang ada dalam gejala yang sebenarnya dan bukan sekedar merepresentasikan keadaan pengukuran yang tidak ada hubungannya seperti kekhasan para analisis individual dan bias tersembunyi dari sebuah prosedur (Krippendorff, 1991: 205-206).

Tes reliabilitas wajib digunakan untuk menguji data yang diperoleh. Tes reliabilitas ini dilakukan beberapa pihak yaitu peneliti dan seorang hakim sebagai pengkoding. Tujuan tes reliabilitas ini untuk menguji tingkat konsistensi pengukuran dan objektivitas penelitian. Penghitungan reliabilitas ini akan diuji menggunakan rumus yang ditemukan oleh Ole R. Holsti yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

CR : *Coefisien Reliability* (Koefisien Reliabilitas).

M : Jumlah pernyataan yang disetujui dua orang pengkode.

N1+N2: Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh kedua pengkode.

(Sumber: Eriyanto, 2011: 290)

Dimana M adalah jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh masing-masing *coder*), N1 adalah jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1, dan N2 adalah jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 2. Reliabilitas bergerak antara 0 hingga 1, dimana 0 berarti tidak ada satupun yang disetujui oleh para *coder* dan berarti persetujuan sempurna di antara *coder*. Makin tinggi angka, makin tinggi pula angka reliabilitas. Dalam formula Holsti, angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya, kalau hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas di atas 0,7, berarti alat ukur ini benar-benar reliabel. Sama dengan persentase persetujuan, reliabilitas Holsti ini juga harus dipakai untuk semua kategori yang digunakan. Hasil dari reliabilitas dari masing-masing kategori ini ditampilkan dalam laporan (Eriyanto, 2011: 290).

Untuk menguji keobjektifitasannya, maka dalam penelitian ini akan dilakukan oleh dua pihak yaitu peneliti dan orang lain. Dalam pemilihan pengkoder 2, peneliti menentukan persyaratannya sebagai berikut: (1) Mahasiswa/Sarjana Ilmu Komunikasi UMY, (2) mendapatkan nilai A dalam matakuliah MPK 1 (Kuantitatif), (3) mempunyai latar belakang dalam kajian Ilmu Komunikasi. Pengkoder 2 dalam penelitian ini yaitu Mohamad Nurul Pamungkas karena Pamungkas memenuhi kriteria sebagai pengkoder sesuai dengan syarat yang peneliti tentukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assegaff, Djafar H. (1991). *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosadakarya
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Fachrudin, Andi. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Halid, Nurdin. (2009). *Membangun Sepakbola Indonesia Modern: Menuju Industri Sepakbola dan Pentas Dunia*. Jakarta: PSSI.
- Iskandar, Deddy. (2005). *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: Remaja Rosadakarya
- Junaedi, Fajar. (2013). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Junaedi, Fajar. (2014). *Merayakan Sepak Bola: Fans, Identitas dan Media*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Krippendorff, Klaus. (1991). *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kuper, Simon dan Stefan Szymanski. (2009). *Soccernomics*. New York: Nation Books.
- Lanang, Achmad. (2016). *Sepak Bola, Teknologi Komunikasi, dan Identitas Sepak Bola: dalam Sirajudin Hasbi dan Ferry Triadi Sasono [ed], Sepakbola 2.0*. Yogyakarta: Fandom.
- McQuail, Denis. (1992). *Media Performance*. New Delhi: Sage Publications.
- Mubarok. (2014). *Olahraga, Media, dan Audiens: Olahraga dalam Masyarakat Tontonan; dalam Fajar Junaedi [ed], Sport, Komunikasi dan Audiens*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Muhtadi, Asep Saeful. (1999). *Jurnalistik: Pendekatan Teori & Praktik*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.



- Pramesti, Olivia Lewi. (2014). *Olahraga, Media, dan Audiens: Persepektif Media Lokal dalam Meliput Isu Olahraga; dalam Fajar Junaedi [ed], Sport, Komunikasi dan Audiens*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Rahman, Fajar. (2014). *Profesionalisme dan Transparansi Semu Sepak Bola Indonesia: dalam Sirajudin Hasbi dan Ferry Triadi Sasono [ed], Sepakbola 2.0*. Yogyakarta: Fandom.
- Setiawan, Lukas Deni. (2014). *Bola-Bola Global: Hak siar Sepak Bola dan Spasialitas Media di Indonesia: dalam Fajar Junaedi [ed], Sport, Komunikasi dan Audiens*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Sukmono, Filosa Gita. (2014). *Komodifikasi Penggemar Sepak Bola di Televisi (Melihat Momen Decoding pada Siaran Piala Dunia 2014) : dalam Fajar Junaedi [ed], Sport, Komunikasi dan Audiens*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Surakhmad. (1990). *Metode Penelitian Praktis*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Utomo, Wisnu Prasetya. (2016). *Media, Sepak Bola, dan Kekerasan Suporter: dalam Sirajudin Hasbi dan Ferry Triadi Sasono [ed], Sepakbola 2.0*. Yogyakarta: Fandom.
- Wahyudi, J.B. (1991). *Komunikasi Jurnalistik (Pengetahuan Praktis Kewartawanan, Surakabar-Majalah, Radio&Televisi*. Bandung: Penerbit Alumni.

### **Artikel Online**

- Admin. (2017). *Daftar Juara Liga Indonesia*. (<https://www.mantapbola.com/bola-indonesia/daftar-juara-liga-indonesia>) : diakses pada tanggal 11 September 2017 pada pukul 13:08 WIB)
- Ari. DP. (2015). *Rating Televisi Piala Presiden Terbilang Dahsyat*. ([http://www.topskor.id/detail/9571/sign\\_up.html](http://www.topskor.id/detail/9571/sign_up.html)) : diakses tanggal 8 Mei 2017 pukul 16.00 WIB
- Bram, Aloysius. (2016). *Menarasikan Sepakbola Ala Layar Kaca*. (<http://www.remotivi.or.id/amatan/292/Menarasikan-Sepakbola-Ala-Layar-Kaca>) : diakses tanggal 5 Mei 2017 pukul 23:05 WIB.
- Glenniza, Dex. (2017). *Salary Caps dan Sepakbola yang Sulit Berjodoh*. (<http://www.panditfootball.com/klasik/208217/DGA/700101/salary-cap-dan-sepakbola-yang-sulit-berjodoh>) : diakses tanggal 7 Agustus 2017 pukul 00.40 WIB

Hasbi, Sirajudin. (2014). *Jejak Sepak Bola dalam Media*.

(<http://www.pindai.org/2014/11/18/jejak-sepak-bola-dalam-media>) : diakses tanggal 5 Mei 2017 pukul 23:14 WIB.

Putra, Gerry. (2016). *Sejarah Kompetisi Sepakbola di Indonesia: Dari Masa Pra-Kemerdekaan hingga (menuju) Liga Profesional*.

(<https://www.fourfourtwo.com/id/features/sejarah-kompetisi-sepakbola-di-indonesia-dari-masa-pra-kemerdekaan-hingga-menuju-liga> : diakses tanggal 11 September 2017 pukul 13:15 WIB)

### **Jurnal**

Juditha, Christiany. (2013). *Akurasi Berita dalam Jurnalisme Online (Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal Berita Detiknews)*. Jurnal Pekomnas, Vol. 16 No. 3 Halaman 145-154.

Prastya, Narayana Mahendra. (2016). *Menolong Klub, Mengecam Suporter, Menjaga Pasar*. Jurnal Komunikator Vol.8 No. 2 November 2016.