

## Minim Informasi Cara Memilih

### Hasil Pemantauan Berita Pemilu di Media Cetak Periode 5-30 Januari 2009 Institut Studi Arus Informasi (ISAI)

*Pemilu 2009 menggunakan cara memilih baru dengan menandai surat suara. Ada kekhawatiran suara tidak sah akan meningkat karena masyarakat salah memberi tanda. Media tidak banyak mengangkat bagaimana cara memilih yang baru. Media lebih banyak mengangkat peluang kalah-menang bakal calon presiden. Agenda masyarakat dalam pemilu pun tidak banyak yang terangkat. Media lebih banyak terhanyut dengan agenda kampanye partai politik.*

Pemilu legislatif 2009 tinggal dua bulan lagi. Tapi, banyak masyarakat yang masih belum memahami bagaimana tata cara memilih yang diterapkan dalam pemilu kali ini. Republika, 29 Desember 2009 memuat berita berjudul “Pemilih Banyak Yang Tidak Mencentang”. Berita itu memberitakan survei Formappi di Jawa Barat dan Jakarta menunjukkan 21 persen masyarakat belum mengetahui tata cara memilih dalam pemilu 2009. Padahal dua daerah yang disurvei ini relatif dekat dengan sumber informasi. Kita dapat membayangkan bagaimana dengan daerah lain yang jauh dari sumber informasi.

Temuan Formappi ini menguatkan kekhawatiran meningkatnya golput akibat banyaknya suara yang tidak sah dalam pemilu 2009. Sebagai perbandingan, pada saat pemilu legislatif 2004 jumlah golput sebanyak 34.537.995 atau 23,34 persen. Jumlah ini terdiri dari pemilih terdaftar yang tidak menggunakan haknya sebanyak 23.580.030 dan jumlah suara yang tidak sah sebanyak 10.957.925 (Litbang Kompas).

**Tabel 1: Jumlah Golput Pada Pemilu 2004**

Identifikasi	Jumlah
Jumlah penduduk	216.948.359
Pemilih terdaftar	148.000.369
Pemilih terdaftar yang tidak menggunakan hak	23.580.030
Pemilih terdaftar yang menggunakan hak	124.420.339
Suara tidak sah	10.957.225
Golput	34.537.955

*Sumber: Litbang Kompas*

Kekhawatiran di atas tampaknya tidak berlebihan. Media massa masih sangat minim dalam memberitakan informasi tentang tata cara memilih ini. Monitoring pemberitaan pemilu ISAI di media cetak periode 5-30 Januari 2009 menemukan hanya 5 berita yang memberitakan tentang pendidikan pemilih dan 94 pemberitaan tentang sosialisasi pelaksanaan pemilu (lihat tabel 2 tema berita). Ini salah satu temuan monitoring berita pemilu di sebelas media cetak yang terbit di Jakarta, yaitu Indo Pos, Jurnal Nasional, Kompas, Koran Tempo, Media Indonesia, Rakyat Merdeka, Republika, Seputar Indonesia, Sinar Harapan, Suara Karya, Suara Pembaruan, Majalah Tempo dan Majalah Gatra.

Pemberitaan masalah tata cara memilih itu pun hanya kritikan dari pengamat politik. Media tidak mengagendakan secara khusus tentang tata cara memilih di bilik suara pada pemilu mendatang. Pemberitaan kritikan itu diberitakan oleh *Suara Karya*, 10 Januari 2009, *Masyarakat Pedesaan Kesulitan dengan Sistem Contreng*. *Suara Karya* melalui pengamat politik dari Universitas Gajah Mada, Cornelis Lay, MA mengkritik tentang pendidikan pemilih yang kurang tentang tata cara sistem pemilihan di bilik suara pada pemilu legislatif nanti. Cornelis mengatakan masyarakat pedesaan akan menghadapi kendala dengan sistem pemilihan legislatif berbasis pemilihan individu calon melalui cara mencontreng nama.

Padahal media massa khususnya TV telah menjadi sumber informasi pemilu bagi masyarakat. Koran Sindo (2 Januari 2009) menyebutkan 60 persen masyarakat memperoleh informasi tentang kontestan pemilu dari televisi, 22 % persen memperoleh informasi dari koran/majalah/tabloid serta radio 3 %.

**Tabel 2. Tema Berita Pemilu di Media Cetak, 5-30 Januari 2009**

Tema Berita	Indo Pos	Jurnal Nasional	Kompas	Koran Tempo	Media Indonesia	Rakyat Merdeka	Republika	Seputar Indonesia	Sinar Harapan	Suara Karya	Suara Pembaruan	Majalah TEMPO	Majalah GATRA	Total
Tahapan Pelaksanaan Pemilu	24	20	24	16	10	26	22	31	26	21	9	1	4	234
Rekam Jejak Peserta Pemilu	54	15	18	17	23	54	15	36	20	19	18	3	4	296
Pelaksanaan Kampanye	22	3	9	2	10	13	7	11	2	4	2	1	0	86
Sosialisasi Pelaksanaan Pemilu	11	10	16	2	3	19	6	4	6	13	3	0	1	94
Logistik Pemilu	10	15	8	16	15	19	10	13	11	14	13	1	0	145
Dana Kampanye	13	4	4	6	4	14	7	8	3	10	2	0	0	75
Pelanggaran Pemilu termasuk tindakannya	24	13	7	16	5	32	7	10	23	9	5	1	0	152

Pendidikan Pemilih	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	5
Survei Pemilu	14	6	8	4	6	22	5	6	5	7	4	1	3	91
Sistem Pemilu	37	30	34	24	23	74	32	50	34	37	20	2	0	397
Persaingan antar parpol	18	1	5	5	5	20	8	8	3	5	5	0	1	84
Peluang Bakal Calon Presiden	36	5	18	13	15	45	10	21	21	11	24	2	0	221
Dinamika internal Parpol	41	11	14	17	9	77	27	46	28	17	24	3	0	314
Peluang Caleg	45	4	10	2	13	37	9	25	11	11	5	0	0	172
Kinerja KPU	3	1	1	0	1	2	2	1	3	2	4	1	0	21
Kinerja Bawaslu	3	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Golput	4	2	5	1	3	4	2	2	1	4	1	0	0	29
Koalisi Partai	0	1	3	4	1	2	1	1	0	2	0	0	0	15
Keamanan pemilu	0	1	0	0	0	3	1	0	0	2	0	0	0	7
Netralitas TNI dalam pemilu	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1	0	0	0	5
Lainnya	12	5	9	3	7	18	2	12	8	8	5	0	0	89
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>147</b>	<b>194</b>	<b>148</b>	<b>156</b>	<b>482</b>	<b>173</b>	<b>286</b>	<b>208</b>	<b>198</b>	<b>144</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>2536</b>

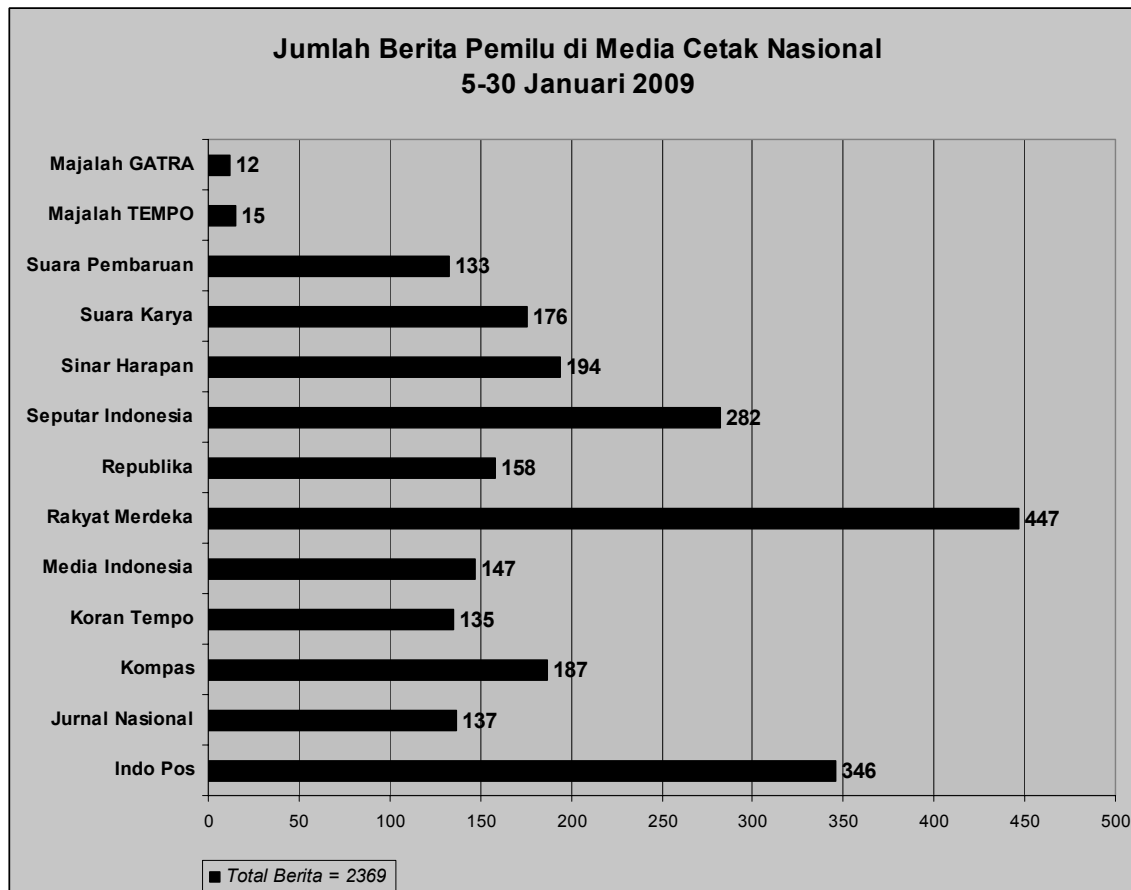
*Keterangan: Dalam satu berita ada yang lebih dari satu tema*

### Media Terlenu Pemain Politik Lama

Kebingungan masyarakat bukan hanya pada soal tata cara memilih. Masyarakat mungkin banyak belum mengenal partai-partai yang akan berlaga dalam pemilu 2009. Namun, banyaknya partai pada pemilu kali ini tentu tidak mudah untuk cepat dikenal di kalangan masyarakat. Waktu dua bulan ini bukanlah waktu yang banyak untuk lebih mengenal partai-partai itu, apalagi partai-partai baru. Salah satu pengenalan partai itu adalah lewat media massa, lewat pemberitaan maupun iklan-iklan politik.

Tapi apa yang terjadi pada pemberitaan di media massa? Pengenalan partai-partai baru sangat jarang dilakukan, partai politik yang lama mendominasi pemberitaan. Selama pemberitaan pemilu di sebelas media cetak periode 5-30 Januari 2009, dari 2369 berita yang ada, partai-partai baru cenderung sedikit diberitakan, hanya partai-partai besar dan tokoh politik lama yang selalu mengisi pemberitaan saat itu.

Sangat disayangkan memang. Masyarakat yang semakin dibingungkan dengan banyaknya partai pemilu 9 April mendatang, bahkan jauh lebih banyak daripada partai peserta pemilu 2004 sebanyak 24 partai, namun sedikit informasi tentang partai-partai baru.



Memang tidak bisa dipungkiri, sering munculnya partai besar ataupun tokoh politik lama di media massa menjadi daya tarik tersendiri. Keberadaan basis massa partai atau tokoh politik yang besar dan kuat, sangat mempengaruhi pemberitaan mereka diangkat di media massa. “Keterbatasan sumber daya manusia serta alat juga sangat mempengaruhi pengambilan berita untuk diliput. Apalagi untuk televisi, untuk alat, biayanya sangat mahal karena televisi sangat tergantung pada gambar,” kata Shanti Ruwyastuti, Wakil Pemimpin Redaksi Metro TV saat mengikuti *Focus Group Discussion* tentang kriteria pemantuan media yang diselenggarakan ISAI, 15 Desember 2008.

Partai-partai besar yang sering diangkat media cetak selama periode itu antara lain; Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Golkar, Partai Demokrat, Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Sementara partai baru yang sering diberitakan karena adanya tokoh politik lama di dalamnya seperti Partai Hanura pimpinan Wiranto dan Partai Gerindra pimpinan Prabowo Subianto. Hal ini bisa dilihat dari banyak narasumber yang dikutip media cetak yang selama periode 5-30 Januari ini lebih banyak dari kalangan partai yaitu 1146 kutipan narasumber.

Seperti contoh pemberitaan “*PKB-PDIP All Out Pertahankan Basis*” di Seputar Indonesia, 6 Januari 2009 mengangkat tentang Jawa Timur merupakan daerah basis PKB sejak pemilu 1999-2004. Selain itu daerah ini juga menjadi basis nasionalis sejak Soekarno, karena itu PDIP akan total mempertahankan suara pada pemilu 2009.

Ada pula pemunculan nama Sutiyoso, mantan Gubernur DKI Jakarta, yang santer mengajukan diri menjadi calon presiden. Pemberitaan Sutiyoso ini tidak lepas dari rekam jeaknya ketika menjadi Gubernur DKI Jakarta. *Indo Pos*, 10 Januari 2009, *Suara Sutiyoso Hanya 15 Persen* memberitakan rekam jejak Sutiyoso melalui pendapat Cipta Lesmana, pengamat politik dari Universitas Pelita Harapan. Dalam pemberitaan itu, menurut Cipta Lesmana, langkah Sutiyoso alias Bang Yos untuk menjadi capres 2009 diprediksi tidak bakal mantap. Apalagi tak sedikit yang mencitrakan Bang Yos gagal dalam memimpin DKI Jakarta.

**Tabel 3. Sumber Berita Pemilu di Media Cetak, 5-30 Januari 2009**

Sumber Berita	Indo Pos	Jurnal Nasional	Kompas	Koran Tempo	Media Indonesia	Rakyat Merdeka	Republika	Seputar Indonesia	Sinar Harapan	Suara Karya	Suara Pembaruan	Majalah TEMPO	Majalah GATRA	Total
KPU	69	44	54	45	38	77	45	62	50	53	32	5	3	577
Bawaslu	47	25	21	21	21	50	15	31	24	24	11	0	1	291
Peneliti/Pengamat	28	18	25	3	26	77	26	24	30	30	18	0	2	307
Akademisi/Pejabat Perguruan Tinggi	5	5	16	2	11	13	9	7	10	4	2	0	0	84
LSM	48	24	35	16	31	70	48	53	35	37	30	1	6	434
Partai Politik	185	42	78	64	67	245	69	169	76	72	63	10	6	1146
Pemerintah	15	28	25	24	20	35	11	25	18	21	11	1	0	234
Lembaga Negara	10	5	8	4	6	6	4	7	3	4	4	0	3	64
DPR	13	14	33	5	19	40	21	20	18	28	16	3	1	231
Kepolisian/Kejaksaan Agung	6	11	7	7	9	12	10	12	8	10	4	0	1	97
Masyarakat Biasa	6	2	5	1	3	11	2	2	6	2	1	0	1	42
Pelajar/Mhsw	1	0	1	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	5

Ormas Keagamaan/Kepemudaan/Kemahasiswaan	15	4	4	4	3	11	5	9	10	10	4	1	0	80
Bakal Calon Presiden/wapres	13	0	14	9	9	18	6	17	6	6	7	1	0	106
Caleg DPD	2	0	0	1	0	2	0	0	0	0	1	0	0	6
DPD	2	1	2	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	9
Asosiasi Profesi	1	0	1	0	2	6	1	0	2	2	2	0	0	17
Pengusaha	0	0	0	4	1	0	0	3	0	0	2	0	0	10
Tim Sukses Bakal Calon Presiden	3	0	1	2	1	4	0	3	1	1	3	0	0	19
Lembaga Survei	2	0	2	0	1	4	0	0	0	1	0	0	0	10
TNI	1	0	1	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	5
Lainnya	2	1	1	1	0	6	2	5	0	3	1	0	0	22
<b>Total</b>	<b>474</b>	<b>224</b>	<b>334</b>	<b>213</b>	<b>268</b>	<b>689</b>	<b>275</b>	<b>453</b>	<b>298</b>	<b>309</b>	<b>213</b>	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>3796</b>

Keterangan: Dalam satu berita ada yang lebih dari satu narasumber

Sering munculnya partai memang karena periode Januari ini adalah kampanye tertutup bagi partai peserta pemilu. Namun, banyak partai pun sudah anjang-ancang untuk mencalonkan tokoh mereka untuk diusung menjadi calon presiden mendatang. Hal ini membuat media saat ini terlena dengan hingar bingar yang dilakukan oleh partai-partai yang punya basis besar dan tokoh-tokoh politik lama. Tengok saja manuver Megawati yang merupakan calon tunggal presiden dari PDIP, untuk mencari pendamping sangat gencar dilakukan. Pilh-pilih pendamping ini lebih giat lagi ketika rakernas PDIP dilakukan pada akhir Januari ini, meski PDIP belum memutuskan siapa pendamping tetap Megawati nanti.

Pemberitaan ini seperti diangkat oleh *Seputar Indonesia*, 26 Januari 2009, *Bakal Cawapres Antusias*, yang menceritakan tentang DPP PDIP telah menginventarisasi sejumlah tokoh bakal pendamping Megawati. Setidaknya ada lima tokoh yang masuk dalam nominasi, yaitu Sri sultan HB X, Hidayat Nur Wahid, Wiranto, Akbar Tandjung dan Prabowo Subianto. *Koran Tempo* pun pada 27 Januari 2009, berjudul *Mega-Buwono Kian Berkibar*, menceritakan manuver Megawati seperti berpacu dengan waktu menjelang pemilu presiden Juli mendatang. Megawati kian gencar mendekati tokoh yang berpeluang mendampinginya.

Pemberitaan semacam ini banyak menghiasi pada tema peluang bakal calon presiden yang diangkat sebanyak 221 kali, dan dinamika internal parpol sebanyak 314 kali. Mega-Buwono kian berkibar

### Isu Kesejahteraan dan Gender : Bahan Kampanye Partai Politik

Banyaknya narasumber dari kalangan partai politik membuat pemberitaan mengangkat bahan kampanye partai politik menjadi agenda media. Isu kesejahteraan masyarakat miskin dan isu gender paling banyak diangkat oleh media. Media massa menonjolkan isu kesejahteraan masyarakat miskin sebanyak 38 berita dan 35 berita untuk isu gender.

Dari pantauan pemberitaan pemilu periode 5-23 Januari 2009 ini, media cetak mengangkat isu kesejahteraan masyarakat miskin yang diusung oleh PDIP yaitu berfokus pada sembako murah untuk masyarakat. Seperti diangkat oleh *Suara Pembaruan*, 13 Januari 2009, "*Kader PDI-P Diminta Perjuangkan Sembako Murah*", *Indo Pos*, 13 Januari 2009, "*Perjuangkan Sembako Murah*", dan *Rakyat Merdeka*, 14 Januari 2009, "*Caleg PDIP Harus Perjuangkan Sembako Murah*". Ketiga media ini menggunakan narasumber Megawati Soekarnoputri, Ketua Umum PDIP, yang memperjuangkan terjangkaunya sembako murah bagi masyarakat.

**Tabel 4. Isu-Isu Publik yang Diangkat Media Cetak menjadi Agenda Pemilu, 5-30 Januari 2009.**

Isu-isu publik yang diangkat media mjd agenda pemilu	Indo Pos	Jurnal Nasional	Kompas	Koran Tempo	Media Indonesia	Rakyat Merdeka	Republika	Seputar Indonesia	Sinar Harapan	Suara Karya	Suara Pembaruan	Total
Isu Korupsi	1	3	1	0	1	2	3	1	3	1	2	18
Isu Lingkungan	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	3
Isu Pendidikan	3	0	0	0	1	0	0	1	1	1	2	9
Isu Kesehatan	2	0	0	0	0	3	0	1	0	1	0	7
Isu Kesejahteraan masy miskin/pengentasan kemiskinan	4	1	5	2	4	13	1	7	5	3	5	50
Isu Penegakan HAM	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Isu Gender	5	1	5	3	4	9	4	6	8	2	4	51
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>29</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>13</b>	<b>140</b>

Bila dilihat dari contoh pemberitaan itu, media massa terhanyut untuk mengangkat bahan kampanye partai politik untuk dijadikan agenda media. Media sangat kurang untuk mengangkat secara khusus isu-isu publik sendiri yang dikaitkan dengan pemilu. Bahan kampanye partai politik yang dijadikan agenda media ini memperlihatkan media terlena dengan apa yang diangkat oleh partai-partai berbasis besar atau tokoh politik lama, dibandingkan dengan membuat agenda media tersendiri dikaitkan apa yang dibutuhkan masyarakat saat ini.

**Tabel 5. Penggambaran Media Terhadap Peserta Pemilu, 5-30 Januari 2009**

Penggambaran media thd peserta pemilu	Indo Pos	Jurnal Nasional	Kompas	Koran Tempo	Media Indonesia	Rakyat Merdeka	Republika	Seputar Indonesia	Sinar Harapan	Suara Karya	Suara Pembaruan	Majalah TEMPO	Majalah GATRA	Total
Positif	18	7	6	4	16	36	22	26	11	11	12	0	0	169
Negatif	30	17	16	10	10	94	24	28	17	8	14	2	1	271
Netral	298	113	165	121	121	317	112	228	166	157	106	13	11	1928

### Citra Negatif untuk Parpol dan Tokoh Politik

Masa sebelum pemilu legislatif digelar adalah masa untuk mendapatkan pencitraan baik di mata masyarakat. Pencitraan yang baik itulah bisa berimbas untuk pertimbangan bagi masyarakat untuk memilih April nanti, dan media massa sebagai salah satu media untuk mendapatkan citra itu, berperan untuk membentuk pencitraan itu.

Media massa berprinsip; *bad news is a good news*. Prinsip inipun mengakibatkan efek citra negatif di pemberitaan pemilu, terutama bagi peserta pemilu tahun ini. Pemberitaan yang bercitra negatif ini berjejer seperti tentang pelanggaran pemilu, konflik internal partai, persaingan antar parpol ataupun rekam jejak partai maupun tokoh politik. Rakyat Merdeka, surat kabar politik harian terbitan Jakarta ini mendominasi pemberitaan citra negatif dalam berita pemilu. Jumlahnya terpaut jauh dengan citra positif yang diberikan untuk peserta pemilu, 36 berita untuk penggambaran positif, dan 94 berita untuk penggambaran negatif.

Seperti berita berjudul *Pasang Spanduk di Masjid, Patrialis Akbar dipolisikan, Rakyat Merdeka 29 Januari 2009* yang menceritakan Patrialis Akbar, calon DPD, dilaporkan kepada polisi karena diduga melakukan pelanggaran kampanye dengan menempelkan atribut spanduk di masjid. Pemberitaan tentang tokoh politik juga tergambar negatif untuk Sultan Hamengkubuwono di *Rakyat Merdeka, 28 Januari 2009* berjudul *Sultan Sudah Membelot, Lepaskan saja dari Golkar*. Berita ini menurunkan narasumber petinggi-petinggi Golkar seperti Ketua Umum Golkar Jusuf Kalla, Ketua DPP Golkar Muladi, Ketua Bappilu Golkar Hardi Susio yang tidak suka dengan kegiatan Sultan yang sering bersama petinggi partai Banteng. Para petinggi Golkar ini menilai Sultan tak pantas lagi dinaungi beringin, karena Raja Yogya itu keseringan bersama dengan petinggi Banteng, sehingga dianggap membelot.

Lebih seru lagi perang politik antara Megawati Soekarnoputri dan Susilo Bambang Yudhoyono. Dua tokoh politik yang pernah menjadi kandidat presiden di pilpres 2004 ini saling menjatuhkan dengan pernyataan saling sindir. Berita di *Rakyat Merdeka, 28 Januari 2009* berjudul *Capres Saling Sindir, Mega: SBY Main Yoyo, Orang SBY : Mega Main Sirkus* menunjukkan pencitraan negatif bagi Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Dalam berita ini, dimunculkan tentang kebijakan pemerintah Susilo Bambang Yudhoyono tentang harga Bahan Bakar Minyak (BBM) yang dianggap oleh Megawati naik turun seperti mainan yoyo. Sementara ada yang menilai untuk Megawati ketika menjadi pemimpin, Megawati selalu diam laksana patung.

Penggambaran media positif maupun negatif ini tentu akan bisa melihat bagaimana kecenderungan media itu bersikap kepada pihak tertentu. Tengok saja Junar Nasional tentang pemberitaan perang politik Mega-SBY. Berbeda dengan Rakyat Merdeka yang mengkritik SBY, di Junal Nasional ini, kritik Megawati terhadap SBY dianggap karena Megawati panik dalam persaingan politik legislatif maupun pilpres mendatang. *Jurnal Nasional 28 Januari 2009* mengangkat judul *Demokrat: Megawati Panik*. Dalam berita ini mengangkat berita tentang Partai Demokrat menilai kritik Ketum PDIP Megawati Soekarnoputri yang menyebutkan pemerintah menjadikan rakyat seperti permainan anak-anak yoyo dalam menurunkan harga BBM menunjukan kepanikan. Berita ini hanya menurunkan sumber sepihak, dari Partai Demokrat saja, yaitu Ketua DPP Partai Demokrat Anas Urbaningrum dan Sekretaris Fraksi Partai Demokrat di DPR Sutan Bhatogana.

Penggambaran media ini baik positif maupun negatif, lebih sering berimbas pada kualitas berita. Seperti berita Jurnal Nasional di atas, pemberitaan tentang perang politik antara Mega – SBY itu tidak menggunakan cover both side, artinya pihak Megawati dalam berita di Jurnal Nasional itu tidak ditampilkan. Dan lebih parahnya lagi, cek dan ricek berita untuk membuktikan kebenaran berita itu tidak diupayakan oleh wartawan terkait.

Dan sangat menarik dari temuan penelitian ini adalah cek dan ricek berita yang dilakukan wartawan sangat minim dilakukan oleh hampir semua media cetak yang diteliti, perbandingannya pun sangat jauh terpaut (Lihat tabel 5). Pemberitaan yang kurang cek dan ricek ini bisa diartikan bahwa media kurang upaya untuk mencari kebenaran dari informasi yang diperolehnya. Akhirnya media hanya mengangkat masalah permukaan saja, tanpa ada usaha untuk mendalami masalah itu. Ini membuktikan bahwa media pada periode 5-30 Januari 2009 ini masih terhanyut pada masalah yang diangkat para partai besar atau ucapan tokoh-tokoh politik saja.

**Tabel 6. Kualitas Berita Pemilu di Media Cetak, 5-30 Januari 2009**

Kualitas Berita	Indo Pos	Jurnal Nasional	Kompas	Koran Tempo	Media Indonesia	Rakyat Merdeka	Republika	Seputar Indonesia	Sinar Harapan	Suara Karya	Suara Pembaruan	Majalah TEMPO	Majalah GATRA	Total
<b>Cover Both Side</b>														
Ada	132	66	101	72	71	223	73	144	72	87	56	8	8	1113
Tidak	214	71	86	63	76	224	85	138	122	89	77	7	4	1256
<b>Cek and Ricek</b>														
Ada	89	32	73	29	56	139	17	77	64	75	45	9	6	711
Tidak	257	105	114	106	91	308	141	205	130	101	88	6	6	1658
<b>Penggunaan sumber anonim</b>														
Ada	6	0	3	4	2	5	0	1	4	1	3	2	2	33
Tidak	340	137	184	131	145	442	158	281	190	175	130	13	10	2336