

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Seiring dengan berjalannya waktu, kebutuhan manusia akan informasi terus meningkat. Informasi yang diperoleh dari pemberitaan dalam media massa sangat beragam dan dimungkinkan dapat memberikan pengaruh yang berbeda kepada tiap individu di dalam masyarakat. Hal ini berkaitan dengan fungsi media massa yang memberikan informasi dan fakta. Tiap individu tentu mempunyai kebutuhan yang berbeda dalam keinginannya memperoleh informasi.

Teknologi yang berkembang sangat pesat sekarang ini, memberikan perubahan pola kebutuhan dari setiap individu. Di masa lalu, barangkali masyarakat telah merasa cukup ketika mendapatkan informasi melalui media cetak maupun media elektronik (penyiaran audio dan penyiaran audio visual). Seiring berjalannya waktu, kebutuhan masyarakat akan informasi semakin meningkat, terlebih informasi terkini atau *up to date*, yang dapat diperoleh dengan cepat dan praktis. Kecil kemungkinan media cetak maupun media elektronik (penyiaran) dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Hal inilah yang membuka peluang bagi media online untuk bersaing dengan media lainnya, karena media online mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi yang dapat diakses lebih cepat, fleksibel dan praktis. Media online bisa dikatakan sebagai media 'generasi ketiga' setelah media cetak dan media elektronik.

Media online ini memanfaatkan keberadaan jaringan internet di dalam penggunaannya. Misalnya, surat kabar Media Indonesia membuat *website* sendiri yaitu *mediaindonesia.com*, supaya para pembaca lebih mudah, cepat, praktis dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Keberadaan media online ini juga memicu munculnya portal berita yang tidak mempunyai versi cetak ataupun siaran, misalnya *okezone.com*, *detik.com*, dan lain-lain.

Dalam penelitian ini, media informasi yang akan diteliti adalah media online yang merupakan salah satu dari media massa. Penulis meneliti fungsi media massa, dalam hal ini yang dipilih adalah *otomotifnet.com*, untuk mengetahui fungsi media apa yang terdapat dalam pemberitaan di media *otomotifnet.com*.

Otomotifnet.com merupakan media online yang menyediakan segala macam informasi yang berkaitan dengan otomotif. Mulai dari informasi berbagai macam event yang bertemakan otomotif, ada juga informasi mengenai jual-beli kendaraan, info tips dan trik tentang kendaraan, bahkan info modifikasi dari penggemar otomotif juga terpampang di situs ini. Sehingga bisa dijadikan referensi atau panduan bagi penggemar otomotif yang membacanya.

Pada *otomotifnet.com* terdapat berita mengenai pergelaran akbar *Indonesia International Motor Show 2013 (IIMS 2013)*. Pergelaran ini merupakan salah satu event otomotif yang berskala internasional yang sudah diadakan di Indonesia sejak tahun 1986. Acara ini berlangsung setiap tahun dan melibatkan berbagai jenis dan merk otomotif dari berbagai negara, dan selalu berhasil menarik pengunjung. Pada berita tanggal 29 September 2013, *otomotifnet.com* mencatat pergelaran akbar ini menyedot 318 ribu pengunjung.

Pada 19 September 2013 hingga 29 September 2013, Indonesia International Motor Show yang ke-21 kembali diadakan dan berhasil menarik ribuan pengunjung dan menjual hampir 20 ribu unit mobil (otomotifnet.com, 29 September 2013). Dalam pergelaran ini juga, seluruh produsen mobil menampilkan teknologi terbaru yang mereka buat untuk menambah kecanggihan dan kekuatan mobil. Oleh sebab itu, pameran otomotif ini serentak menjadi sorotan media massa yang ada di Indonesia, salah satunya otomotifnet.com. Acara ini menjadi topik yang penting di otomotifnet.com, selain karena media ini sudah menjadi media partner oleh pihak penyelenggara juga karena media online ini merupakan media yang memberikan informasi khusus mengenai dunia otomotif.

Di dalam pemberitaan dari otomotifnet.com yang terkait IIMS 2013, tampak beberapa fungsi media massa yang dijalankan oleh media ini. Peneliti tertarik untuk memilih media online ini sebagai obyek penelitian dikarenakan media online otomotifnet.com merupakan media yang khusus menyediakan informasi tentang otomotif. Dalam hal ini peneliti ingin menganalisis bagaimana fungsi media dalam pemberitaan seputar *Indonesia International Motor Show 2013* pada otomotifnet.com.

Studi tentang pemberitaan di media massa bukan merupakan hal yang baru. Studi ini sudah pernah dilakukan sebelumnya. Salah satu contoh adalah skripsi mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Onang Setiawan, yang berjudul Pemberitaan Bakrie, PSSI, dan Persepakbolaan Indonesia di Vivanews.com. Penelitian ini merupakan studi analisis isi objektivitas pemberitaan Aburizal Bakrie tentang PSSI di Vivanews.com. Dalam penelitian tersebut peneliti ingin melihat

bagaimana objektivitas isi pemberitaan di Vivanews.com terhadap berita Aburizal Bakrie tentang PSSI selama ajang Piala AFF 2010 di Vivanews.com. Hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa objektivitas isi berita di Vivanews.com tetap ada. Posisi Vivanews.com sebagai perusahaan media yang dimiliki oleh Bakrie Group tidak mempengaruhi objektivitas pemberitaan mereka (Setiawan, 2001:56).

### **B. Rumusan Masalah**

Fungsi media apa yang terdapat dalam pemberitaan *Indonesia International Motor Show* 2013 di media online otomotifnet.com?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat fungsi media pada media online otomotifnet.com dalam memberitakan *Indonesia International Motor Show* 2013.

### **D. Kerangka Konsep**

Pada penelitian ini penulis akan meneliti tentang fungsi media massa yang digunakan oleh otomotifnet.com pada pemberitaan IIMS 2013. Penelitian ini menggunakan konsep fungsi media massa yang dikemukakan oleh John Vivian yaitu memberikan informasi, memberikan hiburan, membujuk atau persuasi dan mendorong kohesi sosial (Nurudin, 2007: 64).

Pedoman seorang peliput berita dalam memberikan informasi adalah 5W+1H yaitu *What, When, Where, Who, Why dan How*. Ada baiknya sebuah berita ditulis secara akurat, faktual, dan aktual. Akurat, terkait dengan informasi yang penuh dengan kebenaran dan verifikasi. Faktual, informasi yang diberikan bersumber dari realita atau peristiwa yang benar-benar terjadi, sedangkan aktual, informasi

tersebut menunjuk kepada informasi yang benar-benar baru terjadi atau sedang terjadi (Siregar, 1998: 55)

Berdasarkan teori-teori diatas inilah peneliti membuat unit analisis yang akan dipakai sebagai alat peneliti dalam penelitian ini. Fungsi yang diturunkan antara lain (Nurudin, 2007:64):

1. Fungsi informasi, diperoleh dengan memperhatikan keakuratan, kefaktualan sebuah berita, kelengkapan unsur 5W+1H dan penting atau menariknya sebuah berita.
2. Fungsi hiburan, diperoleh dengan melihat penyajian gambar berwarna didalam sebuah pemberitaan.
3. Fungsi membujuk atau persuasi, diperoleh dengan melihat ada tidaknya pernyataan dari media yang memberikan penawaran baru terhadap masyarakat, bisa mempengaruhi pendirian masyarakat, bahkan dapat menggerakkan masyarakat untuk melakukan sesuatu.
4. Fungsi mendorong kohesi sosial, diperoleh dengan memperhatikan teknik peliputan suatu berita, yaitu *cover both sides* (meliput dua sisi yang berbeda secara seimbang) atau bahkan *all sides* (meliput dari banyak segi suatu kejadian).

Fungsi – fungsi inilah yang akan menjadi unit analisis dalam penelitian ini.

Berikut adalah penjabaran dari unit-unit analisis:

Tabel 1  
Unit-unit Analisis Fungsi Media

Dimensi Fungsi	Unit Analisis	Kategorisasi	Sub Kategorisasi
Informasi	Akurat	Kesesuaian Judul	a. Sesuai b. Tidak Sesuai

	Faktual	a. Fakta	
		b. Opini	
		c. Pencampuran Fakta dan Opini	
	Kelengkapan unsur 5W+1H	1. When	a. Ada b. Tidak
		2. Where	a. Ada b. Tidak
		3. Why	a. Ada b. Tidak
		4. Who	a. Ada b. Tidak
		5. What	a. Ada b. Tidak
		6. How	a. Ada b. Tidak
	Penting atau Menarik	1. Penting	a. 1 unsur nilai berita penting b. 2 unsur nilai berita penting c. 3 unsur nilai berita penting d. 4 unsur nilai berita penting e. Tidak ada unsur nilai berita penting
2. Menarik		a. 2 unsur nilai berita menarik b. 1 unsur nilai berita menarik c. Tidak ada unsur nilai berita menarik	
Hiburan	Penyajian Gambar Berwarna	a. Ada b. Tidak ada	
Persuasif	Pernyataan Dalam Berita	a. Ada b. Tidak ada	
Mendorong Kohesi Sosial	Teknik Peliputan	a. Satu sisi b. Dua sisi c. Banyak sisi	

### E. Definisi Operasional

Untuk melihat fungsi media massa yang terdapat pada pemberitaan seputar IIMS 2013, penulis menggunakan beberapa konsep sebagai berikut:

Fungsi informasi, adalah melaporkan peristiwa di dalam masyarakat yang lebih kompleks dan memberikan makna terhadap peristiwa-peristiwa tersebut (Nurudin, 2007: 69), dapat dilihat melalui:

1. Akurat, merupakan salah satu unsur informasi yang dilihat melalui kesesuaian judulnya, terdapat dua kategori:

a. Sesuai, apabila judul utama merupakan cuplikan kalimat ataupun bagian dari kalimat yang ada dalam isi pemberitaan. Seperti contoh : “Marquez: Rasanya Seperti Balapan Terpanjang dalam Karierku”. Dalam cuplikan beritanya, "Aku merasa ini seperti balapan terpanjang dalam karierku. Terutama di lap terakhir di mana aku amat hati-hati. Aku tidak banyak menekan dalam balapan dan walaupun begitu aku bisa finis ketiga," beber Marquez. (<http://sport.detik.com/read/2013/11/11/003541/2408803/81/marquez-rasanya-seperti-balapan-terpanjang-dalam-karierku?s99220369>, diakses tanggal 11 November 2013).

b. Tidak sesuai, apabila judul utama bukan merupakan cuplikan kalimat ataupun bagian dari kalimat yang ada dalam isi pemberitaan. Sebagai contoh : “Arsene Wenger Berharap Wasit Kuat Tekanan.” Dalam cuplikan kalimat beritanya disebutkan, “Manajer Arsenal ini mengharapkan kepemimpinan adil dari wasit Michael Oliver dalam laga di Old Trafford.” ([http://www.goal.com/id-ID/news/1108/sepakbola-inggris/2013/11/09/4394745/arsene-wenger-berharap-wasit-kuat-tekanan?ICID=CP\\_97](http://www.goal.com/id-ID/news/1108/sepakbola-inggris/2013/11/09/4394745/arsene-wenger-berharap-wasit-kuat-tekanan?ICID=CP_97) , diakses tanggal 11 November 2013).

2. Faktual, menyangkut ada tidaknya pencampuran fakta dan opini dalam penulisan berita oleh wartawan:

- a. Fakta, pemberitaan hanya berisikan uraian fakta peristiwa yang sesuai dengan kenyataan tanpa disertai adanya opini dari wartawan yang bisa diverifikasi kebenarannya.
  - b. Opini, pemberitaan hanya berisikan opini dari wartawan, tanpa disertai fakta peristiwa yang terjadi.
  - c. Pencampuran Fakta dan Opini, pemberitaan berisikan fakta peristiwa yang terjadi disertai dengan opini dari wartawan yang bisa diverifikasi kebenarannya.
3. Kelengkapan unsur 5W+1H, menyangkut kelengkapan sebuah berita yang ditulis oleh wartawan. oleh karena itu unsur-unsur ini harus terdapat dalam berita yang ditulis oleh wartawan dan dapat dikatakan lengkap jika memenuhi bagian dari kelengkapan unsur 5W+1H, yaitu
- a. *When*, terdapat keterangan waktu kapan peristiwa terjadi, terdiri dari tanggal, bulan, tahun, hari dan pukul berapa peristiwa terjadi
  - b. *Where*, terdapat keterangan tempat dimana peristiwa terjadi
  - c. *Why*, terdapat keterangan mengapa peristiwa terjadi
  - d. *Who*, terdapat siapa yang menyebabkan peristiwa terjadi
  - e. *What*, terdapat keterangan peristiwa apa yang terjadi
  - f. *How*, terdapat keterangan bagaimana peristiwa terjadi
4. Nilai penting atau menarik dari sebuah berita dilihat dari berapa banyak unsur nilai berita yang dijumpai di dalam sebuah berita. Terdapat empat unsur nilai berita, yaitu *significance*, *magnificence*, *timeliness*, *proximity* (Siregar, 1998: 27) Unsur *significance* memiliki arti seberapa penting suatu berita. Unsur *magnificence* memiliki arti seberapa besar pengaruh suatu berita. Unsur *timeliness*

memiliki arti aktualitas suatu berita. Unsur *proximity* memiliki arti kedekatan peristiwa dengan pembacanya. Apabila dijumpai keempat unsur tersebut, maka berita tersebut sangat penting bagi pembacanya, sebaliknya jika tidak dijumpai sama sekali keempat unsur tersebut, maka berita tersebut tidaklah penting bagi pembaca. Pembagian kategori penting:

- a. Mengandung 4 unsur nilai berita, maka dapat dikategorikan berita sangat penting.
- b. Mengandung 3 unsur nilai berita, maka dapat dikategorikan berita penting.
- c. Mengandung 2 unsur nilai berita, maka dapat dikategorikan berita cukup penting.
- d. Mengandung 1 unsur nilai berita, maka dapat dikategorikan berita kurang penting.
- e. Tidak mengandung unsur nilai berita, maka dapat dikategorikan berita tidak penting.

Kemudian suatu berita dikatakan menarik ketika di dalam pemberitaan terkandung unsur nilai berita *prominence* dan *human interest*. Unsur *prominence* memiliki arti keterkenalan objek berita. Unsur *human interest* memiliki arti terkandung unsur yang menarik empati, simpati, atau menggugah perasaan khalayak yang membacanya. Pembagian kategori menarik:

- a. Mengandung 2 unsur nilai berita, maka dapat dikategorikan berita sangat menarik.
- b. Mengandung 1 unsur nilai berita, maka dapat dikategorikan berita menarik.

- c. Tidak mengandung unsur nilai berita, maka dapat dikategorikan berita tidak menarik.

Fungsi Hiburan, apabila dijumpai gambar berwarna yang memberikan relaksasi kepada khalayak. Maka dari itu, fungsi hiburan ini dapat dilihat melalui:

1. Ada, bila terdapat penyajian gambar berwarna
2. Tidak ada, bila tidak terdapat penyajian gambar berwarna

Fungsi Persuasif, dapat dilihat melalui pernyataan dari media yang memberikan penawaran baru terhadap masyarakat, bisa mempengaruhi pendirian masyarakat, bahkan dapat menggerakkan masyarakat untuk melakukan sesuatu, yaitu:

1. Ada, bila terdapat pernyataan dari media yang memberikan penawaran baru terhadap masyarakat, bisa mempengaruhi pendirian masyarakat, bahkan dapat menggerakkan masyarakat untuk melakukan sesuatu, baik menggunakan kata-kata langsung maupun tidak langsung. Seperti misalnya terdapat kata-kata yang bersifat mengajak, seperti 'ayo', 'mari', 'silakan' dan kata-kata lainnya.
2. Tidak ada, bila tidak terdapat pernyataan dari media yang memberikan penawaran baru terhadap masyarakat, bisa mempengaruhi pendirian masyarakat, bahkan dapat menggerakkan masyarakat untuk melakukan sesuatu, baik menggunakan kata-kata langsung maupun tidak langsung. Seperti misalnya tidak terdapat kata-kata yang bersifat mengajak, seperti 'ayo', 'mari', dan kata-kata lainnya.

Fungsi Mendorong Kohesi Sosial, dapat dilihat melalui berita yang mampu menampilkan teknik peliputan (Nurudin, 2007: 77) yang meliputi :

1. Satu sisi (*one side*), dalam suatu berita hanya menampilkan satu sisi nara sumber yang memiliki pandangan terhadap suatu peristiwa.
2. Dua sisi (*both side*), dalam suatu berita menampilkan dua sisi nara sumber yang berbeda secara seimbang.
3. Banyak sisi (*all side*), dalam suatu berita menampilkan banyak sisi nara sumber terhadap suatu peristiwa.

## **F. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis dan Teknik Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini kedalaman data atau analisis tidak terlalu diperhatikan. Penelitian ini menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dalam arti peneliti lebih mementingkan representasi dari seluruh populasi. Oleh sebab itu, sampel yang diambil haruslah representatif dari seluruh populasi (Kriyantono, 2008: 55-56).

Peneliti menggunakan metode studi analisis isi dalam penelitian ini, yaitu metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (teks) (Eriyanto, 2011:10). Dalam hal ini dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu pemberitaan terkait pergelaran event otomotif terbesar IIMS 2013 yang ada di otomotifnet.com.

Menurut Berelson & Kerlinger, analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Kriyantono, 2006:233). Prinsip-prinsip analisis isi menurut Kriyantono adalah sebagai berikut:

a. Prinsip sistematis

Ada perlakuan prosedur yang sama pada semua isi yang dianalisis. Peneliti tidak dibenarkan menganalisis hanya pada isi yang sesuai dengan perhatian dan minatnya, tetapi harus pada keseluruhan isi yang telah ditetapkan untuk diriset.

b. Prinsip objektif

Hasil analisis tergantung pada prosedur riset. Kategori yang sama bila digunakan untuk isi yang sama dengan prosedur yang sama, maka hasilnya harus sama, walaupun risetnya berbeda.

c. Prinsip kuantitatif

Mencatat nilai-nilai bilangan atau frekuensi untuk melukiskan berbagai jenis isi yang didefinisikan. Diartikan juga sebagai prinsip digunakannya metode deduktif.

d. Prinsip isi yang nyata

Yang diriset dan dianalisis adalah isi yang tersurat (tampak) bukan makna yang dirasakan peneliti. Perkara hasil akhir dari analisis nanti menunjukkan adanya sesuatu yang tersembunyi, hal itu sah-sah saja. Namun semuanya bermula dari analisis terhadap isi yang tampak.

## 2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah seluruh berita *hard news* atau berita utama, terkait pergelaran event otomotif akbar IIMS 2013 di otomotifnet.com. Pemilihan ini didasarkan pertimbangan praktis dan disengaja. Praktis yaitu mudah diperoleh, disengaja yaitu dipilih karena faktor tertentu, yaitu karena otomotifnet.com

merupakan media online yang mampu menyediakan segala informasi yang berkaitan dengan bidang otomotif.

### 3. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh berita yang berkaitan dengan IIMS 2013 di media online otomotifnet.com periode 17 September 2013 sampai dengan 30 September 2013 yang berjumlah 112 berita. Dari seluruh berita yang ada, peneliti memilih berita-berita mengenai pemberitaan peluncuran dan pengenalan produk-produk otomotif unggulan. Berdasarkan kriteria tersebut terdapat 58 berita yang memenuhinya. Sehingga jumlah berita tersebut yang menjadi sampel pada penelitian ini.

Tabel 2  
Berita yang Diteliti

No	Tanggal	Judul berita
1.	18 September 2013	Mobil-Mobil Seksi Mulai Perlihatkan Aurat di IIMS 2013
2.	19 September 2013	Mitsubishi Luncurkan Outlander Sport Limited Edition
3.	19 September 2013	Mazda Biante Berteknologi Skyactiv
4.	19 September 2013	KIA Luncurkan Sedan Mewah Optima
5.	19 September 2013	Dari IIMS 2013, Tata Proklamirkan Masuk Pasar Mobil Indonesia
6.	19 September 2013	Jaguar dan Range Rover Sport Goyang IIMS
7.	19 September 2013	Chevrolet Spin dan Pesepakbola Andy Coke Tampil di IIMS
8.	19 September 2013	Suzuki Perkenalkan Mobil Murah Wagon R
9.	19 September 2013	Volester Jadi Andalan Hyundai
10.	19 September 2013	Wapres Budiono Resmi Buka IIMS 2013
11.	20 September 2013	IIMS Jadi Momen Kebangkitan Fiat Kembali

12.	20 September 2013	Melihat Dari Dekat Mobil Cepat Honda NSX Concept
13.	20 September 2013	Wuih, Komponen Lokal Honda Mobilio Mencapai 80 Persen
14.	20 September 2013	Nih, Varian baru Astra Daihatsu Ayla
15.	20 September 2013	Takanobu Ito : Honda Mobilio Adalah Tantangan Bagi Kami
16.	20 September 2013	All New Forester Senjata Baru Subaru Di IIMS
17.	20 September 2013	All New Isuzu D-Max Menantang Off-roader
18.	21 September 2013	Tabung Gas Mobil Anti Meledak dari Autogas
19.	21 September 2013	Produk Chevrolet Punya Aksesoris Resmi
20.	21 September 2013	Pertamax Kemasan Kaleng dari Pertamina
21.	21 September 2013	No Doubt Smart Alarm Berteknologi Canggih
22.	21 September 2013	Bridgestone Belum Sinergi dengan LCGC
23.	21 September 2013	Ada Nissan Serena "Wanna Be" di IIMS
24.	22 September 2013	Paket Murah Plus Pelek dari GT radial
25.	22 September 2013	Ssssttt, Fiat Abarth 500 Masuk Indonesia
26.	22 September 2013	Toyota Targetkan Geser Thailand Dari Urutan 4 2015
27.	23 September 2013	Mercedes A-Class Sentuhan AMG
28.	23 September 2013	K&N Siapkan Filter Udara untuk Mobil Murah
29.	23 September 2013	KIA All New Sorento Diesel, Hanya Beda Mesin Saja
30.	23 September 2013	Honda Mobilio Sudah Terpesan 500 Unit
31.	23 September 2013	Daihatsu Tantang Adu Irit BBM Pakai Ayla
32.	23 September 2013	139 Unit Mobil-mobil KIA Terjual Sampai Hari Ketiga
33.	24 September 2013	Wuih, Penjualan Mitsubishi Mirage Salip Outlander
34.	24 September 2013	Toyota Sabet 4 Penghargaan di IIMS
35.	24 September 2013	Sertifikat Mobil Murah Belum Ada, Suzuki Buka Pesanan Karimun Wagon R

36.	24 September 2013	Nih, Keunggulan SUV Mitsubishi Outlander PHEV, Siap Masuk Indonesia 2014
37.	24 September 2013	Jusuf Kalla : Jalanan Masih Bisa Menampung Mobil Murah
38.	24 September 2013	Jangan Khawatir Beli Motor Tata Motors!
39.	24 September 2013	Budi Darmadi : LCGC Justru Harus Didukung
40.	25 September 2013	Tiga Varian dan Sasis Baru MAN Untuk Pengusaha
41.	25 September 2013	Sudah 2.000an Unit Lebih Honda Brio Satya Terpesan
42.	25 September 2013	Dyna Fleet Program Dari Toyota Buat Pengusaha
43.	26 September 2013	Wuih, VW Golf MK7 Laku 15 Unit Lebih di IIMS
44.	26 September 2013	Tata Aria Jadi Mobil Terlaris Tata Motors di IIMS
45.	27 September 2013	Wuih, 2 Unit Mobil Sport Jaguar F-Type Terjual di IIMS
46.	27 September 2013	Ribuan Orang Ngotot Ingin Beli Datsun di IIMS 2013
47.	27 September 2013	Peugeot 208 Gti Hanya Dijajah 10 Unit di Indonesia
48.	27 September 2013	Ayo! Nissan Tawarkan Cicilan Murah Mulai Rp 1,5 juta di IIMS
49.	27 September 2013	510 Unit Mobil Suzuki Terjual di IIMS Setengahnya Ertiga
50.	28 September 2013	Setengah dari Penjualan Daihatsu di IIMS Disumbang Ayla
51.	28 September 2013	Saingi Datsun GO+, Suzuki Wagon R 7 Penumpang
52.	28 September 2013	Penjualan Etios Valco Mendekati 10 Ribu Unit
53.	28 September 2013	Mobil Murah Bisa Dikredit Sampai 7 Tahun
54.	28 September 2013	Asyik, Dodge SRT Viper GTS Siap Dijual di Indonesia 2015
55.	29 September 2013	Honda Brio Satya Mobil Paling Favorit di IIMS 2013
56.	29 September 2013	Tempat Sudah Tidak Cukup, Total Pengunjung IIMS Capai 318 Ribu Orang
57.	30 September 2013	Honda Raih Penjualan Tertinggi 6.868 Unit. Pesanan Mobilio Hampir Separuhnya
58.	30 September 2013	Hampir 20 Ribu Mobil Terjual di IIMS 2013, Transaksi Rp 4,9 Triliun

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang ada dalam penelitian ini ada 2 jenis:

a. Data primer adalah data yang langsung dan segera diperoleh dari sumber data oleh penyelidik untuk tujuan khusus (Surakhmad, 1982: 163). Adapun data primer yang diambil dalam penelitian ini adalah berita-berita di media online tersebut yang sesuai dengan topik penelitian.

b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung yang biasanya berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi (Anwar, 2001:35). Data sekunder dalam penelitian ini berupa data dan informasi dari sumber lain seperti penelitian yang serupa dan buku – buku sebagai referensi tambahan informasi.

#### **5. Pengkodingan**

Pengkodingan dalam penelitian ini digunakan untuk melakukan analisis dan pengukuran isi berita mengenai pergelaran IIMS 2013 di media online otomotifnet.com periode 17 September 2013 sampai dengan 30 September 2013. Pengkoding dalam penelitian ini ada dua, yaitu peneliti sendiri dan seseorang yang mempunyai minat dan kemampuan terhadap topik penelitian ini serta memiliki latar belakang ilmu komunikasi, yaitu B. Hendy Novianto, mahasiswa lulusan Komunikasi Fisip UAJY serta memiliki minat dalam dunia otomotif.

#### **6. Reliabilitas**

Pada penelitian ini akan dilakukan uji reliabilitas terhadap 58 berita untuk memperoleh alat ukur yang reliabel yaitu sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan bila digunakan untuk lebih dari satu kali pengukuran fenomena yang sama. Berikut rumusan hitung uji reliabilitas dari Holsti:

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

Keterangan

CR: *Coefficient Reliability*

M: Jumlah pernyataan yang disetujui kedua pengkoding (hakim) dan periset

N1/N2: Jumlah pertanyaan yang dikode oleh kedua pengkoding (hakim) dan periset

Ambang penerimaan yang sering dipakai untuk uji reliabilitas kategorisasi adalah 0,75. Jika persetujuan antara pengkoding tidak mencapai 0,75, maka kategorisasi operasional harus dirumuskan lebih spesifik lagi. (Kriyantono,2006:239).

## 7. Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara pengkodean berita yang menjadi objek penelitian. Pengkodean dilakukan dengan mengisi lembar *coding sheet* yang dilakukan oleh dua pengkoder termasuk peneliti sendiri. Kemudian hasil pengkodean tersebut dipindahkan dalam tabel yang disusun berdasarkan frekuensi, yang selanjutnya tabel tersebut menunjukkan distribusi frekuensi. Hasil distribusi frekuensi tersebut dipakai menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.