

Abstrak

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. 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*. Di dalam pemberitaan otomotifnet.com yang terkait IIMS 2013, tampak beberapa fungsi media massa. Fungsi media yang dikemukakan oleh John Vivian yaitu fungsi informasi, fungsi hiburan, fungsi persuasi dan fungsi mendorong kohesi sosial. Dalam hal ini penulis ingin menganalisis bagaimana fungsi media dalam pemberitaan seputar *Indonesia International Motor Show 2013* pada otomotifnet.com.

Keywords: fungsi media, penulisan berita, media online, otomotif

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu, kebutuhan manusia akan informasi terus meningkat, hal ini yang membuat munculnya media online sebagai salah satu media massa dalam memenuhi kebutuhan yang lebih mudah, cepat, dan praktis.

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. 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.

Berdasarkan alasan-alasan itulah karya ilmiah ini menganalisa lebih dalam mengenai pemberitaan IIMS 2013 di otomotifnet.com, fungsi media apa yang terdapat dalam pemberitaan IIMS 2013 dengan cara penelitian kuantitatif analisis isi berita.

2. Tujuan

Tujuan dalam karya ilmiah ini untuk mengetahui fungsi media apa yang terdapat dalam pemberitaan *Indonesia International Motor Show* 2013 di media online otomotifnet.com?

ISI

3. Hasil

Fungsi media massa yang dikemukakan oleh John Vivian yaitu memberikan informasi, memberikan hiburan, membujuk atau persuasi dan mendorong kohesi sosial (Nurudin, 2007: 64). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui isi pemberitaan di media online otomotifnet.com seputar pergelaran IIMS 2013 dengan cara fungsi media massa tersebut diturunkan menjadi unit analisis dan kemudian dilakukan proses pengkodean. Berikut adalah penjabaran dari unit-unit analisis:

Tabel 1
Unit-unit Analisis Fungsi Media

Dimensi Fungsi	Unit Analisis	Kategorisasi	Sub Kategorisasi
Informasi	Akurat	Kesesuaian	a. Sesuai
		Judul	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	Teknik	a. Satu sisi b. Dua sisi c. Banyak sisi	
Kohesi Sosial	Peliputan		

Adapun definisi operasional unit analisis tersebut ialah:

Fungsi informasi, dapat dilihat melalui:

1. Akurat, merupakan salah satu unsur informasi yang dilihat melalui kesesuaian judulnya, terdapat dua kategori: Sesuai, apabila judul utama merupakan cuplikan kalimat ataupun bagian dari kalimat yang ada dalam isi pemberitaan; tidak sesuai,

apabila judul utama bukan merupakan cuplikan kalimat ataupun bagian dari kalimat yang ada dalam isi pemberitaan.

2. Faktual, menyangkut ada tidaknya pencampuran fakta dan opini dalam penulisan berita oleh wartawan. Fakta, pemberitaan hanya berisikan uraian fakta peristiwa yang sesuai dengan kenyataan tanpa disertai adanya opini dari wartawan yang bisa diverifikasi kebenarannya; Opini, pemberitaan hanya berisikan opini dari wartawan, tanpa disertai fakta peristiwa yang terjadi; 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; *When*, terdapat keterangan waktu kapan peristiwa terjadi, terdiri dari tanggal, bulan, tahun, hari dan pukul berapa peristiwa terjadi; *Where*, terdapat keterangan tempat di mana peristiwa terjadi; *Why*, terdapat keterangan mengapa peristiwa terjadi; *Who*, terdapat siapa yang menyebabkan peristiwa terjadi; *What*, terdapat keterangan peristiwa apa yang terjadi; *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* (seberapa penting suatu berita), *magnificence* (seberapa besar pengaruh suatu berita), *timeliness* (aktualitas suatu berita), *proximity* (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* (keterkenalan obyek berita) dan *human interest* (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 ada, bila terdapat penyajian gambar berwarna dan 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 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. 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 yang meliputi; Satu sisi (*one side*), dalam suatu berita hanya menampilkan satu sisi nara sumber yang memiliki pandangan terhadap suatu peristiwa, dua sisi (*both side*), dalam suatu berita menampilkan dua sisi nara sumber yang berbeda secara seimbang, banyak sisi (*all side*), dalam suatu berita menampilkan banyak sisi nara sumber terhadap suatu peristiwa.

Unit analisis dan kategori yang ada kemudian diuji reliabilitasnya untuk mengukur sejauh mana alat ukur dapat dipahami dengan baik oleh pengkoder. Proses uji reliabilitas ini dilakukan oleh peneliti serta satu pengkoding lainnya sebagai pembanding. Lembar koding yang tersedia diisi sesuai dengan definisi unit analisis kemudian mencari reliabilitasnya menggunakan rumus Holsty. Adapun hasil uji reliabilitasnya adalah:

Tabel 2
Hasil uji reliabilitas

Unit Analisis	Jumlah Berita	Jumlah Berita yang Berbeda	Jumlah Berita yang Sama	Koefisien Reliabilitas
Akurat	58	10	48	0.83
Faktual	58	0	58	1
When	58	0	58	1
Where	58	2	56	0.97
Why	58	2	56	0.97
Who	58	0	58	1
What	58	0	58	1
How	58	0	58	1
Penting	58	0	58	1
Menarik	58	0	58	1
Hiburan	58	0	58	1
Persuasif	58	0	58	1
Mendorong Kohesi Sosial	58	0	58	1

Berdasarkan hasil reliabilitas di atas, terlihat bahwa semua unit analisis di atas lebih dari ambang penerimaan reliabilitas yaitu lebih besar dari 0,75, sehingga unit analisis ini reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Setelah pengkodean dilakukan dan melihat bahwa semua unit analisis reliabel, peneliti mengolah data serta menganalisis hasil *coding sheet* tersebut untuk melihat fungsi media pada pemberitaan Indonesian International Motor Show 2013 di otomotifnet.com. Fungsi media akan dilihat dari beberapa kategori, yaitu fungsi informasi, hiburan, persuasif dan mendorong kohesi sosial. Berikut ini penjabaran hasil olah data yang telah dilakukan peneliti.

Dimensi Fungsi	Unit Analisis	Kategorisasi	Sub Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
Informasi	Akurat	Kesesuaian Judul	a. Sesuai	48	82.78
			b. Tidak Sesuai	10	17.22
	Faktual	a. Fakta		57	98.30
		b. Opini		0	0.00
		c. Pencampuran Fakta dan opini		1	1.70
	Kelengkapan unsur 5W + 1 H	when	a. Ada	38	65.50
			b. Tidak Ada	20	34.50
		Where	a. Ada	54	93.10
			b. Tidak Ada	4	6.90
		Why	a. Ada	55	94.80
			b. Tidak Ada	3	5.20
		Who	a. Ada	57	98.30
			b. Tidak Ada	1	1.70
	What	a. Ada	58	100.00	
		b. Tidak Ada	0	0.00	
	How	a. Ada	57	98.30	
		b. Tidak Ada	1	1.70	
	Penting atau menarik	Penting	a. 1 unsur	0	0.00
			b. 2 unsur	58	100.00
			c. 3 unsur	0	0.00
			d. 4 unsur	0	0.00
			e. Tidak ada unsur	0	0.00
Menarik		a. 2 unsur	58	100.00	
		b. 1 unsur	0	0.00	
c. Tidak ada unsur	0	0.00			
Hiburan	Penyajian gambar berwarna	a. Ada	57	98.30	
		b. Tidak ada	1	1.70	
Persuasif	Pernyataan dalam berita	a. Ada	58	100.00	
		b. Tidak ada	0	0.00	
Mendorong kohesi sosial	Teknik peliputan	a. Satu sisi	58	100.00	
		b. Dua sisi	0	0.00	
		c. Banyak sisi	0	0.00	

Berdasarkan hasil koding yang diperoleh terhadap pemberitaan IIMS 2013 di otomotifnet.com dalam unit analisis akurat, persentase kesesuaian judul yang mencapai 82.78% atau sebanyak 48 berita. Sedangkan 10 berita (17.22%) lainnya judul berita tidak sesuai dengan isi beritanya.

Pada unit analisis faktual, otomotifnet.com memuat sebagian besar beritanya berdasarkan fakta atau peristiwa yang terjadi, yaitu terdapat 57 berita (98.3%), sementara 1 berita (1.7%) yang memuat percampuran fakta dan opini.

Pada unit analisis kelengkapan unsur 5W + 1H, otomotifnet.com memuat sebagian besar beritanya menggunakan unsur 5W+1H. Akan tetapi unsur when paling sedikit dijumpai pada pemberitaan ini, hanya 38 (65.5%) yang memenuhi unsur tersebut.

Pada unit analisis penting semua berita (58 berita) yang diberitakan otomotifnet.com mengenai IIMS 2013 memiliki 2 unsur penting.

Pada unit analisis menarik semua berita (58 berita) yang diberitakan otomotifnet.com mengenai IIMS 2013 memiliki 2 unsur menarik.

Pada unit analisis hiburan otomotifnet.com dalam memberitakan IIMS 2013 menampilkan gambar berwarna pada 57 beritanya. Dan hanya 1 berita yang tidak menampilkan gambar berwarna dalam pemberitaannya.

Pada unit analisis persuasif otomotifnet.com menampilkan seluruh beritanya (58 berita) menggunakan fungsi persuasif baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada unit analisis mendorong kohesi sosial, seluruh berita (58 berita) yang disajikan oleh otomotifnet.com dalam memberitakan IIMS 2013 ini menggunakan teknik peliputan 1 sisi.

4. Analisis

Berdasarkan hasil penelitian pemberitaan IIMS 2013 oleh otomotifnet.com, dalam beritanya telah menunjukkan beberapa fungsi media massa yang dikemukakan oleh John Vivian, yaitu:

Pada fungsi informasi, terdapat 4 unit analisis untuk melihat bagaimana fungsi informasi dapat diterapkan dalam pemberitaannya, yaitu akurat, faktual, kelengkapan 5W + 1H, serta penting atau menarik. Pada unit analisis akurat, dari 58 berita terdapat 48 berita menampilkan judul yang sesuai dengan isi beritanya. Pada unit analisis faktual terdapat 57 berita yang menampilkan berita sesuai fakta.

Pada unit analisis kelengkapan 5W+1H, sebagian besar beritanya terpenuhi unsur *where*, *why*, *who*, *what*, dan *how*, namun hanya 38 berita yang terdapat unsur *when* pada pemberitaan IIMS 2013 ini.

Pada unit analisis penting atau menarik, terlihat beberapa unsur yang dipakai pada pemberitaan IIMS 2013 ini. Pada kategori penting, seluruh berita yang diteliti (58 berita) hanya terdapat 2 unsur penting pada seluruh berita mengenai IIMS 2013 ini. Pada pemberitaan IIMS 2013 ini unsur *timeliness* terdapat pada semua beritanya karena sifatnya online sehingga semua berita yang ditampilkan pasti aktual. Selain itu, unsur *magnificence* juga banyak ditampilkan dalam berita IIMS 2013 di otomotifnet.com ini, karena berita mengenai IIMS 2013

memberikan pengaruh yang sangat besar bagi pembacanya yang mayoritas pecinta otomotif. Pada kategori menarik, seluruh berita (58 berita) terdapat 2 unsur menarik yaitu *prominence* dan *human interest*. Seluruh berita IIMS 2013 pada otomotifnet.com menampilkan unsur *prominence* dengan menyajikan berita mengenai produk otomotif yang terkenal. Pada unsur *human interest*, otomotifnet.com menyajikan berita yang menarik simpati bagi pembacanya.

Pada fungsi hiburan, otomotifnet.com menyajikan 57 berita dengan menampilkan gambar berwarna pada setiap pemberitaan IIMS 2013.

Pada fungsi persuasif, otomotifnet.com menyajikan seluruh berita (58 berita) yang berisi 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.

Tidak terdapat fungsi mendorong kohesi sosial, karena dalam pemberitaan IIMS 2013 di otomotifnet.com, menyajikan seluruh berita (58 berita) hanya menggunakan satu narasumber yang memiliki pandangan yang sama, tanpa menampilkan narasumber yang memiliki pandangan yang berbeda.

Berdasarkan hasil penelitian, otomotifnet.com telah menunjukkan sebagian besar fungsi media massa menurut John Vivian dalam pemberitaan IIMS 2013, kecuali fungsi mendorong kohesi sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pemberitaan *Indonesia International Motor Show (IIMS) 2013* oleh otomotifnet.com, telah menunjukkan beberapa fungsi media massa yang dikemukakan oleh John Vivian kecuali fungsi mendorong kohesi sosial.

Fungsi informasi, diperoleh dengan memperhatikan keakuratan, kefaktualan sebuah berita, kelengkapan unsur 5W+1H dan penting atau menariknya sebuah berita. Otomotifnet.com menjalankan fungsi informasi dalam pemberitaan *Indonesia International Motor Show (IIMS) 2013* dengan menampilkan sebagian besar berita yang akurat, faktual, penting dan menarik. Dari 58 berita yang diteliti terdapat 48 berita yang akurat, 57 berita yang faktual, 58 berita penting dan menarik, menerapkan *where, why, who, what, how* pada seluruh beritanya, dan menerapkan *when* pada 38 berita.

Otomotifnet.com menjalankan fungsi hiburan pada sebagian besar pemberitaan *Indonesia International Motor Show (IIMS) 2013*. Dari 58 berita yang diteliti, terdapat 57 berita yang menyajikan gambar berwarna pada pemberitaan IIMS 2013.

Otomotifnet.com menjalankan fungsi membujuk atau persuasi pada seluruh pemberitaan *Indonesia International Motor Show (IIMS) 2013* yaitu 58 berita.

Otomotifnet.com tidak menjalankan fungsi mendorong kohesi sosial. narasumber yang dipakai pada semua berita IIMS 2013 ini (58 berita) hanya menggunakan satu sisi narasumber.

Daftar Pustaka

Anwar, Saifudin. 2001. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Margantoro, Y.B. 2001. *Biar Berita Bicara*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Siregar, Ashadi. 1998. *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa*. Yogyakarta: Kanisius.