

**OPINI PUBLIK MENGENAI KONFLIK PENGEMUDI
BECAK MOTOR DENGAN PENGEMUDI
TRANSPORTASI ONLINE DIKOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

AUDINA KIKI FARRADILA
NPM:1303110111

Program Studi Ilmu Komunikasi

KONSENTRASI PENYIARAN



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

**OPINI PUBLIK MENGENAI KONFLIK
PENGEMUDI BECAK MOTOR DENGAN PENGEMUDI
TRANSPORTASI ONLINE DI KOTA MEDAN**

Audina Kiki Farradila

1303110111

ABSTRAK

Perkembangan digital yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan, masyarakat menginginkan kemudahan dalam melakukan beragam aktivitas yang bisa kita dapatkan dengan munculnya berbagai inovasi yang berbasis aplikasi, salah satunya adalah transportasi online yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Media online menjadi salah satu sarana masyarakat dalam urusan transportasi masa kini. Tak heran pebisnis Indonesia banyak yang membuka jasa transportasi menggunakan media online. Namun, perkembangan teknologi ini tidak disikapi dengan bijak oleh pemerintah. Akibatnya, pernah terjadi kerusuhan antara pengemudi transportasi online dengan pengemudi transportasi konvensional. Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan sesuatu yang tengah berlangsung pada riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Metode pengumpulan data yang dipakai adalah wawancara dan dokumentasi, Wawancara merupakan pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang di peroleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (in-depth interview) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konflik antara pengemudi becak motor dengan pengemudi transportasi online adalah konflik terjadi karena adanya pandangan yang berbeda dari kedua kelompok masyarakat. Kedua kelompok tersebut tidak mempunyai tujuan yang sejalan/sama sehingga menimbulkan konflik.

Kata kunci : Opini Publik, Konflik, Transportasi Online, Kota Medan

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Puji syukur alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat Rakhmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Opini Publik mengenai konflik pengemudi becak motor dengan pengemudi transportasi online di Kota Medan” Tak lupa Shalawat berserta salam kepada Nabi besar Muhammad SAW, semoga kita termasuk umatnya yang mendapat syafa'atnya sejak hari ini hingga akhirat kelak. Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi salah satu mata kuliah dan salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana di fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Penyiaran pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Kedua Orang Tua saya, Ayahanda Budi Darmanto dan Ibunda Endang Resmiyati atas kesabaran, doa, dan jasa-jasa serta tidak pernah lelah dalam mendidik, mendukung, dan juga memberi cinta yang tulus dan ikhlas kepada saya semenjak kecil hingga sampai sekarang ini serta kepada Abang Rizky Bagus Wirawan dan kedua adik saya yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada saya.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Drs. Tasrif Syam, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Zufahmi Ibnu, selaku Wakil Dekan I Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Bapak Abrar Adhani, S.Sos. M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
6. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Ahyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Rahmanita Ginting, M.A, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, kesempatan dan ilmunya kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen dan Staff pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah banyak memberi saya ilmu.
10. Seluruh Staff BIRO Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, yang utama untuk Pak Naldi, Bang Lindung, Bang Ucok yang sudah membantu saya dalam urusan perkuliahan.
11. Teristimewa kepada Teguh Abidin orang yang tidak pernah jenuh menemani saya dan memberikan semangat dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan, Yola Afrilla, Tengku Adriansyah, Agung Kurniawan Sastro, Vanni Shavira, Reza Novlizal, Muhammad Khairi yang sudah tamat duluan dan masih banyak lagi yang selalu bersama menunggu dosen bimbingannya masing-masing.

13. Teman-teman Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2013, khususnya kelas IKO-A Sore dan Penyiaran Sore.

14. Sahabat-sahabat penulis, Putri Khairani, Lily Hamidah yang telah mendukung dan memberikan semangat walaupun sudah sibuk dengan karirnya masing-masing.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk sesuatu yang baik kedepannya.

Demikianlah penulisan skripsi ini penulis buat agar dapat bermanfaat bagi semua, penulis mengucapkan terimakasih.

Wasalammu'alaikum Waramatullahi Wabarakatuh

Medan , 18 Oktober 2017

Penulis

Audina Kiki Farradila

DAFTAR ISI

| | |
|--|----|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | vi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Perumusan Masalah | 4 |
| C. Pembatasan Masalah | 4 |
| D. Tujuan Penelitian | 5 |
| E. Manfaat Penelitian | 5 |
| F. Sistematika Penulisan..... | 5 |
| BAB II URAIAN TEORITIS | 7 |
| A. Komunikasi..... | 7 |
| 1. Pengertian Komunikasi | 7 |
| 2. Unsur-unsur Komunikasi..... | 8 |
| 3. Tipe Komunikasi..... | 9 |
| 4. Jenis-jenis Komunikasi..... | 10 |
| 5. Strategi Komunikasi | 11 |
| 6. Proses komunikasi..... | 13 |
| B. Opini Publik..... | 14 |
| 1. Faktor Opini Publik | 15 |
| 2. Prinsip Opini Publik | 16 |
| 3. Fungsi Opini Publik | 18 |
| C. Konflik | 19 |
| D. Berita | 21 |
| 1. Pengertian Berita..... | 21 |
| 2. Jenis Berita..... | 24 |
| 3. Kriteria Berita | 27 |
| E. Media Baru (<i>New Media</i>) | 29 |

| | |
|--|-----------|
| F. Model penggunaan dan kepuasan | 33 |
| G. Transportasi online dan Becak motor | 33 |
| 1. Pengertian Transportasi online | 33 |
| 2. Macam-macam Transportasi online..... | 34 |
| 3. Data pengunduh aplikasi transportasi online | 36 |
| 4. Kelebihan dan kekurangan transportasi online..... | 38 |
| 5. Pengertian Becak Motor (Betor)..... | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 42 |
| A. Jenis Penelitian | 42 |
| B. Kerangka Konsep..... | 43 |
| C. Definisi Konsep..... | 43 |
| D. Kategorisasi | 45 |
| E. Informan | 45 |
| F. Teknik Pengumpulan Data..... | 46 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 46 |
| H. Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 47 |
| I. Deskripsi Lokasi Penelitian..... | 47 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 49 |
| A. Hasil Penelitian..... | 49 |
| B. Pembahasan..... | 55 |
| BAB V PENUTUP | 59 |
| A. Kesimpulan..... | 59 |
| B. Saran..... | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 61 |
| LAMPIRAN | |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era perkembangan digital yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan, masyarakat menginginkan kemudahan dalam melakukan beragam aktivitas yang bisa kita dapatkan dengan munculnya berbagai inovasi yang berbasis aplikasi, salah satunya adalah transportasi online yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat.

Media online menjadi salah satu sarana masyarakat dalam urusan transportasi masa kini. Tak heran pebisnis Indonesia banyak yang membuka jasa transportasi menggunakan media online. Namun, perkembangan teknologi ini tidak disikapi dengan bijak oleh pemerintah. Akibatnya, pernah terjadi kerusuhan antara pengemudi transportasi online dengan pengemudi transportasi konvensional. Padahal, masyarakat telah terlanjur nyaman menggunakan moda transportasi berbasis online.

Penghentian pengoperasian transportasi online tentunya akan merugikan masyarakat. Namun, membiarkan mereka tetap beroperasi tentunya akan merugikan transportasi konvensional yang telah lama beroperasi. Pemerintah memang dipaksa untuk berfikir bijak. Masyarakat kini adalah generasi yang kritis dan juga memiliki pengetahuan yang baik akan keamanan penggunaan aplikasi mobile dalam bertransaksi secara digital.

Saat ini, dengan adanya kerusuhan transportasi online, pemerintah perlu cermat mengamati dan memahami keadaan ini, baik dari sisi konsumen, persiapan bisnis, hingga dari aspek legal yang menuntut beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Memprihatinkan sekali mendengar berita tawuran dan pengeroyokan terhadap pengemudi taksi online seperti *grab*, *uber* dan *gojek*, kejadian penumpang dipaksa turun dari *grab car*, kaca mobil dipecahkan warga, pemilik *grab bike*, *uber* dan *gojek* dianiaya di tengah umum, hingga masalah ketakutan pemilik transportasi online.

Dalam masyarakat yang ekonominya menengah ke bawah, akan terlihat ketimpangan sosial antara masyarakat yang mampu dengan yang kurang mampu. Tidak semua bisa bertahan dengan gaya hidup yang modern, sehingga ada kelompok yang terpaksa bertahan dengan tradisi lama. Dari sinilah titik singgung potensi konflik di tengah masyarakat selama ini.

Pemerintah tidak mampu menyediakan lapangan kerja yang cukup dan tingginya tingkat pertumbuhan penduduk, serta masih maraknya praktek kolusi, korupsi dan nepotisme di instansi pemerintahan dan swasta. Namun demikian, pemerintah juga harus memikirkan aturan-aturan bagi penyedia jasa konvensional supaya mereka tidak merasa dibiarkan begitu saja bersaing dalam suasana yang tidak kondusif. Bagaimapapun mereka perlu makan dan mencukupi kebutuhan keluarganya.

Perusahaan jasa konvensional juga harus bisa mengimbangi pasar konsumen yang semakin maju. Zaman sudah berubah dimana sistem hidup sudah

lebih praktis. Sebaiknya disikapi dengan baik dan cepat menyesuaikan diri sesuai keperluan konsumen. Karena kalau lambat, akibatnya akan semakin tertinggal jauh dibelakang.

Masyarakat akan memilih yang praktis, aman, dan nyaman. Apalagi biayanya jauh lebih murah. Kelompok tertentu tidak bisa memperlakukan sistem yang lebih baik apalagi mempertahankan tradisi lama karena manusia akan senantiasa berkembang menuju satu titik tertentu. Perubahan itu sendiri merupakan sebuah keharusan seiring dengan berkembangnya teknologi.

Beberapa bulan belakangan ini di Kota Medan sendiri sering terjadinya demo atau pengroyokan antara transportasi online seperti *gojek* , dan *grab* dengan becak motor (betor). Seperti halnya yang terjadi pada "Jumat sore (24/2) di Jl. Dr Mansyur, seputaran kampus USU, sejumlah pengemudi becak motor luka-luka akibat dianiaya sejumlah orang yang ditengarai sebagai pengemudi *Gojek*. Ini sepertinya buntut dari kejadian sebelumnya dimana pengemudi becak motor melakukan sweeping terhadap pengemudi *Gojek* dan *Grab*. Sempat terjadi perang batu antar pengemudi *Gojek* vs becak motor di dekat lapangan Merdeka.

Buntutnya seorang pengemudi *Grab* mengalami naas ketika kendaraannya yang baru keluar dari Plaza Medan Fair dihadang sejumlah pengemudi becak motor. Ia dipaksa keluar dan dipukuli hingga luka parah. Tidak hanya itu saja, kendaraannya juga ikut menjadi korban amukan pengemudi becak motor." (Sumber: event.kompasiana.com). Bukan hanya pengeroyokan saja, tetapi demo besar-besaran pun mereka lakukan." (Sumber: poskotanews.com).

Para pengendara becak motor meminta keadilan kepada pemerintah dan meminta untuk mentiadakan transportasi online di Kota Medan. Mereka menganggap bahwa dengan adanya transportasi online masyarakat lebih memilih ke transportasi online dan membuat penghasilan mereka menurun.

Berdasarkan dari pemikiran dan hal yang terjadi di atas, penulis tertarik untuk melakukan penulisan untuk mengetahui **“Opini Publik mengenai konflik pengemudi becak motor dengan pengemudi transportasi online di Kota Medan”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks masalah yang telah diuraikan di atas maka perumusan penelitian ini adalah: “Bagaimana Opini Publik mengenai konflik pengemudi becak motor dengan pengemudi transportasi online di Kota Medan”?

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas, maka penelitian membatasi masalah yang akan diteliti agar lebih terarah, tidak samar, dan meluas oleh karena itu yang menjadi pembatasan masalah ialah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan hanya kepada masyarakat Kelurahan Pasar Merah Timur Kecamatan Medan Area.
2. Penelitian ini hanya dilakukan kepada masyarakat yang mengetahui konflik pengendara becak motor dan sering menggunakan transportasi online.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Opini Publik mengenai konflik pengemudi becak motor dengan pengemudi transportasi online di Kota Medan
2. Untuk mengetahui faktor sumber konflik pengemudi becak motor dengan pengemudi transportasi online di Kota Medan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan khasanah keilmuan, memperkaya literatur sumber bacaan bagi para akademisi dilingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terhadap penelitian tentang Opini Publik.

3. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi.

F. Sistematika Penulisan

BAB I: Berisikan pendahuluan yang berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: Berisikan uraian teoritis yang menguraikan tentang teori komunikasi, opini publik, konflik, berita konflik, berita, *new media*/media online, model penggunaan dan kepuasan / *Uses and Gratification*, pengertian transportasi online dan betor (becak motor).

BAB III: Berisikan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Kategorisasi, Informan, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Lokasi dan waktu Penelitian, Deskripsi Lokasi Penelitian.

BAB VI: Berisikan Hasil Penelitian dan Pembahasan

BAB V : Berisikan penutup yang mengurai kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari kata latin '*communis*' atau '*common*' dalam bahasa inggris yang berarti sama. Berkomunikasi berarti kita sedang berusaha untuk menvapai kesamaan makna. Kendala utama dalam berkomunikasi adalah kita sering mempunyai makna yang berbeda terhadap lambang yang sama. Oleh karena itu, komunikasi sehausnya dipertimbangkan sebagai aktifitas di mana tidak ada tindakan atau ungkapan yang diberi makna secara penuh, kecuali jika diidentifikasi oleh partisipan komunikasi yang terlibat. (Bungin, 2008:257)

Pada teori ilmu komunikasi, pengertian pada komunikasi itu sendiri ialah suatu interaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antar sesama, melalui pertukaran informasi, untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta mengubah sikap dan tingkah laku itu. (Cangara, 2004:19).

Menurut Hovland bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang memindahkan perangsang yang biasanya berupa lambang kata-kata untuk meububah tingkah laku orang lain. (Widjaya, 2000:26)

Komunikasi akan efektif apabila terjadi pemahaman yang sama dan pihak lain terangsang akan berpikir atau melakukan susuatu. Jadi, komunikasi dengan komunikasi yan efektif bukanlah hal yang sama. Kemampuan untuk

berkomunikasi secara efektif akan menambah keberhasilan individu maupun organisasi.

2. Unsur-unsur Komunikasi

Sebuah definisi singkat di buat oleh Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan: siapa yang menyampaikan, apa yang di sampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya(Cangara,2004:18). Berdasarkan definisi ini dapat diturunkan menjadi lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain yaitu:

a. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Untuk menyampaikan apa yang ada dalam hatinya(perasaan) atau dalam kepalanya(pikiran), sumber harus merubah perasaan atau pikiran tersebut kedalam seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang di pahami oleh penerima pesan.

b. Pesan

Pesan adalah apa yang di komunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang mewakili perasaan.

c. Media

Media adalah alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Saluran boleh jadi merujuk pada bentuk pesan yang di sampaikan.

d. **Komunikasikan**

Komunikasikan adalah orang yang menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir, dan perasaannya. Penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal atau non verbal yang dia terima menjadi gagasan yang dapat di pahami.

e. **Efek**

Efek adalah apa yang terjadi pada penerima setelah dia menerima pesan tersebut, misalnya penambah pengetahuan, terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, dan perubahan perilaku.

3. Tipe komunikasi

Seperti halnya defenisi komunikasi, klasifikasi tipe atau bentuk komunikasi di kalangan para pakar juga berbeda satu sama lainnya. Klasifikasi itu didasarkan atas sudut pandang masing masing pakar menurut dan bidang studinya. Menurut Cangara(2004:34-41) tipe komunikasi yaitu :

a. **Komunikasi dengan Diri Sendiri (Intrapersonal Communication)**

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi ini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap sesuatu objek yang di amatinya arau terbetik dalam pikirannya.

b. Komunikasi Antarpribadi (interpersonal Communication)

Komunikasi antarpribadi adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.

c. Komunikasi publik

Komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi retorika, dan komunikasi khalayak. Komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi dimana pesan-pesan di sampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar.

d. Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film.

4. Jenis – jenis komunikasi

Jenis – jenis komunikasi dapat di kelompokkan menjadi lima macam (Widjaya 2009:98).

a. Komunikasi tertulis

Komunikasi tertulis adalah komunikasi yang di sampaikan secara tertulis.

b. Komunikasi lisan

Komunikasi lisan adalah komunikasi yang di lakukan secara lisan.

Contohnya adalah telepon.

c. Komunikasi non verbal

Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan wajah dan bahasa isyarat

d. Komunikasi satu arah

Komunikasi satu arah adalah komunikasi yang bersifat koersif dapat berbentuk perintah, instruksi dan bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi

e. Komunikasi dua arah

Komunikasi dua arah adalah komunikasi yang lebih bersifat informatif dan persuasif dan membutuhkan hasil.

5. Strategi Komunikasi

Dalam konteks komunikasi, untuk menyusun strategi komunikasi ada empat faktor yang harus diperhatikan (Fajar, 2009:183), yaitu:

a. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Mengingat dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif. Sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling berhubungan, tapi juga saling mempengaruhi.

b. Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak langkah selanjutnya ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan

perhatian. Perhatian ialah pengamatan terpusat, karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian.

Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalyak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan *AA procedure* atau *from Attention to Action procedure*. Artinya membangkitkan (*Attention*) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau orang banyak melakukan kegiatan (*Action*) sesuai tujuan yang dirumuskan.

c. Menetapkan Metode

Dalam hal ini metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek, yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode *redundancy (repetition)* dan *canalizing*. Menurut bentuk isinya dikenal dengan metode *informatif, persuasif, dan edukatif*.

- a) Metode *informatif*, lebih ditunjukkan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya.
- b) Metode *persuasif* yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya.
- c) Metode *edukatif*, memberikan suatu idea kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja,

teratur dan terencana dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.\

d) Penetapan Media Komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat menggabungkan salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat. Oleh karena itu, pemanfaatan media radio sebagai alternatif strategi dakwah memerlukan perencanaan dan persiapan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor di atas agar memperoleh hasil yang optimal.

6. Proses komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni :

1. Proses komunikasi secara primer

Merupakan proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (simbol) sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang digunakan dapat berupa kial (*gesture*), yakni gerakan anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya.

2. Proses komunikasi secara sekunder

Merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

3. Proses komunikasi secara linier

Merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Proses komunikasi secara linier umumnya berlangsung pada komunikasi media. Karena komunikasi media, khususnya media masa, yakni surat kabar, radio, televisi, dan film para komunikator media masa seperti wartawan, penyiar radio, reporter, televisi, dan sutradara film menunjukkan perhatiannya terhadap permasalahan ini.

4. Proses komunikasi secara sirkular .

Merupakan terjadinya *feedback* atau *umpan balik* yaitu arus dari komunikan kemomunikator. (Efendy,2003:33-39)

B. Opini Publik

Opini publik adalah pernyataan dari sikap, opini publik dapat berubah-ubah dalam hal intensitas dan stabilitasnya. Dengan mengacu pada interpretasi dalam bahasa Inggris dan Perancis terhadap kata opini, Noelle-Neuman menyatakan bahwa opini adalah derajat persetujuan atau kesepakatan dari suatu masyarakat tertentu. (Morissan,2013:526)

Opini publik mengacu pada perasaan bersama dari suatu populasi atas suatu masalah tertentu. Sering kali, media menentukan masalah apa yang penting

atau menarik bagi masyarakat, dan media sering kali menciptakan kontroversi terhadap suatu topik. Noelle-Neuman selanjutnya mengatakan bahwa opini publik dapat dipengaruhi oleh siapa yang menyetujui atau menolak suatu pandangan. (Morissan, 2013: 527)

Doob berpendapat bahwa opini publik itu bersifat tetap *latent* (terpendam) dan baru memperlihatkan sifat yang aktif apabila isu itu timbul kalau terdapat konflik, kegelisahan atau frustasi (Soemirat, dan Ardianto, 2013:104)

Opini publik menurut William Albiq adalah suatu jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan dan opini publik merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik (Olii, 2007:19)

1. Faktor-faktor yang membentuk opini publik

Dalam buku opini publik (Olii, 2007: 20) Emory S. Bogardus juga mengemukakan faktor pendapat umum (Opini publik).

- a. Adanya isu (*presence of an issue*), harus terdapat consensus yang sesungguhnya, opini publik terkumpul disekitar isu.
- b. *Nature of Publics*, harus ada kelompok yang dikenal dan berkepentingan dengan persoalan itu.
- c. Pilihan yang sulit (*Complex of Preferences*). Mengacu pada totalitas opini pada masyarakat tentang suatu isu.
- d. Suatu pernyataan atau opini (*Expression of opinion*), berbagai pernyataan tertumpuk sekitar isu.
- e. Jumlah orang terlibat (*Number of person involved*), opini publik adalah

besarnya (size) masyarakat menaruh perhatian terhadap setiap isu dan peristiwa.

2. Prinsip Opini Publik

Opini publik menurut (Arifin, 2010: 119-120) sangat peka (*govolieg*) terhadap peristiwa-peristiwa penting.

- a. Peristiwa-peristiwa yang bersifat luar biasa dapat menggeser opini public seketika dari suatu ekstermis yang satu ekstermis lainnya.
- b. Opini pada umumnya lebih banyak ditentukan oleh peristiwa-peristiwa dari pada oleh kata-kata, kecuali kata-kata itu sendiri merupakan suatu peristiwa.
- c. Secara psikologis, opini pada dasarnya ditentukan oleh kepentingan pribadi, peristiwa kata- kata dan lain-lain perangsang memengaruhi pendapat hanya jika ada hubungannya yang jelas dengan kepentingan pribadi itu.
- d. Opini atau pendapat tidaklah bertahan lama. Kecuali jika orang-orang merasa bahwa kepentingan pribadinya benar-benar tersangkut atau jika pendapat yang dibangkitkan oleh kata-kata diperkuat oleh peristiwa peristiwa.
- e. Sekali kepentingan pribadi telah tersangkut, opini tidaklah mudah diubah.
- f. Apabila kepentingan pribadi telah tersangkut, pendapat umum di dalam Negara demokrasi cenderung melalui kebijakan pihak yang berwenang.
- g. Jika suatu pendapat didukung oleh suatu mayoritas yang tidak terlalu kuat dan jika pendapat tidak mempunyai bentuk yang kuat pula, maka fakta-fakta yang ada kecenderungan mengalihkan pendapat dari arah penerimaan.

- h. Pada saat krisis rakyat menjadi lebih peka terhadap kemampuan pimpinannya dan apabila mereka mempunyai kepercayaan terhadapnya, maka mereka akan rela untuk lebih banyak memberikan tanggung jawab dari pada biasanya, akan tetapi apabila kepercayaan mereka itu kurang, maka toleransi mereka pun berkurang dari biasanya.
- i. Rakyat yang berkurang melakukan penentangan terhadap keputusan-keputusan yang telah di ambil dalam keadaan darurat (kritis) oleh pimpinannya, apabila dengan cara - cara tertentu mereka merasa ikut sertakan dalam pengambilan keputusan tersebut.
- j. Rakyat memiliki lebih banyak pendapat dan kemampuan membentuk pendapat-pendapat dengan lebih mudah dalam hubungan dengan suatu tujuan dari terhadap carayang diperlukan untuk mencapai tujuan itu.
- k. Cita-cita mewarnai opini publik sebagaimana halnya juga dengan pendapat pribadi.
- l. Pada umumnya, apabila rakyat dalam suatu masyarakat yang demokratis diberi `kesempatan luas untuk memperoleh pendidikan dan ada kesempatan luas untuk mendapatkan penerangan-penerangan, opini publik akan merupakan suatu pendirian yang lebih tahan uji.
- m. Dimensi psikologis dalam suatu pendapat mempunyai peran penting dalam hal pengarahan, intensitas, keluasaan dan kedalaman. Selain itu, opini publik memliki pula sifat dinamis dan mudah berubah, terutama opini publik yang masih samar-samar dan abstrak. Hal ini tergantung dari kekuatan pengaruh dan merayunya. Meskipun demikian opini publik dapat juga bertahan. Hal

ini sangat mempengaruhi individu atau warga masyarakat lainnya. Jika opini publik sudah melembaga, sangat sulit untuk diubah, seperti norma-norma hukum, adat istiadat, agama dan kepercayaan.

3. Fungsi Opini Publik

Opini publik mempunyai tiga fungsi sebagai keutuhan dalam kehidupan sosial dan politik menurut Emory S. Bogardus (Olii 2007:27). Ketiga fungsi itu ialah:

- a. Opini publik dapat memperkuat undang-undang dan peraturan-peraturan sebab tanpa dukungan pendapat umum, undang-undang dan peraturan-peraturan itu tidak akan berjalan.
- b. Opini Publik merupakan pendukung moral masyarakat, dan
- c. Opini Publik dapat menjadi pendukung eksistensi lembaga-lembaga sosial dan lembaga-lembaga politik. Opini Publik juga berfungsi dalam menentukan apakah nilai-nilai itu diterima masyarakat ataukah tidak. Bila orang setuju dengan seperangkat nilai-nilai maka kekhawatiran terhadap ancaman isolasi menurun. Ketika ada perbedaan dalam permintaan nilai-nilai maka ancaman isolasi tersebut akan meningkat. (Morissan 2013:35)

C. Konflik

Konflik adalah suatu masalah sosial yang timbul karena adanya perbedaan pandangan yang terjadi di dalam masyarakat maupun negara. Pengertian Konflik menurut Robbins (2006:545), Konflik adalah suatu proses yang dimulai bila satu pihak merasakan bahwa pihak lain telah memengaruhi secara negatif atau akan segera memengaruhi secara negatif pihak lain.

Konflik pada hakikatnya terbagi atas dua jenis, yakni konflik vertikal atau konflik antara kelas atas (penguasa) dan kelas bawah (yang dikuasai), serta konflik horizontal atau konflik yang terjadi di antara kelas yang sama. Lebih lanjut, untuk membahas setiap situasi konflik, Coser membedakan konflik menjadi dua tipologi, yakni konflik realistik dan konflik non-realistik. Konflik realistik adalah konflik yang berasal dari kekecewaan terhadap tuntutan-tuntutan khusus yang terjadi dalam hubungan dan dari perkiraan kemungkinan keuntungan para partisipan, dan yang ditujukan pada objek yang dianggap mengecewakan. (Poloma, 2003: 111).

Sebagai suatu proses sosial yang sifatnya dinamis, konflik sangat rentan terhadap pengaruh-pengaruh yang berasal dari berbagai aspek. Sifatnya yang dinamis cenderung membuat konflik dapat dikelola untuk mencapai suatu resolusi, dimana resolusi tersebut merupakan suatu keadaan dimana kepentingan yang mengalami pergesekan dapat bertemu dan menetapkan kesepakatan bersama.

Faktor penyebab konflik menurut Smith, Mazarella dan Piele (1981) dalam Sopiah (2008:60), antara lain :

(1) Masalah komunikasi merupakan salah satu faktor penyebab konflik, yang bisa terjadi pada masing-masing atau gabungan dari unsur-unsur komunikasi, yaitu sumber komunikasi, pesan, penerima pesan dan saluran.

(2) Struktur organisasi merupakan salah satu faktor penyebab konflik, yang secara potensial dapat memunculkan konflik. Pada setiap departemen atau fungsi dalam organisasi mempunyai kepentingan, tujuan dan programnya sendiri-sendiri yang seringkali berbeda dengan yang lain.

(3) Faktor manusia merupakan salah satu faktor penyebab konflik, sifat manusia satu dengan yang lain berbeda dan juga unik. Hal ini yang berpotensi memunculkan konflik.

Ada tiga pandangan mengenai konflik, yaitu :

(1) Pandangan Tradisional, menyatakan bahwa konflik harus dihindari karena akan menimbulkan kerugian. Dalam aliran ini memandang konflik sebagai sesuatu yang tidak menguntungkan, sesuatu yang buruk dan selalu merugikan dalam organisasi. Oleh karenanya, konflik harus dicegah dan dihindari sebisa mungkin dengan mencari akar permasalahannya.

(2) Pandangan Hubungan Kemanusiaan, menyatakan bahwa konflik merupakan sesuatu yang alamiah, wajar dan tidak terelakkan dalam setiap kelompok manusia. Konflik tidak selalu dipandang buruk karena memiliki potensi kekuatan yang positif di dalam menentukan kinerja kelompok. Konflik ini tidak selamanya

bersifat merugikan, bahkan bisa menguntungkan, yang oleh karena itu konflik harus dikelola dengan baik.

(3) Pandangan Interaksionis, menyatakan bahwa konflik bukan sekedar sesuatu kekuatan positif dalam suatu kelompok, akan tetapi mutlak diperlukan untuk suatu kelompok agar dapat berkinerja positif, dengan demikian konflik harus diciptakan. Pandangan ini didasarkan pada keyakinan bahwa organisasi yang harmonis, tenang dan damai ini justru akan membuat organisasi itu menjadi statis dan tidak inovatif. Hal ini kemudian berdampak pada kinerja organisasi yang menjadi rendah.

Ketika terjadi perselisihan antara dua individu yang makin menajam dan tersebar luas, serta banyak orang yang menganggap perselisihan tersebut dianggap penting untuk diketahui, maka perselisihan yang semula urusan individual, berubah menjadi masalah sosial. Disanalah letak nilai berita konflik. Berita konflik, berita tentang pertentangan dua pihak atau lebih, menimbulkan dua sisi reaksi dan akibat yang berlawanan. (Sumber : Queen,2016)

D. Berita

1. Pengertian Berita

Tidak ada aktifitas jurnalistik tanpa berita. Unsur terpenting dari aktifitas media dan jurnalistik adalah berita. Profesi wartawan pun sebagian besar berkaitan dengan berita. Salah satu tugas wartawan adalah mencari, menulis, dan menyajikan berita. Seorang wartawan akan merasa tidak berarti apabila dalam tugas jurnalistik yang dijalannya tidak menghasilkan berita yang layak untuk

dipublikasikan. Harus diingat, berita menempati porsi 90% dari isi keseluruhan media massa, baik cetak, elektronik, maupun online.

Berita adalah informasi yang penting dan menarik perhatian banyak orang. Penyajian berita pun harus mempertimbangkan aspek waktu. Setiap berita terikat dengan waktu dan karenanya kecepatan penyajian berita patut menjadi perhatian.

Di sisi lain, media massa dan wartawan pun berkemampuan untuk mengelola pemberitaan secara optimal, tidak hanya sebatas menyajikan berita. Atas dasar itu, penyajian data jurnalistik harus memperhatikan sifat-sifat berita, seperti actual, objektif, akurat, menarik perhatian, dan bertanggung jawab.

Berita berasal dari bahasa sansekerta "*Vrif*" yang dalam bahasa Inggris disebut "*Write*" yang artinya adalah "Ada" atau "Terjadi". Ada juga yang menyebut "*Vritta*" artinya "Kejadian" atau "Yang telah terjadi". Menurut KBBI, berita berarti laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat.

Menurut Dr. Williard C. Bleyer dalam Abdullah (1992 :19), berita adalah sesuatu yang bermasa dan dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena dapat menarik atau mempunyai makna bagi pembaca-pembaca surat kabar tersebut.

Berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang terbaru, yang dipilih setiap redaksi suatu surat kabar untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca. Entah karena pentingnya, atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan.

Menurut William S. Maulsby dalam “*Getting The News*”, berita didefinisikan sebagai suatu pemutusan secara tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik hati para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut (Assegaf, 1991 :25).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwasannya berita berupa informasi yang dikumpulkan sedemikian rupa dan dikemas kemudian disebarluaskan kepada khalayak guna memberikan sesuatu pengetahuan berupa informasi yang sedang terjadi, baik itu berita kriminal, ekonomi, politik, olahraga, dan pernyataan pemerintah tentang kebijakan-kebijakan yang akan disampaikan kepada rakyatnya.

Dengan kata lain, berita adalah realitas yang diberikan kepada masyarakat. Pengungkapan realitas itu haruslah ditunjang oleh bahan berita yang secara keseluruhan dan terdapatnya unsur-unsu 5W+1H, yaitu apa, siapa, dimana, kapan, mengapa, dan bagaimana (*what, who, where, when, why, how*).

Menurut Mitchel V. Charnley dalam Kusumaningrat (2005 :56) berpendapat bahwa pelaporan berita dibuat dan ada untuk melayani. Untuk melayani sebaik-baiknya, wartawan harus mengembangkan ketentuan-ketentuan yang disepakati tentang bentuk dan cara membuat berita. Berita yang disajikan haruslah dapat dicerna dengan cepat. Itu artinya suatu tulisan yang ringkas, jelas, dan sederhana. Tulisan tidak menggunakan banyak kata, langsung, dan padu.

2. Jenis Berita

Berita adalah atau pesan yang dikonsumsi oleh publik, karenanya berita menjadi bagian yang substansial dalam aktifitas jurnalistik. Dalam penyajiannya, berita dapat diklasifikasikan kedalam berbagai jenis. Jenis berita sangat bergantung pada aspek ketersediaan bahan dan sumber berita, disamping gaya penyajiannya. Berita juga terkait dengan ketersediaan ruang dan waktu di media massa yang menyajikan berita, semakin banyak ruang dan waktu yang tersedia, maka akan semakin optimal suatu berita yang disajikan.

Berkaitan dengan jenis-jenis berita, ada tiga jenis berita dalam aktifitas, yang terdiri atas tiga berita elementari, berita intermediate, dan berita advance (Widodo. 1997 :47)

A. Berita Elementari

1. *Straight News Report*

Laporan berita langsung, yaitu berita yang berwujud laporan langsung dari suatu peristiwa, biasanya menyajikan apa yang terjadi dalam waktu singkat dan memiliki nilai objektifitas fakta yang dapat dibuktikan dan dapat ditulis dengan memenuhi unsur 5W+1H.

2. *Depth News Report*

Laporan mendalam, yaitu berita yang berwujud laporan fakta-fakta sebelum atau sesudah kejadian yang mempengaruhinya. Berita jenis ini sedikit berbeda dengan berita langsung (*straight news*) karena memerlukan kolaborasi fakta-fakta lain yang terkait, yang bukan opini atau pendapat wartawan.

3. Comprehensive News

Berita menyeluruh, yaitu berita tentang suatu peristiwa dengan sajian fakta-fakta secara menyeluruh yang ditinjau dari berbagai aspek yang mempengaruhi, biasanya menyajikan gabungan fakta-fakta yang dikemas dalam satu keutuhan informasi sehingga pembaca dapat memahami “makna lanjutan” dari berita tersebut

B. Berita Intermedite

1. Interpretative News Report

Laporan berita interpretative, yaitu berita yang memfokuskan pada peristiwa atau masalah yang bersifat kontroversial dengan dukungan fakta-fakta yang ada dan menarik perhatian publik. Wartawan memberikan analisis dan interpretasi dalam penulisannya tentang peristiwa dan fakta-fakta yang terjadi sehingga dapat menguak makna yang sebenarnya.

2. Feature Story Report

Laporan berita khas, yaitu berita yang menyajikan informasi dan fakta yang menarik perhatian pembaca, dengan penulisan yang berbeda. Berita ini dikemas lebih menarik dan bersifat ringan, disamping tetap fokus menyajikan esensi berita berdasarkan sudut pandang atau pengalaman nyata dengan gaya penulisan yang lebih sederhana, terkadang humor, dan berbeda sudut pandang dari kebanyakan berita yang telah ada sebelumnya.

C. Berita Advance

1. *Depth Reporting*

Pelaporan mendalam, yaitu laporan jurnalistik tentang suatu peristiwa atau masalah actual yang disajikan secara lebih mendalam, tajam, lengkap, dan utuh dengan tujuan agar pembaca dapat mengetahui dari berbagai perspektif dan lengkap, tentang suatu peristiwa atau masalah yang terjadi. Biasanya berita ini dikemas dalam bentuk liputan umum, yang melibatkan tim wartawan yang lebih banyak dengan gaya bahasa tulisan yang menarik, disamping membutuhkan waktu penulisan.

2. *Investigative Report*

Pelaporan penyidikan, yaitu berita yang memfokuskan pada peristiwa atau masalah yang kontroversial, seperti berita interpretative. Hanya saja, dalam berita investigative, wartawan melakukan penyelidikan lebih lanjut terhadap suatu fakta yang ada sehingga memperoleh fakta-fakta baru yang bersifat khusus dan memiliki nilai berita yang tinggi.

3. *Editorial News*

Berita editorial/tajuk, yaitu berita yang menyajikan pikiran institusi media terhadap suatu peristiwa atau masalah yang aktual dan layak mendapat perhatian publik. Berita ini tidak hanya menyajikan fakta, tetapi juga opini yang menafsirkan fakta-fakta sehingga dapat mempengaruhi opini publik. Wartawan yang bertugas menulis editorial atau tajuk tidak bekerja untuk dirinya sendiri, melainkan sebagai sikap institusi media massa tertentu sebagai bagian pemberian informasi.

3. Kriteria Berita

Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu berita dipublikasikan, setidaknya ada beberapa kriteria sebagai acuan, antara lain sebagai berikut:

1. Berita harus penting

Berita layak tampil adalah berita yang memiliki arti penting dimata pembaca atau pemirsanya. Berita penting berhubungan dengan dampak langsung pada kehidupan masyarakat atau menyangkut hajat hidup orang banyak.

2. Berita harus aktual

Berita aktual belum lama terjadi dan masih menjadi pembicaraan di masyarakat atau disebut “berita hangat”. Aktualitas berita sangat bergantung pada jenis berita dan media yang mempublikasi berita tersebut.

3. Berita harus unik

Berita yang memuat hal yang bersifat unik, khas, atau tidak bias disajikan. Berita unik seringkali menerobos nilai kelaziman yang berlaku di publik, bahkan terkadang terkesan normatif. Kepada ketiga hal diatas, dapat ditambahkan kualitas keempat, yaitu penjelasan (*explanation*). Ada kecenderungan bahwa penonton tidak semata-mata ingin fakta, tetapi juga ingin penjelasan yang lebih luas (Kusumaningrat, 2005 :8).

Berita dapat diklarifikasikan kedalam dua kategori, yaitu:

1. Berita ringan (*soft news*)

2. Berita berat (*hard news*)

Berita yang disiarkan harus berdasarkan aturan-aturan yang ada dan senantiasa berpedoman pada persyaratan-persyaratan dalam pemberitaan itu sendiri (Widodo, 1997 :36). Persyaratan suatu berita adalah sebagai berikut:

1. Fakta

Berita harus merupakan suatu fakta nyata.

2. Objektif

Berita harus sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, tidak merugikan pihak-pihak yang diberitakan. Berita harus adil dan tidak memihak.

3. Berimbang

Berita harus melalui proses check and re-check, terutama berita yang bersifat konflik dan melibatkan beberapa pihak. Didukung dengan langkah-langkah konfirmasi dari pihak yang terkait.

4. Lengkap

Kelengkapan berita dikorelasikan dengan rumus 5W+1H, dengan adanya kelengkapan berita, maka akan memberikan kepuasan bagi pemirsa atau khalayak.

5. Akurat

Keakuratan berita berarti berita itu benar tidak terdapat kesalahan-kesalahan. Akurasi berita berarti kecermatan terhadap ejaan, nama, angka, tanggal, dan usia. Juga berarti benar dalam sudut pandang pemberitaan.

E. Media Baru (*New Media*)

New Media atau media online merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).

Media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang complex dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media karena media ini adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (*modern media/new media*).

Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut web 2.0. (*web two point-oh*), dimana semua menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun kedalam internet. Perkembangan web 2.0 sebagai *platform* telah mengubah sifat interaktivitas di web dan membuka alam semesta bagi pengguna media.

Sedangkan metafora halaman web 1.0 hanya diperbolehkan untuk mengunduh informasi sejalan dan karena itu tidak berbeda dengan konsumsi media penyiaran, aplikasi web 2.0 memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen otonom. *Blog, Youtube, Wikipedia, Ebay, Flickr, Second Life* dan situs

jaringan sosial online lainnya seperti memungkinkan pengguna media untuk memiliki pengalaman siaran. Pentingnya Web 2.0 adalah media siar menghasilkan sebuah konteks hubungan sosial instan nasional atau internasional, ada beberapa cara di mana individu mendapatkan interaksi berharga untuk membuat koneksi global secara nyata. Faktanya bahwa pengguna sekarang dapat bekerja dengan materi media siar sebagai sebuah cara mengembangkan ide pada ruang publik (Littlejohn, 2009:686).

Salah satu bagian dari *new media* adalah “*Network Society*”. “*Network society*” adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006:20).

Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan *image* sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009: 28-29).

Apa yang membuat bentuk-bentuk komunikasi berbeda satu sama lain bukanlah penerapan aktualnya, namun perubahan dalam proses komunikasi seperti kecepatan komunikasi, harga komunikasi, persepsi pihak-pihak yang

berkomunikasi, kapasitas storage dan fasilitas mengakses informasi, densitas (kepekatan atau kepadatan) dan kekayaan arus-arus informasi, jumlah fungsionalitas atau intelijen yang dapat ditransfer. Jadi menurut Santana, titik esensinya adalah bahwa keunikan internet terletak pada esensinya sebagai sebuah medium (Kurnia, 2005: 135-136).

Kelebihan dan Manfaat *New Media* (media baru/media online) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan *ter-update* informasinya.

Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya dengan cepat serta harus ada juga koneksi internet dimana pun berada bersama media baru (*new media*/media online). Media online/media baru (*New Media*) masuk ke dalam kategori komunikasi massa, karena pesan yang disampaikan kepada khalayak luas lewat media online / Media Baru (*NewMedia*).

Internet merupakan salah satu teknologi komunikasi baru juga memiliki kemampuan untuk membantu kita memilih dan mengatur informasi yang kita inginkan atau perlukan dengan lebih efisien. Secara garis besar, internet jauh lebih luwes dalam menjembatani waktu dan jarak dibandingkan media-media yang sudah ada terlebih dahulu. Sebagai media komunikasi, internet mempunyai peranan penting sebagai alat (*channel*) untuk menyampaikan pesan (*message*) dari komunikator/penyalur pesan (*source*) kepada komunikan/penerima pesan (*receiver*). Sifat dari internet sebagai media komunikasi adalah transaksional, dalam artian terdapat interaksi antar individu secara intensif (terus-menerus) dan

ada umpan balik (*feedback*) dari antar individu dalam setiap interaksi tersebut. Selain itu, terdapat partisipasi antar individu dengan mempertimbangkan untung/rugi dalam setiap interaksi. Internet juga dianggap memiliki kapasitas besar sebagai media baru.

Tidak hanya memperkecil jarak dalam mengkomunikasikan pesan, teknologi komputer dan internet juga telah berkembang dan mengeliminasi penggunaan koneksi kabel, namun tetap bias memfasilitasi taransmisi informasi yang sangat cepat ke seluruh dunia (Bagdakian, 2004:114). Menurut Bagdakian, duplikasi dan penyebaran matri dari Internet ini bisa mencapai jangkauan yang sangat luas. Satu orang khalayak bisa mengunduh kemudian menyebarkannya pada orang-orang dalam jaringan pertemanan atau jaringan kerjanya. Kemudian pihak yang mendapatkan sebaran itu bisa menyebarkannya lagi pada orang-orang dalam jaringannya, dan seterusnya.



Sumber : Data statistik pengguna internet indonesia tahun 2016 APJII

F. Model penggunaan dan kepuasan / *Uses and Gratifications*

Teori *Uses and Gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya manusia mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya (Nurudin, 2007:192)

Teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari media itu. Dalam perspektif teori penggunaan dan kepuasan audiensi dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Penggunaan media didorong oleh adanya kebutuhan dan tujuan yang di tentukan oleh audiensi sendiri. (Morissan, 2013:508-209).

G. Transportasi online dan betor (becak motor)

1. Pengertian transportasi online

Transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi online sendiri digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari dengan menggunakan aplikasi yang terdapat di gadget.

Menurut survei Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) terhadap pelayanan transportasi online yang dilakukan pada 5-16 April 2017, dengan

melibatkan 4.668 responden. Alasan utama responden memilih menggunakan transportasi online adalah murah yakni (84,1%). Disusul alasan cepat (81,9%), nyaman (78,8%), dan terakhir alasan aman sebanyak (61,4%).

Adapun moda transportasi yang dipilih konsumen, sebanyak 55% menggunakan transportasi online jenis mobil dan motor, sedangkan yang menggunakan motor saja sebanyak 21% dan menggunakan mobil saja sebanyak 24%. Aplikasi Go-Jek menduduki rating tertinggi dipilih konsumen, sebanyak 72,6%, kemudian Grab sebanyak 66,9%, Uber digunakan oleh 51% dan terakhir My Bluebird sebanyak 4,4%.

Dilihat dari penggunaannya, paling banyak menggunakan transportasi online adalah 2-3 kali dalam seminggu (31,6%), 1-2 kali dalam sehari (27,6%), seminggu sekali (13,7%) dan lebih dari 3 kali dalam sehari sebanyak (8,7%).

(Sumber : wartakota.tribunnews)

2. Macam-macam transportasi online

Beberapa contoh sarana transportasi online di Indonesia yaitu:

a. Go-Jek



(sumber: go-jek.com)

Pada prinsipnya, aplikasi Go Jek bekerja dengan mempertemukan permintaan angkutan ojek dari penumpang dengan jasa tukang ojek yang beroperasi di sekitar

wilayah penumpang tersebut. Cukup dengan mengunduh aplikasinya dari Google Play Store, maka kita bisa memesan jasa layanan tersebut. Tarif angkutannya disesuaikan dengan jarak tempuh yang akan dicapai. Selain jasa angkutan penumpang, ada juga layanan antar barang (kurir) dan belanja. Dalam aplikasi gojek terdiri dari Go-Ride, Go-Car, Go-Bluebird.

b. Grab



Hampir mirip dengan Go Jek, hanya saja layanan Grabbike belum memiliki layanan antar barang atau belanja. Saat ini, Grabbike telah beroperasi di 3 kota di kawasan Asia Tenggara yang mengalami persoalan kemacetan, seperti Ho Chi Min City dan Hanoi di Vietnam, serta di Jakarta. Dalam aplikasi grab terdiri dari Grab-Bike, Grab-Taxi, Grab-Share.

c. Uber



(sumber: uber.com)

Uber adalah perusahaan jaringan transportasi dari Amerika yang menggunakan aplikasi di smartphone untuk pemesanan mobil. Bedanya, armada mobil yang

digunakan bukan transportasi public plat kuning, melainkan mobil pribadi bernomor polisi hitam dengan logo khusus Uber. Jika menggunakan jasa ini tidak bisa membayar tunai, tapi secara online atau kartu kredit. Tarif yang ditetapkan adalah Rp 30 ribu sebagai tarif minimal dan selanjutnya dikenakan tarif perjalanan berdasar waktu dan jarak yang ditempuh. Jenis mobil yang digunakan adalah Toyota Innova, Alphard dan Hyundai Sonata.

3. Data Pengunduh Aplikasi Transportasi Online 2016

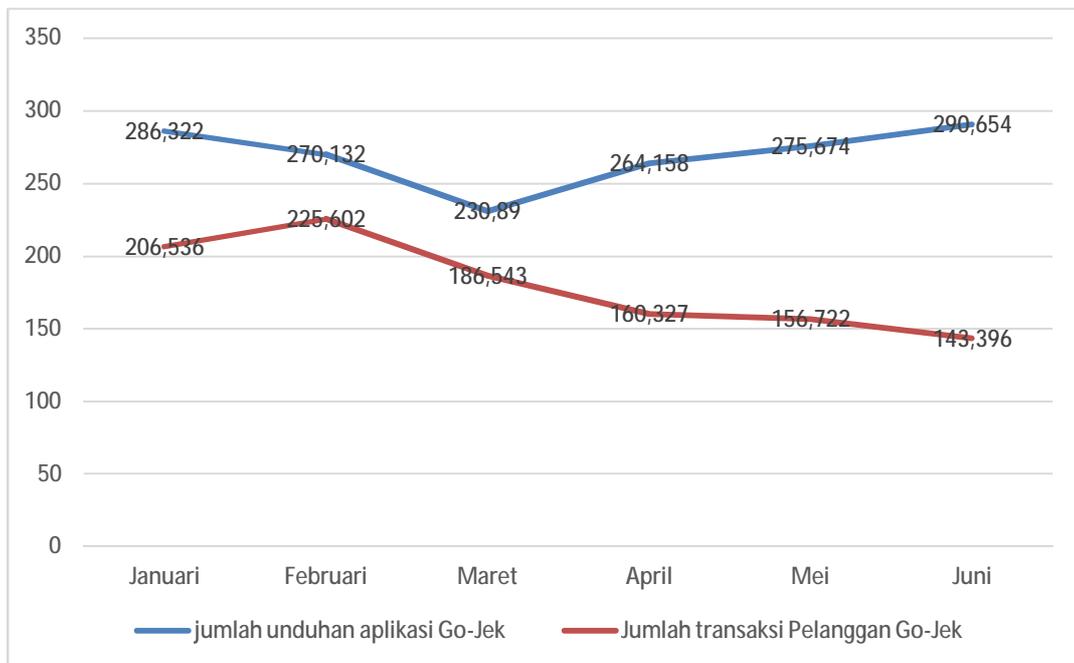
Tabel 2.1

| No | Nama | Jumlah | KETERANGAN |
|----|-----------|---------|-------------------------------|
| 1 | UBER | 626.362 | Berdasarkan pengguna aplikasi |
| 2 | GO-JEK | 264.158 | Berdasarkan pengguna aplikasi |
| 3 | GRAB BIKE | 163.827 | Berdasarkan pengguna aplikasi |

Sumber : Play Store, 2016

Tabel 2.2

**Kurva unduhan Go-Jek dan Transaksi pelanggan Go-Jek selama Januari-
Juni 2016**



Sumber: Play Store, 2016

Tabel 3.3

Data tingkat kepuasan Pengguna transportasi online pada aplikasi

Pengguna Transportasi Online Pada Aplikasi

| N o | Nama Perusahaan | Jumlah Unduhan | Total keseluruhan Rating | Tingkat Kepuasan (Tidak Puas) |
|--------|--------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------------------------|
| 1 | Uber | 626.362 | 4,3 | 17 % |
| 2 | Go-Jek | 264.158 | 4,1 | 24 % |
| 3 | Grab Bike | 163.827 | 4,4 | 15 % |

Sumber : Play Store, 2016

4. Kelebihan dan kekurangan transportasi online

Berikut ini adalah kelebihan dan kekurangan penggunaan transportasi berbasis aplikasi online.

a. Kelebihan

1. Lebih terpercaya, para pengemudi ojek ataupun taksi dalam sebuah perusahaan transportasi online sudah terdaftar. Sebelumnya mereka sudah mendaftarkan diri dengan berbagai persyaratan tertentu. Termasuk dengan data diri yang jelas dan surat kelakuan baik dari kepolisian. Dengan begini, penumpang akan merasa lebih aman menggunakan pengemudi yang terdaftar.

2. Praktis, jika sebelumnya kamu ingin menggunakan jasa transportasi, biasanya kamu harus keluar rumah menuju jalan raya untuk mencari kendaraan yang kosong penumpang. Kamu harus merasakan panas bahkan hujan tanpa kepastian. Tapi, jika menggunakan aplikasi maka kamu bisa memesan moda transportasi dari rumah atau tempat yang nyaman. Ojek atau taksi yang kamu pesan akan menghampirimu.

3. Tarif murah dan pasti, setiap jasa transportasi online memiliki cara penghitungan tersendiri untuk tarif jasa. Kebanyakan dari mereka memiliki tarif yang lebih murah dari tarif jasa transportasi konvensional. Ditambah juga dengan adanya berbagai promo yang bisa menguntungkan penumpang. Semua tarif yang harus dibayar penumpang sudah tertera sejak awal, sehingga tidak ada proses tawar menawar dengan pengemudi. Tarif pasti juga disukai oleh beberapa pelanggan.

b. Kekurangan

1. Jaringan bermasalah, karena transportasi ini menggunakan jaringan internet, maka semua sistem bergantung dengan internet. Jika jaringan sedang bermasalah, walaupun kamu melihat ada pengemudi jasa transportasi online di depan mata tetap tidak bisa kamu pesan.

2. Pilihan pengemudi ditetapkan sistem, saat akan memesan ojek atau taksi online, dalam aplikasi akan terlihat seberapa banyak pengemudi online disekelilingmu. Namun, saat sudah memesan kamu tidak bisa memilih yang dekat denganmu. Bisa jadi pengemudi yang akan menjemputmu sedang berada jauh dan kamu harus menunggu lama hingga terjemput.

3. Tidak bisa berganti tujuan, saat pertama memesan kamu sudah menentukan akan naik dari mana dan turun dimana. Dengan begitu di aplikasi akan tertera tarif yang mesti kamu bayar. Maka saat ditengah jalan harus berganti arah maka kamu tetap harus membayar sesuai tarif awal yang disetujui.

4. Data pribadi beredar, saat kamu mendaftarkan diri dalam aplikasi jasa transportasi online maka kamu diwajibkan mengisi berbagai data diri termasuk nomer telepon. Sesungguhnya data ini yang akan dipakai untuk pengemudi bisa menghubungi saat kesusahan di jalan. Namun, kamu harus berhati-hati, karena sudah ada beberapa kasus yang menggunakan data ini untuk hal yang tidak diinginkan. (*Sumber: ayonews.com*)

5. Pengertian Betor (becak motor)

Becak bisa di katakan kata ini di adopsi dari bahasa Hokkien: be chia "kereta kuda" yang berarti suatu alat transportasi beroda tiga, yang umum ditemukan di Indonesia dan juga di sebagian Asia. Kapasitas normal becak adalah dua orang penumpang dan seorang pengemudi. Menjadi pengemudi becak merupakan salah satu cara untuk mendapatkan nafkah yang mudah, sehingga jumlah pengemudi becak di daerah yang angka penganggurannya tinggi dapat menjadi sangat tinggi, dan akan menimbulkan pelbagai keruwetan lalu lintas. Karena itu becak dilarang di Jakarta sekitar akhir dasawarsa 1980-an. Alasan resminya antara lain kala itu ialah bahwa becak menampilkan “eksploitasi manusia atas manusia”

Sedangkan Becak Mesin adalah istilah yang digunakan di Sumatera khususnya di Sumatera Utara untuk becak yang digerakkan dengan mesin, atau bisa juga disebut juga sebagai Becak Motor. Becak mesin ini merupakan salah satu alat transportasi yang sangat populer untuk perjalanan dari pintu ke pintu khususnya di daerah Sumatera Utara.

Berbeda dengan di Jawa, Sulawesi pengemudi becak di Sumatera berada disamping sehingga lebar becak beserta pengemudinya hampir menyamai ukuran lebar mobil sehingga ketika berkeliaran di jalan akan membuat jalan tampak terlihat penuh. Untuk becak mesin karena kecepatannya tinggi pengemudinya diwajibkan untuk menggunakan helm.

Di Sumatera sendiri pada awalnya Becak Mesin tersebut menggunakan mesin dua langkah Rex buatan Jerman berkapasitas kecil yang dipasang pada

becak dayung. kemudian berkembang menggunakan sepeda kumbang Gobel yang dikayuh untuk menghidupkannya , pada jaman sekarang Becak Mesin/Motor sudah menggunakan motor produksi baru yang banyak dipasarkan di Indonesia untuk menggerakkan becak tersebut. Sepeda motor yang digunakan di Medan untuk dijadikan becak motor ini biasanya adalah sepeda motor dengan merk Fichtel and Sachs pada jaman dulu, yang kemudian digantikan dengan motor Honda Win. (Sumber: *id.wikipedia.org*)

Seperti kita ketahui, becak memiliki berbagai keterbatasan, khususnya karena becak menggunakan ‘mesin otot’ manusia, sehingga daya jelajahnya relatif terbatas dibandingkan kendaraan bermotor. Kelemahan lain becak adalah waktu tempuhnya yang lebih lama. Dan untuk mengatasi berbagai kelemahan inilah kemudian muncul inovasi dengan ‘menempelkan mesin’ pada becak. Jadilah berbagai jenis becak bermesin, sehingga becak tak lagi menggunakan ‘mesin otot’ ber BBM nasi, namun menggunakan mesin sungguhan ber BBM bensin.

Berbagai jenis ‘mesin tempel’ digunakan untuk menggerakkan betor, mulai mesin sepeda motor (umumnya sepeda motor lawas), mesin pemotong rumput, mesin parut kelapa, hingga mesin tepung. Dengan mesin ini betor mampu menjelajah bukan saja puluhan kilometer bahkan ratusan kilometer, layaknya kendaraan motor lainnya. (Sumber: *modatransportasi.co.id*)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Jenis penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan sesuatu yang tengah berlangsung pada riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Model desain penelitian deskriptif kualitatif pun merupakan desain peneliti yang digunakan untuk makna dalam proses-proses komunikasi linier (satu arah), interaktif maupun pada proses proses transaksional.

Moleong, (2005:6) mendefenisikan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll.

Pendekatan kualitatif dalam komunikasi lebih menekankan pada bagaimana sebuah pendekatan dapat mengungkapkan makna-makna dari konten komunikasi yang ada sehingga hasil-hasil penelitian yang diperoleh berhubungan pemaknaan dari sebuah proses komunikasi (Bungin, 2008:302)

Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan.

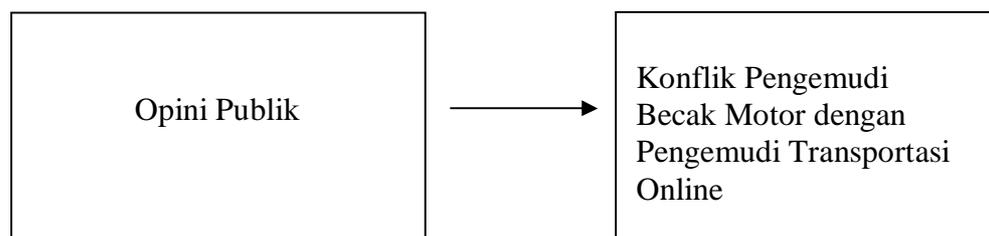
Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya,

menganalisis, dan mengkontruksi objek yang di teliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terkait nilai. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan. (Darmadi, 2014:287).

B. Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah sebuah kerangka berpikir yang dijadikan sebagai landasan dalam momentum perspektif penelitian. Adapun kerangka konsep dalam penulisan ini penulis menggambarkan melalui bagan sebagai berikut:

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



C. Defenisi Konsep

1. Opini publik adalah pernyataan dari sikap, opini publik dapat berubah-ubah dalam hal intensitas dan stabilitasnya. Dengan mengacu pada interpretasi dalam bahasa Inggris dan Perancis terhadap kata opini, Noelle-Neuman menyatakan bahwa opini adalah derajat persetujuan atau kesepakatan dari suatu masyarakat tertentu. (Morissan,2013:526)
2. Pengertian Konflik menurut Robbins (2006:545), Konflik adalah suatu proses yang dimulai bila satu pihak merasakan bahwa pihak lain telah memengaruhi secara negatif atau akan segera memengaruhi secara negatif pihak lain.

3. Berita Konflik adalah Ketika terjadi perselisihan antara dua individu yang makin menajam dan tersebar luas, serta banyak orang yang menganggap perselisihan tersebut dianggap penting untuk diketahui, maka perselisihan yang semula urusan individual, berubah menjadi masalah sosial. Disanalah letak nilai berita konflik. Berita konflik, berita tentang pertentangan dua pihak atau lebih, menimbulkan dua sisi reaksi dan akibat yang berlawanan. (sumber:e-jurnal.com)
4. Berita adalah informasi yang penting dan menarik perhatian banyak orang. Penyajian berita pun harus mempertimbangkan aspek waktu. Setiap berita terikat dengan waktu dan karenanya kecepatan penyajian berita patut menjadi perhatian.
5. *New Media* atau media online merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).
6. Teori *Uses and Gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya manusia mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya (Nurudin, 2007:192)
7. Transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan

oleh manusia atau mesin. Transportasi online sendiri digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari dengan menggunakan aplikasi yang terdapat di gadget.

D. Kategorisasi

Tabel 3.2 Kategorisasi

| Konsep Teoritis | Konsep Operasional |
|--|--|
| Opini Publik mengenai konflik Pengemudi Becak Motor dengan Pengemudi Transportasi Online di Kota Medan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor-faktor Opini Publik 2. Manfaat Transportasi Online 3. Kelemahan Transportasi Online 4. Faktor Penyebab Konflik 5. Dampak Konflik |

E. Informan

Informan adalah sumber rujukan dari tema yang dibahas oleh peneliti.

Yang menjadi informan ialah:

Masyarakat Kelurahan Pasar Merah Timur Kecamatan Medan Area yang sering menggunakan transportasi online dan mengetahui tentang konflik tersebut. Dari hasil penelitian diperoleh 5 (lima) informan.

F. Teknik pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data yang dilakukan peneliti adalah:

a. Metode Interview (Wawancara)

Wawancara merupakan pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang di peroleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (in-depth interview) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai. (Darmadi, 2014:290)

b. Metode Dokumentasi

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang terbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, cendramata, laporan, artefak, foto, dan sebagainya. Sifat utama data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberikan peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi. (Darmadi,2014:292).

G. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen dalam Gunawan (2013:210) menyatakan bahwa analisis data adalah proses pencarian dan pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan-catatan, dan bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang ditentukan.

Menurut Miles dan Huberman dalam Gunawan (2013: 210-211) mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu:

Reduksi data (*Data Reduction*)

Paparan data (*Data Display*)

Penarikan kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verifying*)

H. Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi Penelitian

Ada pun lokasi Penelitian dilaksanakan di wilayah Kelurahan Pasar Merah Timur Kecamatan Medan Area

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada Oktober 2017.

I. Deskripsi Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kelurahan Pasar Merah Timur Kecamatan Medan Area, berdasarkan data yang diperoleh dari tata usaha Kelurahan Pasar Merah Timur Kecamatan Medan Area sebagai berikut ini.

Pasar Merah Timur adalah salah satu Kelurahan dari 12 (dua belas) Kelurahan yang masuk dalam wilayah Kecamatan Medan Area, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Terletak di sekitar pinggiran Kota Medan. Wilayah yang merupakan bagian dari Kecamatan Medan Area ini memiliki jumlah penduduk seperti berikut:

Gambar 3.3 Data Penduduk

| NO | LINGKUNGAN | JUMLAH PENDUDUK | | | | | | | KETERANGAN |
|--------|------------|-----------------|-------|--------|-------------|---|-----|-----------------|------------|
| | | WNI | | | ORANG ASING | | | WNI+ORANG ASING | |
| | | L | P | L+P | L | P | L+P | L+P | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | I | 525 | 604 | 1,129 | - | - | - | 1,129 | |
| 2 | II | 657 | 661 | 1,318 | - | - | - | 1,318 | |
| 3 | III | 296 | 345 | 641 | - | - | - | 641 | |
| 4 | IV | 304 | 304 | 608 | - | - | - | 608 | |
| 5 | V | 479 | 657 | 1,136 | - | - | - | 1,136 | |
| 6 | VI | 508 | 632 | 1,140 | - | - | - | 1,140 | |
| 7 | VII | 594 | 633 | 1,227 | - | - | - | 1,227 | |
| 8 | VIII | 584 | 590 | 1,174 | - | - | - | 1,174 | |
| 9 | IX | 752 | 723 | 1,475 | - | - | - | 1,475 | |
| 10 | X | 417 | 515 | 932 | - | - | - | 932 | |
| 11 | XI | 484 | 496 | 980 | - | - | - | 980 | |
| 12 | XII | 354 | 388 | 742 | - | - | - | 742 | |
| 13 | XII | 355 | 362 | 717 | - | - | - | 717 | |
| JUMLAH | | 6,309 | 6,910 | 13,219 | - | - | - | 13,219 | |

SUMBER: Tata Usaha Kelurahan Pasar Merah Timur Kecamatan Medan Area (Sep, 2017)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Daftar para informan

Informan I

Nama : Sofi Annisa

Usia : 20 tahun

Profesi : Mahasiswi

Informan II

Nama : Fachri Pratama

Usia : 28 tahun

Profesi : Karyawan

Informan III

Nama : Dea Oki Wardana

Usia : 22 tahun

Profesi : Mahasiswa

Informan IV

Nama : Indah Saragih

Usia : 20 tahun

Profesi : Mahasiswi

Informan V

Nama : Aulia Tara

Usia : 25 tahun

Profesi : Karyawan

a. Faktor-faktor Opini Publik

- Penulis** : Apa faktor yang membentuk opini publik?
- Informan I : Menurut saya, faktor yang membentuk opini publik itu dari informasi atau pun isu yang bertentangan dengan masyarakat itu sendiri.
- Informan II : Faktor yang membentuk opini publik itu adanya fenomena yang menarik di masyarakat dari segi informasi yang sedang hangat diperbincangkan.
- Informan III : Menurut saya, faktornya itu adanya suatu isu yang muncul di tengah masyarakat, baik itu sesuatu hal yang baru maupun adanya sebuah keresahan.
- Informan IV : Faktor yang membentuk opini publik itu adanya pendapat dari masyarakat dalam menanggapi informasi atau isu yang sedang terjadi.
- Informan V : Faktor dari opini publik itu pendapat masyarakat mengenai suatu permasalahan atau perdebatan.

b. Manfaat Transportasi Online

- Penulis** : **Bagaimana manfaat transportasi online bagi anda?**
- Informan I : Bagi saya, transportasi online itu bagus, lebih efisien dan mempermudah masyarakat untuk mencapai tujuan.
- Informan II : Manfaat transportasi online bagi saya hanya lebih cepat, dan lebih efisien.

Informan III : Memudahkan bagi masyarakat untuk lebih praktis dalam mencari transportasi.

Informan VI : Sangat bermanfaat karena transportasi yang ditawarkan sangatlah nyaman dan efisien.

Informan V : Bermanfaat sekali ya, transportasi online ini lebih praktis dan sangat mudah digunakan hanya melalui android.

c. Kelemahan Transportasi Online dan Becak Motor

Penulis : Bagaimana kelemahan menggunakan transportasi online dan becak motor?

Informan I : Kelemahan transportasi online dari segi harga karena semakin banyak orderan atau hujan harga semakin mahal. Kalau becak motor itu tidak efisien, berisik dan ugal-ugalan di jalan.

Informan II : Kalau kelemahan transportasi online mungkin di harganya yang kadang mahal. Becak motor kelemahannya itu ribet.

Informan III : Transportasi online tidak bisanya tawar-menawar dengan driver karena harga tarif sudah di tetapkan dalam sistem. Kalau becak motor suka ugal-ugalan dan bisa membahayakan penumpang.

Informan IV : Kalau kelemahan transportasi online mungkin dari harga yang kadang mahal karna faktor cuaca atau pun jam-jam sibuk.

Kelemahan becak motor itu di kenyamanan dan tidak efisien.

Informan V : Kelemahan transportasi online mungkin dari jaringannya. Jika jaringan lelet bisa menyebabkan susahnya pemesanan. Kalau becak motor sering ugal-ugalan.

d. Faktor penyebab konflik

Penulis : Menurut anda apa faktor penyebab konflik?

Informan I : Menurut saya , faktor penyebab konflik itu kurangnya komunikasi didalam suatu masyarakat yang mempunyai pemikiran berbeda.

Informan II : Faktor penyebab konflik itu mungkin ketika kedua kelompok masyarakat tidak mempunyai pikiran & tujuan yang sejalan.

Informan III : Menurut saya, faktor penyebab konflik itu tidak samanya tujuan yang ingin dicapai.

Infroman IV : Menurut saya, faktor penyebab konflik berbedanya pandangan atau pun adanya isu yang beredar di masyarakat.

Informan V :Penyebab konflik menurut saya, berbedanya pemikiran dan sifat manusia satu dengan yang lain.

e. Dampak Konflik

Penulis : Bagaimana dampak konflik pengendara becak motor dengan transportasi online ?

Informan I : Dampaknya membuat masyarakat takut untuk menggunakan transportasi online lagi seperti di Mall atau pun Stasiun.

- Informan II : Dampak dari konflik ini membuat angka kriminalitas meningkat sehingga membuat masyarakat resah.
- Informan III :Dampaknya membuat masyarakat menjadi takut menggunakan transportasi online.
- Informan IV : Masyarakat resah karena aksi para betor yang terkadang memboikot transportasi online yang sedang beroperasi dengan paksa menyuruh penumpang turun.
- Informan V : Dampaknya masyarakat takut menggunakan transportasi online karena tidak mau menjadi salah satu korban ketika kembali lagi terjadi konflik seperti ini.

f. Saran

Penulis : Apa saran terhadap konflik pengendara becak motor dengan transportasi online di Kota Medan?

- Informan I : Saran saya, sebaiknya pihak transportasi online bisa mensosialisasikan transportasi online kepada pengendara becak motor atau merangkul untuk bersaing secara sehat.
- Informan II : Sarannya, masing-masing kedua belah pihak percaya saja bahwa rezeki sudah diatur. Ya, yang lebih realistis lagi sebaiknya pengendara becak motor beralih ke transportasi online.
- Informan III : Dibat peraturan daerah mengenai kebijakan transportasi online agar tidak menimbulkan masalah lagi.

Informan IV : Saran saya, pemerintah daerah membuat peraturan baru mengenai transportasi online dan di setarakan tarif yang wajar agar para pengendara becak motor tidak merasa tersaingi. Rezeki sudah diatur.

Informan V : Seharusnya para betor bisa bersaing dengan cara yang baik agar tidak terjadi lagi konflik seperti ini.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan 5 (lima) informan yang berada di Kelurahan Pasar Merah Timur Kecamatan Medan Area, yang berkaitan dengan penelitian ini terutama yang mengetahui apa faktor yang membentuk opini publik. Ditemukan beberapa data yang mengetahui faktor yang membentuk opini publik seperti informan I, II, dan III.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa masyarakat mengakui manfaat dengan adanya transportasi online ini dapat membuat mereka lebih mudah dalam mencapai suatu tujuan. Semua data sering menggunakan transportasi online sehingga mereka mengetahui benar manfaat transportasi online di zaman yang serba canggih ini. Seperti informan I,II,III,VI,V.

Selanjutnya, dari penelitian ini juga banyak ditemukan bahwa kelemahan transportasi online terletak pada harganya yang terkadang mahal dan bisa berubah-ubah sesuai sistem yang telah ditetapkan dari perusahaan. Seperti pada informan I,II,III,VI. Tetapi ada informan yang menganggap kelemahan transportasi online terletak pada masalah jaringannya. Seperti informan V. Namun beberapa informan menganggap kelemahan pada becak motor terletak pada tidak efisiennya dan seringnya ugal-ugalan. Seperti pada informan I , III , V. Beberapa informan menganggap bahwa kelemahan dari becak motor terletak pada ketidaknyamanan atau ribet. Seperti informan II, dan VI.

Dalam penelitian ini ditemukan juga beberapa informan yang mengetahui faktor penyebab konflik. Seperti pada informan I, IV dan V. Peneliti juga mengaitkan pernyataan yang dikemukakan oleh Smith, Mazarella dan Piele (1981) dalam Sopiah (2008:60) bahwa faktor penyebab konflik berasal dari masalah komunikasi dan faktor manusia mempunyai sifat yang berbeda. Tetapi ada beberapa informan yang menganggap bahwa faktor penyebab konflik itu ketika masyarakat tersebut tidak mempunyai pemikiran yang sejalan dan tidak memiliki tujuan yang sama. Hal ini di kemukakan oleh informan II dan III.

Pada penelitian ini juga menemukan bahwa informan mengerti akan adanya dampak dari konflik antara becak motor dengan transportasi online ini. Masyarakat takut dalam menggunakan transportasi online lagi setelah adanya konflik ini. Seperti pada informan I, III, dan V. Tetapi ada juga yang menganggap dengan adanya konflik ini masyarakat menjadi resah seperti pada informan II dan IV.

Kemudian didalam penelitian ini, informan memberikan saran terhadap konflik yang terjadi. Dari beberapa informan memberikan saran bahwa para becak motor seharusnya bisa bergabung atau beralih menggunakan aplikasi online. Seperti pada informan I dan II. Namun ada beberapa informan memberikan saran bahwa seharusnya pemerintah bisa bijak dengan membuat peraturan untuk transportasi online seperti pada informan III dan IV.

Terkait dengan pembahasan ini opini publik mengenai konflik pengendara becak motor dengan transportasi online, ditemukan data bahwa opini masyarakat terhadap konflik ini sama yaitu masalah komunikasi dan berbedanya pandangan atau pemikiran dalam menanggapi isu yang beredar di masyarakat. Sehingga merasa pihak yang satu tersaingi. Dan tidak bisanya dalam mencapai tujuan yang sama.

Mengaitkan hasil penelitian dengan teori opini publik menurut Doob (Soemirat dan Ardianto,2013:104) bahwa opini publik itu bersifat tetap *latent* (terpendam) dan baru memperlihatkan sifat yang aktif apabila isu itu timbul kalau terdapat konflik, kegelisahan atau frustrasi.

Menurut Emory S. Bogardus (Olli 2007:27) terdapat tiga fungsi yaitu antara lain, opini publik merupakan pendukung moral masyarakat, dan opini publik juga berfungsi dalam menentukan apakah nilai-nilai itu diterima masyarakat ataukah tidak.

Dari pembahasan di atas dapat dikaitkan juga dengan adanya media online/ *new media* dalam kehidupan masyarakat. Media online sendiri merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).

Media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang complex dan fleksibel yang membuatnya

menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media karena media ini adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (*modern media/new media*).

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan data, hasil wawancara yang diperoleh dari 5 (lima) informan opini publik mengenai konflik pengemudi becak motor dengan transportasi online pada masyarakat Kelurahan Pasar Merah Timur Kecamatan Medan Area, maka simpulan yang diambil dari hasil penelitian ini adalah:

Konflik ini terjadi karena adanya pandangan yang berbeda dari kedua kelompok masyarakat. Setiap manusia mempunyai sifat yang berbeda, pemikiran yang berbeda dalam menanggapi informasi atau pun isu yang beredar di masyarakat. Selain itu kesimpulan yang juga bisa didapat dengan beberapa opini yang diberikan para informan bahwa kedua kelompok tersebut tidak mempunyai tujuan yang sejalan/sama sehingga terjadilah konflik.

Dampak dari konflik ini sendiri membuat masyarakat takut untuk bisa menggunakan transportasi online lagi. Padahal transportasi online sangat bermanfaat bagi masyarakat. Selain mudah pemesanannya, kenyamanan penumpang lebih diutamakan. Dari hasil penelitian berdasarkan informan menginginkan para becak motor untuk bergabung menjadi moda transportasi online agar tidak ada lagi terjadi konflik seperti ini.

Penelitian ini terdapat penjelasan mengenai komunikasi, opini publik, konflik, berita, *new media*/media online.

Penelitian ini tidak hanya fokus kepada konflik yang sempat terjadi, tetapi juga fokus kepada opini publik masyarakat di Kelurahan Pasar Merah Timur Kecamatan Medan Area.

Wilayah Kelurahan Pasar Merah Timur Kecamatan Medan Area memiliki jumlah penduduk sebesar 13,219 jiwa. Penduduk Pasar Merah yang padat dengan menggunakan transportasi online dan mengetahui konflik yang terjadi antara para becak motor dengan transportasi online.

B. Saran

Penelitian ini tidak hanya untuk kepentingan peneliti saja namun juga bermanfaat untuk pihak yang berkepentingan seperti para pengguna transportasi online dan becak motor di Kelurahan Pasar Merah Timur Kecamatan Medan Area. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menerima masukan dari para informan, yaitu:

1. Masyarakat Kelurahan Pasar Merah Timur Kecamatan Medan Area berharap dibuatnya peraturan baru mengenai perizinan transportasi online dan segera diberlakukan agar tidak menimbulkan konflik yang sama kedepannya.
2. Pemerintah seharusnya lebih bijak lagi dalam menghadapi era digital seperti sekarang ini agar tidak adanya kesenjangan sosial dalam mencari rezeki.
3. Seharusnya penyedia jasa transportasi konvensional harus lebih kreatif lagi dalam menghadapi persaingan bisnis dengan perusahaan transportasi online. Para pengemudi becak motor juga harus bisa mementingkan kenyamanan penumpang dan bisa bersaing secara sehat dengan penyedia jasa transportasi konvensional maupun transportasi online di Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Yanuar. 1992. *Dasaar-dasar Kewartawanan Teori dan Praktik*, Jakarta: Angkasa Padang Raya.
- Arifin, Anwar, 2010. *Opini Publik*, Gramata Publishing, Jakarta.
- Assegaf, Dja'far. 1991. *Jurnalistik Masa Kini*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Bagdakian, B.H., 2004. *The New Media Monopoly*. Beacon Press, Boston
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi :Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada MediaGrup
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi* .Jakarta: Raja Grafindo persada
- Darmadi, Hamid. 2014. *Metode penelitian pendidikan dan sosial*. Bandung: Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: RemajaRosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*.Yogyakarta: Graha Ilmu
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, Bumi Angkasa, Jakarta.
- Kurnia, S. S. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Kusumaningrat, Hikmat. 2005. *Jurnalistik Teori & Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Littlejohn, S.W. dan Karen A.F., 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*, SAGE Publications, California
- McQuail, Dennis. 2009. *Mass Communication Theory*. London: Stage Publication.
- Modry, 2008, *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*, Ghalia Indonesia,Bogor.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*.Bandung: Remaja Rosdakarya

- Morissan, 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Kencana Prenada Media, Jakarta.
- Nuruddin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Olii, Helena.2007.*Opini Publik*. Jakarta:Indeks
- Poloma, Margaret M. 2003. *Sosiologi Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Press.
- Queen, Dei Sanasta 2016. *Analisis Wacana Berita Konflik KPK vs POLRI DI KALTIMPOST* .
- Robbins, Stephen P. 2006. *Perilaku Organisasi Ed. 10*. Jakarta : Indeks
- Soehoet. Hoeta. 2003. *Media Komunikasi*. Jakarta:Yayasan Kampus Tercinta IISP Jakarta
- Soemirat, Sholeh dan Ardianto. 2013. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung Remaja Rosdakarya.
- Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta : Andi.
- Van Dijk, J.A.G.M. 2006. *The Network Society*. SAGE London, Publications Zarella.
- Widjaja, 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi Edisi Revisi*. Jakarta : Rineka cipta.
- Widjaja, 2009. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi Edisi Revisi*. Jakarta : Rineka cipta
- Widodo, 1997. *Teknik Wartawan Menulis Berita di Surat Kabar dan Majalah*. Surabaya: Indah.

Sumber lain:

<https://www.go-jek.com>, (diakses 2 agustus 2017 pukul 18.00)

<https://www.grab.com>, (diakses 2 agustus 2017 pukul 18.00)

<https://www.uber.com>, (diakses 2 agustus 2017 pukul 18.00)

<https://www.modatransportasi.co.id> (diakses 2 agustus 2017 pukul 18.00)

[https:// www. id.wikipedia.org](https://www.id.wikipedia.org) (diakses 2 agustus 2017 pukul 18.00)

[https:// www. ayonews.com](https://www.ayonews.com) (diakses 2 agustus 2017 pukul 18.00)

