OPINI PUBLIK TERHADAP BERITA PENCULIKAN ANAK DI KOTA MEDAN

SKRIPSI

Oleh:

HENI PUSPITA
NPM : 1503110067

PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI HUBUNGAN MASYARAKAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Telah selesai bimbingan diberikan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama	: HENI PUSPITA
NPM	: 1503110067
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Opini Publik terhadap Berita Penculikan Anak di Kota Medan

Medan, 15 Maret 2019

Pembimbing

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom

DEKAN

DR. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama	:	HENI PUSPITA
NPM	:	1503110067
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Pada hari, Tanggal	:	Jumat 15 Maret 2019
Waktu	:	07.45 Wib

TIM PENGUJI

PENGUJI I	:	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP	(.....)
PENGUJI II	:	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	(.....)
PENGUJI III	:	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	(.....)

PANITIA UJIAN

Ketua	Sekretaris
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP	**Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom**

PERNYATAAN

بسم الله الرحمن الرحيم

Dengan ini saya, HENI PUSPITA, NPM 1503110067, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau mengambil karya ilmiah orang lain, adalah tindakan kejahatan yang dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis di dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi ini saya beserta nilai-nilai ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkip nilai yang telah saya terima.

Medan, Maret 2019
Yang Menyatakan

HENI PUSPITA
NPM. 1503110067

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Heni Puspita
N P M : 1503110067
Jurusan : Ilmu komunikasi
Judul Skripsi : Opini Publik terhadap Berita Penculikan Anak di kota Medan.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	8/12-2018	Bimbingan BAB 1.2 dan 3	
2	12-12-2018	ACC BAB 1.2 dan 3	
3	14-01-2019	Revisi BAB 3	
4.	17-01-2019	ACC BAB 3	
5.	28-01-2019	Bimbingan Daftar wawancara.	
6.	30-01-2019	ACC DAFTAR WAWANCARA	
7.	28-01-2019	Bimbingan Bab 4 dan 5	
8	01-03-2019	Revisi BAB 4 dan 5.	
9.	06-03-2019	ACC SKRIPSI	

Medan, 06 Maret 2019

Dekan,

(Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos. M.Ikom)

Ketua Program Studi,

(NURHASANAH NASUTION, S.Sos. M.Ikom)

Pembimbing ke : ...

(Drs. ZULIAHMI, M.Ikom)

OPINI PUBLIK TERHADAP BERITA PENCULIKAN ANAK DI KOTA MEDAN

HENI PUSPITA
1503110067

ABSTRAK

Diera globalisasi yang sekarang ini kerap kali anak menjadi sumber kejahatan, seperti penculikan, perampasan, bahkan sampai pelecehan yang bernuansa seksual. Fenomena kejahatan ini terjadi karena ketidak berdayaan fisik seorang anak untuk melawan, kejahatan seperti ini juga kerap terjadi dan sering kita temui di berbagai daerah. Seperti berita berita penculikan anak yang belakangan ini dimuat dan tersebar di media sosial facebook. Masalah muncul ketika para orang tua yang memili anak usia 0 -10 tahun membaca berita tersebut. Apakah sebagian dari masyarakat merasa cemas atau malah menganggap berita tersebut hanya kebohongan. Tujuan dari penelitian ini sendiri untuk mengetahui bagaimana tanggapan masyarakat terhadap berita penculikan anak yang sering muncul dimedia sosial *facebook* yang sering menaikkan tingkat kecemasan para orang tua yang membaca berita tersebut. Dalam penelitian ini digunakan teori Kultivasi (*Cultivation theory)*, untuk mengetahui seberapa besar dampak media sosial terhadap masyarakat yang mengakses dan membaca berita yang dimuat melalui media sosial. Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian Deskriptif Kualitatif. Jenis penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang sedang terjadi di lokasi penelitian dengan sebab – sebab tertentu. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah Wawancara, Dokumentasi dan Observasi. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan, bahwa terjadinya tingkat kecemasan para orang tua terhadap anak – anak terkait berita yang dimuat di media sosial *facebook* karena seringnya mengakses media sosial *facebook* dan seringnya menemukan dan membaca berita terkait penculikan anak tersebut. Mereka menganggap berita tersebut memang benar adanya dan terjadi karena sudah dimuat dimedia sosial, bahkan masyarakat yang lainnya juga saling membagikan berita untuk keselamatan anak – anak mereka.

Kata Kunci :Opini Publik, Berita, Penculikan Anak, Kota Medan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat, karunia dan hidayah-Nya yang tak ternilai sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Tidak lupa pula shalawat beserta salam penulis ucapkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk membela agama Islam dan membawa Umatnya kejalan yang benar berdasarkan AL-Qur'an dan Al-Hadits.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Skripsi ini berisikan tentang **"Opini Publik Terhadap Berita Penculikan Anak Di Kota Medan"** yang masih jauh dari kata sempurna, karena dalam proses penyelesaiannya tidak sedikit kesulitan dan hambatan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, nasihat, doa, harapan dan bantuan dari berbagai pihak untuk kesempurnaan isi skripsi ini. Melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ayahanda Tercinta Jafar Siddik dan Ibunda Tercinta Lanum Widiami yang telah tulus dan ikhlas Melahirkan, merawat, membesarkan, memberi berbagai kecukupan, Memberikan Penddikan Nonformal dan Formal kepada penulis sampai Kepeguruan Tinggi. Yang tidak pernah lelah memberikan Kasih

sayang, dukungan, cinta yang sangat besar dan tulus bagi penulis, yang selalu mengiringi do'a dan ridho-Nya setiap waktu sehingga Putrimu bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

2. Bapak Dr. Agussani, M.AP sebagai Rektor Universitas Muhammadiyahah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Arifin Saleh,S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan dukungan, waktu, kesempatan dan ilmunya kepada penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Abrar Adhani, S.Sos. M.I.Kom selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Sekaligus dosen Pembimbing Akademik Penulis yang selalu senantiasa memberi arahan dan masukan kepada penulis.
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 Sekertaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Seluruh Dosen dan Staff Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah memberikan saya ilmu sampai sekarang ini.

9. Staff BIRO Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah membantu semua urusan saya dalam urusan perkuliahan.
10. Ibu Moulita selaku dosen dan tempat saya mencari solusi, terimakasih sudah memberikan waktu, pemikiran dan ilmunya untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Bapak Marsun Selaku Kepala Lingkungan IV Kelurahan Pangkalan Masyhur yang sudah membantu dan memudahkan akses saya dalam melakukan penelitian.
12. Kedua Abangda Jemy Afrian Sinatra dan Jefry Akbar, terimakasih selalu mencukupi Kebutuhan penulis, memberikan lindungan sampai saat ini dan pengalaman kalian selalu memotivasi penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini dan seluruh keluarga yang memberi semangat kepada penulis.
13. Santy handayani dan Romy dwi putra yang sudah menjadi tempat mengeluh penulis saat sudah lelah. Terimakasih banyak memberikan masukan kepada penulis sampai menyelesaikan skripsi ini.
14. OOPS Skwat Annisa Majlaika, Dinayu Maghfira, Yulia Sari, Umi Syafitri, Rifan Syukhori Lubis, Irfan Indra Mulyawan, Reyhan Fahrozi, Bambang Satria, Mahdi Sihombing, Muhammad Suganda, Fadil Farizky, Syahroni Agustian, Abizar Fahlesi dan Firdaus yang banyak membantu memberikan motifasi, pemikiran untuk menyelesaikan skripsi ini dan teman – teman Seperjuangan 2015 termakasih sudah membantu saya.

15. Keluarga Besar HMJ Ilmu Komunikasi FISIP UMSU, Khusunya rekan – rekan 005 terimakasih sudah banyak memberikan saya ilmu dan pengalaman organisasi.
16. Irma Yunistira Pasaribu, Mandasari Hutagaol dan Fitri Purnamasari, teman seperantauan yang selalu mengingatkan dan menemani untuk menyelesaikan skripsi ini.
17. Abangda M. Gunawan Manurung, SP yang selalu memberikan saya motivasi dan waktu untuk saya menyelesaikan skripsi ini.
18. Wiwit andreani Sahabat sedari Sekolah yang selalu membangkitkan semangat saya, yang selalu menemani dan membantu saya, terimakasih sudah menjadi tempat mencurahkan kelelahan menyelesaikan skripsi.
19. Seluruh pihak yang membantu penulis menyelesaikan Skripsi ini, walaupun tidak tertulis insyaallah bantuan kalian akan menjadi amal baik, amain.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis mohon maaf jika didalam penulisan masih ada kesalahan dan kekurangan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Medan, Februari 2019
Penulis

Heni Puspita

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**

KATA PENGANTAR ..... **ii**

DAFTAR ISI ..... **vi**

DAFTAR GAMBAR ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **ix**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi Masalah 3

1.3 Pembatasan Masalah 3

1.4 Tujuan Penelitian 4

1.5 Manfaat Penelitian 4

1.6 Sistematika Penulisan 4

BAB II URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi 6

2.1.1 Pengertian Komunikasi 6

2.1.2 Unsur – Unsur Komunikasi 7

2.1.3 Tipe Komunikasi 10

2.1.4 Fungsi Komunikasi 11

2.1.5 Proses Komunikasi 12

2.1.6 Hambatan Komunikasi 13

2.1.7 Mengatasi Hambatan Komunikasi 15

2.1.8 Efek Komunikasi 15

2.2 Komunikasi Massa 16
2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa 16
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa 17
2.2.3 Efek Pesan Komunikasi Massa 19
2.2.4 Karakteristik Komunikasi Massa 20
2.3 Opini Publik 21
2.3.1 Pengertian Opini Publik 21
2.3.2 Karakteristik Opini Publik 23
2.3.3 Faktor-faktor yang Membentuk Opini Publik 24
2.3.4 Kekuatan Opini Publik 25
2.3.4 Fungsi Opini Publik 27
2.4 Berita 28
2.4.1 Pengertian Berita 28
2.4.2 Unsur- Unsur Berita 30
2.4.3 Jenis Berita 31
2.4.4 Kriteria Nilai Berita 33
2.5 *New Media* (Media Baru) 34
2.6 Jejaring Sosial 38
2.6.1 *Facebook* 38
2.7 Teori Kultivasi 39
2.8 Masyarakat 40
2.9 Penculikan Anak 42
BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian 44
3.2 Kerangka Konsep 45
3.3 Definisi Konsep 45
3.4 Kategorisasi 46
3.5 Informan/Narasumber 46
3.6 Tekhnik Pengumpulan Data 47
3.7 Tekhnik Analisa Data 48
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian 48
3.8.1 Lokasi Penelitian 48
3.8.2 Waktu Penelitian 48
3.9 Deskripsi Objek Penelitian 48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN
4.1 Hasil Penelitian 50
4.1.1 Profil Para Informan 51
4.1.2 Hasil Wawancara 52
4.2 Pembahasan 57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 61
5.2 Saran 62
DAFTAR PUSTAKA 63
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Komunikasi..... 12

Gambar 1.2 Kerangka Konsep..... 45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kategorisasi 46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Anak merupakan karunia sangat berharga yang diberikan Tuhan Yang Maha Esa kepada keluarga dalam kehidupan berumah tangga. Anak adalah aset yang sangat berharga bagi orang tua. Anak juga penerus bangsa yang didalamnya melekat harkat dan martabat untuk keluarga yang harus dijunjung tinggi, Maka dari itu orang tua memiliki peranan yang sangat penting untuk menjaga, mendidik dan memberikan kasih sayang kepada anak-anaknya.

Diera globalisasi yang sekarang ini kerap kali anak menjadi sumber kejahatan, seperti penculikan, perampasan, bahkan sampai pelecehan yang bernuansa seksual. Fenomena kejahatan ini terjadi karena ketidak berdayaan fisik seorang anak untuk melawan, kejahatan seperti ini juga kerap terjadi dan sering kita temui di berbagai daerah.

Seperti belakangan ini tersebar Informasi mengenai penculikan anak yang dimuat diberbagai media, membuat masyarakat khususnya orangtua resah terhadap keamanan dan kenyamanan anak-anak mereka ketika jauh dari jangkauan orang tuanya . Dalam hal ini para orang tua juga selalu waspada terhadap maraknya berita penculikan anak tersebut. Beberapa media juga sudah banyak menginformasikan tentang kasus penculikan ini, agar para orang tua lebih waspada dan anak mereka tidak menjadi korban dari kasus ini.

Informasi terkait berita penculikan anak yang didapatkan masyarakat tidak jauh-jauh dari media, salah satunya media social yang saat ini banyak digunakan oleh semua kalangan masyarakat baik tua maupun muda, salah satunya media social *Facebook*. Karena dijaman secanggih ini, media menjadi pusat informasi bagi masyarakat.

Facebook merupakan salah satu media social yang sangat mudah digunakan oleh kalangan tua maupun muda. Mengingat sekarang banyak juga orang tua yang menggunakan facebok untuk kepentingan informasi maupun komunikasi. Banyak informasi yang bisa diambil dan dibagikan oleh masyarakat melalui facebok, tetapi masyarakat juga harus bisa memfilter setiap berita yang didapat.salah satunya berita penculikan anak yang membuat warga cemas belakangan ini.

Tidak hanya terkait berita yang dimuat dan beredaar di media sosial, bahkan sebagian dari mereka juga sudah menemukan atau mendengar kabar penculikan ini disekitar tempat tinggal mereka, yang membuat cemas masyrakat khusunya mereka yang memiliki anak yang masih dibawah umur dan masih burtuh perlindungan dari orang tua mereka.

Maraknya berita Penculikan Anak yang terjadi ini membuat penulis tertarik ingin mencari tahu bagaimana tanggapan masyarakat terait informasi yang diterima oleh masyarakat dari media tentang berita penculikan anak ini, apakah dapat mempengaruhi tingkat kecemasan dan kekhawatiran orang tua terhadap anak-anak mereka, atau malah masyarakat menganggap berita ini hanya kebohongan saja. Berdasarkan pemkiran dan hal yang terjadi tersebut, penulis

mengambil judul penelitian terkait **“Opini Publik Terhadap Berita Penculikan Anak di Kota Medan”.**

Opini Publik bisa didefinisikan sebagai kumpulan pendapat orang yang berbeda dan kompleks. Selain itu opini public juga merupakan jawaban terbuka terhadap suatu persoalan atau isu ataupun jawaban yang dinyatakan berdasarkan kata-kata yang diajukan secara tertulis maupun lisan (Dr. Iswandi Syahputra, 2018, hal. 8).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks masalah yang sudah diuraikan diatas, perumusan penelitian ini adalah “bagaimana Opini Publik Terhadap Berita Penculikan Anak di Kota Medan”.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup penelitian yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan di teliti lebih terarah, meluas dan tidak samar. Oleh karena itu peneliti membatasi membatasi masalah sebagai berikut :

A. Penelitian ini hanya dilakukan kepada masyarakat Kecamatan Medan Johor, Kelurahan Pangkalan Masyhur, Lingkungan IV.

B. Penelitian ini hanya dilakukan kepada Masyarakat yang menggunakan dan mengetahui berita ini melalui media social Facebook.

C. Penelitian ini hanya dilakukan kepada masyarakat khususnya orang tua yang memiliki anak yang berusia 0 – 10tahun.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitia ini adalah untuk mengetahui bagaimana Opini Masyarakat Terhadap Berita Penculikan Anak yang terjadi dikota Medan, khususnya di Kecamatan Medan Johor Kelurahan Pangkalan Masyhur Lingkungan IV, yang belakangan ini membuat masyarakat menjadi cemas dengan beredarnya berita tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

A. Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan untuk penulis terhadap Opini Publik.
B. Manfaat akademis, penelitian ini dapat memberikan wawasan ilmu dan memperkaya literature bacaan dan sumber penelitian di Lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Khususnya jurusan Ilmu Komunikasi.
C. Manfaat praktis, penelitin ini dapat menjadi masukan dan referensi kepada pihak - pihak yang membutuhkan penelitian tentang Opini Publik dibidang Ilmu Komunikasi.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I (PENDAHULUAN)

Pada bab ini Berisikan pendahuluan yang berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II (URAIAN TEORITIS)

Berisikan uraian teoritis yang menguraikan tentang Teori Komunikasi, Opini Publik, Berita, New Media/Media Online, Sosial Media, Komunikasi Massa, Teori Kultivasi, Masyarakat dan Penculikan Anak.

BAB III (METODE PENELITIAN)

Berisikan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Kategorisasi, Informan, Lokasi dan Waktu Penelitian, Deksripsi Objek Penelitian.

BAB IV (ANALISIS DAN PEMBAHASAN)

Berisikan Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V (PENUTUP)

Berisikan penutup yang menguraikan Kesimpulan dan Saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

1.1 Komunikasi

1.1.1 Pengertian Komunikasi

Pengertian komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin "*communis*" yang berarti sama. Ketika kita berkomunikasi (*to communicate)*, berarti bahwa kita berada didalam keadaan berusaha untuk menimbulkan suatu persamaan (*commones)* dengan seseorang. Jadi, pengertian komunikasi adalah sebagai proses "menghubungi" atau "mengadakan "perhubungan". (rosmawati,2010:17)

Everett M.Rogerst, seorang pakar sosiologi Amerika Serikat, mendefinisikan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud mengubah tingkah laku mereka.

Shannon dan Weaver (1949) mendefinisikan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja, tidak terbatas dalam bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi. (Tamburaka, 2012)

Menurut Liliweri (2009:08) dalam bukunya Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya mengutip pendapat Walstrom dari berbagai sumber menyebutkan beberapa definisi komunikasi, yakni:

a) Komunikasi antarmanusia sering diartikan dengan pernyataan diri yang paling efektif.
b) Komunikasi merupakan pertukaran pesan
c) pesan secara tertulis dan lisan melalui percakapan, atau bahkan melalui penggambaran yang imajiner.
d) Komunikasi merupakan pembagian informasi atau pemberian hiburan melalui kata-kata secara lisan atau tertulis dengan metode lainnya.
e) Komunikasi merupakan pengalihan informasi dari seorang kepada orang lain.
f) Pertukaran makna antara individu dengan menggunakan sistem simbol yang sama.
g) Komunikasi adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui suatu saluran tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu.
h) Komunikasi adalah proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tertulis melainkan melalui bahasa tubuh, atau gaya atau tampilan pribadi, atau hal lain disekelilingnya yang memperjelas makna.

1.1.2 Unsur– unsur Komunikasi

Hafied cangara (2010:20) mengatakan bahwa komunikasi hanya bisa disebut komunikasi jika memiliki unsur-unsur pendukung yang membangunnya sebagai *body of knowledge,* yakni: sumber, pesan, media, penerima, pengaruh, umpan balik, dan lingkungan. Unsur-unsur ini juga disebut dengan komponen atau elemen.

Adapun unsur-unsur pendukung komunikasi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi, lembaga, atau Negara.

b. Pesan

Pesan dalam komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima, dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa media hiburan, informasi, ilmu pengetahuan, nasihat atau propaganda.

c. Media

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media komunikasi ada yang berbentuk saluran antarpribadi, media kelompok dan media massa. Istilah media banyak digunakan dengan sebutan berbeda, misalnya saluran, sarana, dalam bahasa inggris disebut *channel.*

d. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk organisasi, instansi departement, partai atau Negara. Penerima bisa disebut dengan berbagai istilah seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau audience.

e. Pengaruh

Pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Pengaruh bisa juga disebut sebagai dampak, akibat atau *effect*.

f. Tanggapan Balik

Umpan balik merupakan salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Tetapi, karena pengaruh tidak selamanya berbalik kepada penerima, tanggapan balik dapat dibedakan dengan pengaruh. Tanggapan balik ini juga bisa disebut dengan reaksi atau *feedback.*

g. Lingkungan

Lingkungan merupakan faktor lain yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat dibedakan menjadi empat macam, yakni lingkungan fisik, ligkungan social budaya, lingkungan psikologi dan dimensi waktu. Lingkungan fisik menunjukan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak rintangan fisik, misalnya ketidak tersedianya layanan komunikasi. Lingkungan social menunjukan faktor social budaya, ekonomi, politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kepercayaan, adat istiadat, dan status social. Lingkungan psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunkikasi, misalnya menghindari kritik yang dapat menyingung perasaan orang lain, menyajikan informasi yang sesuai dengan

usia audience. Sementara dimensi waktu merupakan aktu yang tepat untuk menyampaikan kegiatan komunikasi.

1.1.3 Tipe Komunikasi

Klasifikasi tipe atau bentuk komunikasi di kalangan para pakar juga berbeda satu sama lain. Klasifikasi itu didasarkan atas sudut pandang para pakar menurut pengalaman dan bidang studynya. (Dewi, 2007).

Menurut Joseph A. DeVito dalam bukunya *Communicology* (1982) membagi komunikasi atas empat macam, yakni :

a. Komunikasi Diri Sendiri (*Intrapersonal Comunication)*

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi pada diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi ini karna adanya seseorang yang memberi arti terhadap suatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya.

b. Komunikasi Kelompok Kecil *(Small Group Communication)*

Komunikasi Kelompok Kecil juga sering disebut banyak kalangan sebagai Komunikasi Antarpribadi, Karena Proses komunikasinya berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya.

c. Komunikasi Publik *(Public Communication)*

Komunikasi public bisa disebut sebagai Komunikasi Pidato, Komunikasi Kolektif, Komunikasi Retorika, *public speaking*. Dimana komunikasi

public menunjukan suatu proses komunikasi dimana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka didepan khalayak.

d. Komunikasi Massa *(Mass Communication)*

Komunikasi Massa didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal, melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televise, surat kabar dan film.

1.1.4 Fungsi Komunikasi

Nabi Muhammad.saw pernah bersabda bahwa jika engkau ingin brusia panjang maka "*silaturahmilah"*, dengan kata lain *"berkomunikasilah"*. Sehingga komunikasi bisa berfungsi sebagai jembatan hubungan manusia dalam bermasyarakat.

Fungsi komunikasi juga bisa ditelusuri dari tipe komunikasi itu sendiri, yakni :

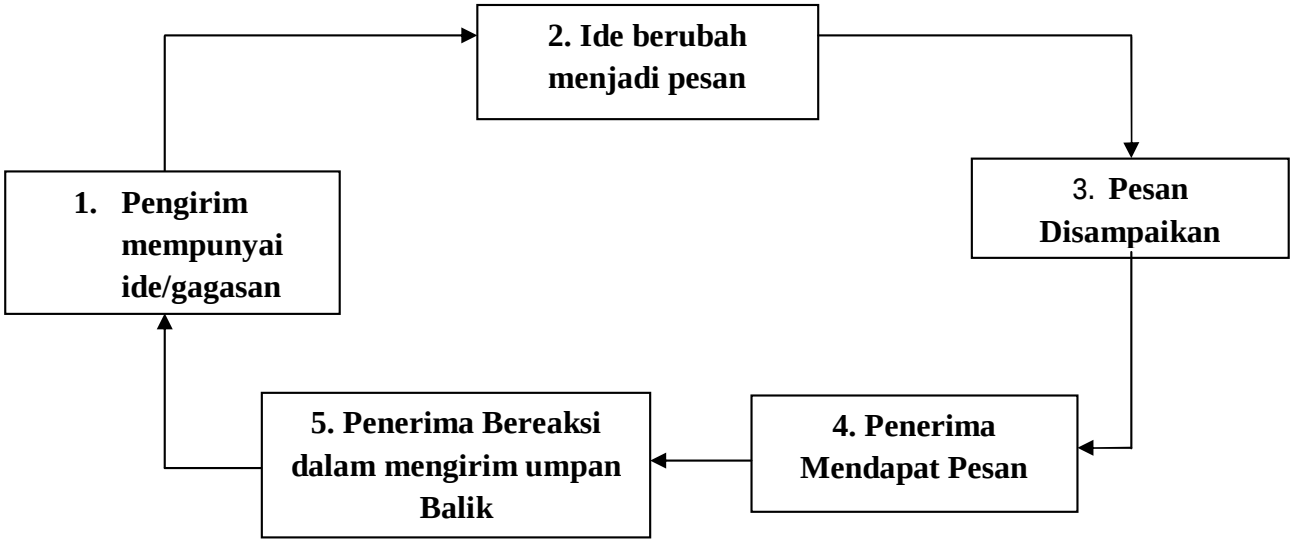
a. Komunikasi dengan diri sendiri, berfungsi untuk mengembangkan kreatifitas imajinasi, memahami dan mengendalikan diri serta meningkatkan kematangan berikir sebelum mengambil keputusan.
b. Komunikasi kelompok kecil berfungsi meningkatkan hubungan insani (*human relation*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidak pastian sesuatu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.

c. Komunikasi publik berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan *(solidaritas)*, memberi informasi, mempengaruhi orang lain untuk kebaikan, mendidik dan menghibur.

d. Komunikasi massa berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi dan menciptakan kegembiraandalam hidup seseorang. (Cangara, 2014)

1.1.5 Proses Komunikasi

Bovee dan Thill dalam bukunya *Businnes Communication Today*, menggambarkan proses komunikasi sebagai berikut :



Gambar 2.1 Proses Komunikasi

Proses Komunikasi tersebut terdiri dari 5 (Lima) tahap kegiatan, yakni :

a. Pengirim memiliki ide

Komunikasi diawali dengan adanya ide dalam pikiran seseorang (pengirim) dan kemudian ingin menyampaikannya kepada orang lain.

b. Ide diubah menjadi pesan

Ide yang ada dalam pemikiran pengirim idak mudah dimengerti oleh orang lain, agar dapat dengan mudah dipahami dibentuk menjadi pesan. Bentuk pesan, gaya penyampaian, dan nada tergantung pada selera dan pilihan pengirim pesan. Perubahan ide menjadi pesan sering disebut *enconding.*

c. Pemindahan Pesan

Setelah ide diubah menjadi pesan, selanjutnya adalah memindahkan pesan kepada penerima melalui berbagai bentuk komunikasi dan media komunikasi. Pemilihan saluran dan media komunikasi tergantung pada jenis dan sifat yang akan dikirim.

d. Penerima menerima pesan

Penerima mengartikan atau mengintrepretasikan pesan yang diterima dari sumber.

e. Penerima pesan bereaksi dan mengirimkan umpan balik

Sebagai tanggapan atas pesan yang diterima, pnerima akan memberi sinyal (misalnya mengangguk, tersenyum, atau secara tertulis). Umpan balik adalah tanggapan dari penerima pesan dan merupakan elemen dari komunikasi, apabila penerima pesan tidak memahami pesan, maka pesan perlu diperbaiki dan dikirim ulang.

1.1.6 Hambatan Komunikasi

Untuk berkomunikasi secara efektif tidak cukup hanya dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi efektifitas komunikasi. Tetapi juga disertai

dengan faktor-faktor hambatannya. (Cangara, 2004:131) mengemukakan hambatan dalam komunikasi terdiri atas tujuh macam, yakni :

a. Hambatan tekhnis, misalnya gangguan pada stasiun radio, jaringan telepon, kerusakan pada alat komunikasi, dan lain-lain.
b. Ganguan semantik, merupakan gangguan yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Misalnya, kata-kata yang terlal banyak memakai bahasa asing, penggunaan bahasa berbeda.
c. Gangguan psikologis, merupakan rintangan yang terjadi karena adanya persoalan dalam diri individu, misalnya rasa curiga, situasi berduka atau gangguan kejiwaan.
d. Rintangan fisik atau organic merupakan rinangan letak geografis, misalnya, jarak yang jauh sehingga sulit di capai transprortasi dan komunikasi.
e. Rintangan status merupakan rintangan yang terjadi karena perbedaan status social dan senioritas. Misalnya, antara atasan dengan bawahan atau antara dosen dengan mahasiswa.
f. Rintangan kerangka pikir merupakan rintangan yang terjadi karena adanya perbedaan pola pikir. Perbedaan pola pikir bisa disebabkan karena pengalaman atau latar belakang pendidikan yang berbeda.
g. Rintangan budaya merupakan rintangan yang disebabkan oleh perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut.

1.1.7 Mengatasi Hambatan Komunikasi

Cara mengatasi hambatan dan memperbaiki komunikasi agar menjadi efektif (Bovee dan Thill, 2003:22) adalah :

a. Memelihara iklim komunikasi terbuka
b. Bertekat memegang teguh etika berkomunikasi
c. Memahami kesulitan komunikasi antarbudaya
d. Menggunakan pendekatan berkomunikasi yang berpusat pada penerima
e. Menggunakan teknologi secara bijaksana dan bertanggung jawab untuk memperoleh dan memberi informasi
f. Menciptakan dan memproses pesan secara efektif dan efisien. Hal itu dapat dilakukan dengan cara :
    1) Memahami penerima pesan
    2) Menyesuaikan pesan dengan penerima
    3) Mengembangkan dan menghubungkan gagasan
    4) Mengurangi jumlah pesan
    5) Memilih saluran atau media yang tepat
    6) Meningkatkan keterampilan berkomunikasi

1.1.8 Efek Komunikasi

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga pengaruh dalam diri komunikan, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk) dan konatif (tingkah laku yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu, Daryanto(2010:27).

Efek komunikasi adalah dampak yang di ikuti dari beragam bentuk pesan atau content, komunikasi yang ditransformasikan dalam interaksi komunikasi atau komunikasi massa. target audience yang menjadi sasaran media dan saluran politik lainnya. Efek komunikasi dalam proses dan tindakan politik ada tiga jenis atau tahap, yaitu :

1) Kognitif yaitu efek komunikasi politik yang berlangsung pada level pemikiran.
2) Afektif yaitu efek komunikasi pada level emotional/ perasaan/sikap.
3) Efek Perilaku *(behavior)* yaitu efek komunikasi politik pada level perilaku

Kemudian ada juga efek jangka pendek dan panjang, antara lain sebagai berikut :

1) *Short tern* efek yaitu efek jangka pendek yang berlangsung pada individu, group, dan yang bersifat cepat dan sementara. misal : opini mengenai kasus politik.
2) *Long tern* efek yaitu efek komunikasi atau komunikasi massa yang bersifat lambat.

1.2 Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Fredison, dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat

– alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat. (Rakhmat seperti yang dikutip dalam komala, dalam Karlinah.2000).

Bagi Freidson, khalayak yang banyak dan tersebar itu dinyatakan dengan istilah sejumlah populasi, dan populasi tersebut merupakan representasi dari berbagai lapisan masyarakat. Artinya pesan tidak hanya ditujukan pada kelompok orang tertentu, melainkan untuk semua orang.

Freidson dapat menunjukkan ciri komunikasi Massa lain yaitu, dengan adanya unsur keserempakan penerimaan pesan oleh komunikan, pesan dapat mencapai pada saat yang sama kepada semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat. Karena dalam proses komunikasi massa ada sifat keserempakan dalam penerimaan pesan. (Romli, 2016)

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut De Vito dalam Winarni (2003:245), ada beberapa fungsi yang diemban komunikasi massa, yakni sebagai berikut :

1) Fungsi menghibur

   Media massa sebagian besar melakukan fungsi sebagai media yang memberikan penghiburan bagi khalayaknya. Hal ini terlihat pada acara acara humor, artikel humor, irama musik, tarian, dan lain lain. Dimana pesan pesan yang menghibur tersebutdibuat sedemikian rupa sehingga menarik dan menghibur khalayak.

2) Fungsi menyakinkan

Media mempunyai fungsi untuk meyakinkan khalayaknya. Persuasi ini dapat dilihat dalam bentuk :

- Mengkukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang
- Mengubah sikap, nilai, kepercayaan seseorang
- Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu
- Menawarkan etika atau system nilai tertentu

3) Menginformasikan

Media memberikan informasi tentang peristiwa, baik yang bersifat local, regional, nasional, dan internasional kepada khalayaknya. Kita tahu bahwa sebgian besar informasi, kita dapatkan dari media. Baik itu informasi music, politik, film, seni, ekonomi, sejarah, dan lain lain.

4) Menganugrahkan status

Menurut Lazarsfeld dan Meton dalam Winarni (2003:46), “Jika Anda benar benar penting, Anda akan menjadi pusat perhatian masa dan jika Anda menjadi pusat perhatian massa, berarti Anda memang penting”. Sebaliknya, “Jika Anda tidak mendapatkan perhatian massa, maka Anda tidak penting”. Orang orang yang penting setidaknya dimata masyarakat adalah orang orang yang sering dimuat dimedia.

5) Fungsi membius

Fungsi membius media terjadi bila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu telah diambil. Sebagai akibatnya penerima terbius dalam keadaan tidak aktif seakan berada dalam pengaruh narkotik.

6) Menciptakan rasa kebersatuan

Media mampu menciptakan atau membuat kita sebagai khalayak merasa menjadi anggota suatu kelompok, antara lain sebagao berikut :

- Privatisasi

  Media mampu atau memiliki kecenderungan menciptakan lawan dari rasa kesatuan dari hubungan yaitu membuat seseorang untuk menarik diri dari kelompoksosial dan menguatkan diri ke dalam dunianya sendiri.

- Parasosial

  Hubungan yang dikembangkan oleh pemirsa atau khalayak dengan tokoh tokoh media atau tokoh dramatic. Biasanya dalam bentuk menulis surat, telefon, faksimili, e-mail, kepada tokoh -tokoh seperti dokter, pengacara, dan lain lain untuk mendapatkan nasihat.

2.2.3 Efek Pesan Komunikasi Massa

Menurut Ardiyanto dan Erdiyana (2004:52), terdapat tiga efek pesan komunikasi massa, yakni sebagai berikut :

a) Efek kognitif

Membahas tentang bagaimana media massa dapet membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya

b) Efek afektif

Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu. Khalayak diharapkan dapat

turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.

c) Efek behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan.

2.2.4 Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa bersifat umum. Pengertian umum dapat ditelusuri dalam komponen-komponen komunikasi dasarnya, seperti komunikator, pesan, dan komunikan. Komunikator pada komunikasi massa adalah *institutionalized communicator* atau *organized communicator*.

Hal ini berbeda dengan komunikator lainnya, seperti kiai, pendeta, pastor, atau dalang yang bertindak secara individual, yaitu atas nama dirinya sendiri, sehingga mempunyai lebih banyak kebebasan. Kendati pada era teknologi informasi dengan menggunakan akses internet yang disebut media sosial, komunikator individual pun bisa terjadi, misalnya melalui *website*, facebook, twitter, atau blog. (Hikmat, 2018: 25)

Pesan-pesan pada komunikasi massa ditujukan kepada umum. Pesan menjelajah pada massa yang relatif banyak jumlahnya dan menyentuh kepada kepentingan umum. Jadi, tidak ditujukan kepada orang atau sekelompok orang tertentu. Inilah yang membedakan media massa dengan media nirmassa. Nirmassa ditujukan kepada orang atau sekelompok orang tertentu. Walaupun faktanya,

dalam konteks tertentu media massa pun sering kali menyekat diri agar komunikasinya khusus pada segmen tertentu.

Komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikasi yang dijalin meliputi penduduk yang bertempat tinggal berbeda, kondisi yang berbeda, budaya beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat, mempunyai pekerjaaan yang berjenis-jenis dan sebagainya. Namun terdapat paradoks heterogenitas komunikan dalam komunikasi massa, yaitu pengelompokan komunikan pada minat yang sama terhadap media massa, khususnya terhadap isi pesan media, termasuk juga pengelompokan dalam kepentingan konten yang sama.

Komunikasi massa menimbulkan keserempakan, yaitu keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator. Masing-masing penduduk bertempat tinggal berbeda atau terpisah satu sama lain. Dalam keserempakan, terdapat dua aspek penting yaitu :

a) kecepatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan komunikasi antar personal dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan.
b) keseragaman seleksi dan interpretasi pesan.

2.3 Opini Publik

2.3.1 Pengertian Opini Publik

Sebagai makhluk social, manusia hidup berdampingan dan berinteraksi dengan manusia lain didalam sebuah lingkungan yang disebut sebagai masyarakat. Manusia merupakan individu yang bisa berfikir dan merespon situasi

yang ada disekitarnya. Istilah opini publik dapat dipergunakan untuk menandakan setiap pengumpulan pendapat yang dikemukakan individu-individu.

Menurut Cutlip and Center (2006), opini adalah suatu ekspresi tentang sikap mengenai suatu masalah yang bersifat controversial. Opini timbul sebagai hasil pembicaraan tentang masalah yang controversial, yang menimbulkan pendapat yang berbeda – beda, dimana opini tersebut berasal dari opini – opini individual yang diungkapkan oleh para anggota sebuah kelompok yang pandangannya bergantung pada pengaruh – pengaruh yang dilancarkan kelompok tersebut. (Syahputra, 2018).

Menurut Santoso Satropoetro (1990), istilah opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah orang besar. Berbeda dengan kerumunan, public lebih merupakan kelompok yang tidak merupakan kesatuan. Interaksi terjadi secara langsung melalui alat komunikasi, seperti pembicaraan pribadi yang berantai, melalui desas-desus, melalui surat kabar, radio televisi, dan film.

Menurut Astrid (1975) dalam bukunya “Pendapat Umum” meninjau opini public dari segi ilmu jiwa sosial, menurut Leonard W.Doob, opini publik mempunyai hubungan yang erat dengan sikap manusia, yaitu sikap manusia atau sikap kelompok. Selanjutnya Doob mengatakan bahwa Opini Publik adalah sikap pribadi seseorang ataupun sikap kelompok, maka sebagian sikapnya ditentukan pengalaman dari dan dalam kelompoknya. (Olii, 2007).

Secara sederhama, opini public merupakan kegiatan untuk mengungkapkan atau menyampaikan apa yang oleh masyarakat tertentu diyakini,

dinilai, dan diharapkan oleh seseorang untuk kepentingan mereka dari situasi tertentu. Opini public dilukiskan sebagai proses yang menggabungkan pikiran, perasaan dan usul yang diungkapkan oleh warga Negara secara pribadi terhadap pilihan kebijakan yang dibuat oleh pejabat pemerintah yang bertanggung jawab atas dicapainya ketertiban sosial dalam situasi yang mengandung konflik pembantahan dan perselisihan pendapat tentang apa yang akan dilakukan serta bagaimana melakukannya.

Opini publik akan memunculkan citra personal seseorang tentang politik melalui interprestasi yang akan menghasilkan opini pribadi. Setiap opini mereflesikan organisasi yang kompleks yang terdiri atas tiga komponen, yaitu kepercayaan, nilai dan pengharapan.

2.3.2 Karakteristik Opini Publik

Sebuah Opini Publik memiliki Karakteristik, Karakteristik Opini Publik yang *Pertama :*

a) Sebuah Opini harus memiliki isu (Opini adalah tentang sesuatu).
b) Arah (percaya – tidak percaya, mendukung – menentang).
c) Insensitas (Kuat, sedang, atau lemah).

Karakteristik opini Publik yang *Kedua* memiliki tiga unsur, yakni :

a) *Beliefe /* keyakinan, yaitu kepercayaan terhadap sesuatu.
b) *Attitude* /sikap, yaitu apa yang dirasakan oleh seseorang. Misalnya masyarakat bersikap ingin tahu atau malah sebaliknya terhadap berita yang disampaikan oleh media massa.

c) Persepsi, yaitu proses memberi makna pada sensasi (apa yang ditangkap oleh indera) sehingga manusia mendapatkan pengetahuan yang baru.

Ketiga Opini Publik mempunyai cirri-ciri tertentu, yaitu :

a) Terdapat isu, arah dan intensitas mengenai opini public.
b) Kontroversi menandai opin publik, artinya sesuatu yang tidak disepakati oleh rakyat.
c) Opini publik mempunyai volume berdasarkan kenyataan bahwa kontroversi itu menyentuh semua orang yang merasakan konsenkuensi langsung dan tidak langsung daripadanya meskipun mereka bukan pihak pertikaian yang semula.
d) Opini publik relative tetap penyebaran mayoritas dan minoritas sering berubah seperti pandangan individual.
e) Opini publik memiliki tampilan yang plural.

2.3.3 Faktor-faktor yang Membentuk Opini Publik

Bernard Hennessy (1990) mengemukakan 5 faktor terbentuknya opini publik (pendapat umum) :

a. Adanya Isu (*Pesence of an Issue).*

Harus terdapat consensus yang sesungguhnya, opini publik berkumpul disekitar isu. Isu dapat didefinisikan sebagai situasi kontemporer yang mungkin tidak terdapat kesepakatan, paling tidak unsure kontroversi terkandung didalamnya.

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 para anggota masyarakat tentang suatu isu.

d. Suatu pernyataan / opini *(expression of opinion).*

Berbagai pernyataan bertumpuk sekitar isu, Pernyataan biasanya melalui kata-kata yang diucapkan atau dicetak.

e. Jumlah orang yang terlibat (*number of persons involved).*

*O*pini public merupakan besarnya masyarakat yang menaruh perhatian terhadap isu.

2.3.4 Kekuatan Opini Publik

Opini publik mempengaruhi berbagai aspek kehidupan menusia, paling tidak dalam tiga ranah, yakni sosiologi, psikologis dan secara politis.

a. Sosiologis

Dalam berhubungan dengan manusia lain, tindakan manusia perlu memperhatikan lingkungan dengan permasalahan yang timbul. Hal itu Karena setiap manusia memiliki pandangan yang berbeda dalam menghadapi sesuatu masalah. Masalah yang menyangkut berbagai macam opini itu biasanya menyangkut kepentingan umum.

Persoalan sosial menyebabkan timbulkan opini dikalangan masyarakat, yang secara sosiologis tidak dapat diselesaikan dalam waktu yang singkat. Jika opini kelompok tertentu diyakini sebagai opini yang dirasakan benar oleh individu dalam masyarakat, akan menjai opini publik yang kuat dan akhirnya diterima berbagai pihak atau kelompok lainnya.

b. Psikologis

Astrid Soesanto (1975) menyatakan bahwa manusia pada umumnya mempunyai keinginan untuk mendasarkan tindakannya sebanyak mungkin atas pendapat umum (opini publik). Menurutnya, antara sikap pribadi dan opini publik memiliki hubungan yang erat.

Pengalaman pribadi manusia menentukan sikapnya dan sikapnya itu bergantung juga pada pengalaman yang terjadi di dalam masyarakatnya sendiri, yaitu lingkungan yang memberi norma tentang segala sesuatu yang benar dan salah pada individu. Jadi secara psikologis sikap seseorang akan bergantung pada opini yang dihasilkannya.

c. Politis

Dalam lingkup politik, opini publik dapat dibentuk oleh perilaku tokoh – tokoh politik. Kemampuan bekomunikasi para tokoh politik merupakan kunci pokok keberhasilan membentuk opini publik di berbagai lapisan masyarakat. Pihak pemerintah tentu selalu menginginkan adanya opini publik yang mendukung segala kebijakan pemerintah, karena dengan segala usaha akan selalu menciptakan Suasana yang seperti diharapkannya.

Hal itu dilakukan pemerintah agar masyarakat pada umumnya tetap mendukung dan melaksanakan semua program yang telah disiapkan yang telah ditetapkan melalui undang – undang. Pemerintah mengharapkan agar publik yang mempunyai kekuatan dalam opininya tetap berpihak dan mau menjalankan segala sesuatu yang berhubungan dengan usaha – usaha pembangunan.

Dari penjelasan mengenai dampak opini publik secara sosiologis, psikologis dan politis, kita bisa menyimpulkan bahwa opini publik memiliki kekuatan untuk :

a) Dapat menjadi suatu hukuman sosial terhadap orang atau sekelompok orang yang terkena hukuman tersebut.
b) Sebagai pendukung bagi kelangsungan berlakunya norma sopan santun dan susila, baik antara yang muda dan yang lebih tua.
c) Dapat mempertahankan eksistensi suatu lembaga, bahkan bisa juga menghancurkan suatu lembaga.
d) Dapat mempertahankan atau menghancurkan suatu kebudayaan.
e) Dapat melestarikan norma sosial. (Dr. Iswandi Syahputra, 2018)

2.3.5 Fungsi Opini Publik

Opini publik memiliki tiga fungsi keutuhan dalam kebutuhan dan kehidupan sosial dan politik, menurut Emory S. Bogardus (Olii 2007 : 27), ketiga fungsi itu ialah :

a. Opini publik dapat memperkuat undang – undang dan peraturan sebab tanpa dukungan pendapat umum, undang – undang dan peraturan itu tidak akan berjalan.
b. Opini publik merupakan pendukung moral masyarakat.
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 ancamnan isolasi tersebut akan meningkat. (Morissan 2013:35)

2.4 Berita

2.4.1 Pengertian Berita

Mengingat begitu pentingnya kedudukan berita didalam dunia jurnaistik, tidak ada aktivitas jurnalistik tanpa berita. Salah satu tugas wartawan adalah mencari, menulis dan menyajikan berita untuk diinformasikan melalui media massa kepada publik.

Berita berasal dari bahasa sansekerta *Vrit* yang berarti "ada" atau "terjadi", namun dapat juga diartika *Vritta* artinya "kejadian yang telah terjadi". Istilah *Write* (menulis) dalam bahasa inggris berarti kata kerja yang menunjukan aktivitas menulis. (Yunus, 2010)

Sedangkan istilah *news* dalam bahasa inggris di maksudkan untuk arti berita, yang berasal dari kata *new* (baru) dengan konotasi kepada hal-hal yang baru. Dalam hal ini dimaksudkan semua hal yang baru merupakan bahan informasi bagi semua orang yang memerlukannya.

Tom Clarke seorang Direktur sebuah institute jurnalistik di London mengatakan bahwa pada mulanya menurut suatu kisah mengemukakan singkatan NEWS (Berita) yang berasal dari suatu singkatan (akronim) yaitu:

N ***(North)*** atau Utara

E ***(East)*** atau Timur

W *(West)* atau Barat

S *(south)* atau Selatan

Dengan demikian akronim tersebut Clarke ingin menggambarkan betapa berita sebagai suatu hal yang dapat memenuhi kebutuhan naluri, keingintahuan manusia dengan memberi kabar dari segala penjuru dunia. Cerita Tom Clarke ini juga ingin menggambarkan betapa luasnya pemberitaan di dunia jurnalisme.

Berita lebih dari sekedar kegiatan berkomunikasi antar manusia, tetapi berita merupakan hasil pengelolahan data mentah kedalam bentuk teks, gambar, film, dan suara yang diolah menjadi suatu berita.

Menurut Chilton R. Bush berita adalah laporan menegenai peristiwa yang penting diketahui masyarakat dan juga laporan peristiwa yang semata-mata menarik karena berhubungan dengan hal yang menarik dari seseorang atau sesuatu dalam hal stuasi yang menarik. (Newspaper Reporting of Public Affairs,1940).

Jakob Oetama juga mengemukakan definisi berita dalam bukunya *Perspektif Pers Indonesia*. Berita itu bukan fakta, tapi laporan tentang fakta itu sendiri. Suatu berita menjadi hanya apabila ditemukan dan dilaporkan oleh wartawan atau membuatnya masuk dalam kesadaran public dan dengan demikian menjadi pengetahuan public.

Dari beberapa definisi tersebut kita dapat menyimpulkan bahwa berita adalah segala laporan mengenai peristiwa, kejadian, gagasan, fakta yang baru dan menarik perhatian sangat penting untuk disampaikan dan dimuat dalam media massa untuk diketahui dan menjadi informasi untuk public. (Barus, 2010)

2.4.2 Unsur – Unsur Berita

Dalam praktik jurnalistik para pakar memberikan pedoman dalam menulis berita dengan menggunakan formula atau unsur 5W+1H (*Who, What, Where, When, Why + How)*. Pedoman ini digunakan sebagai syarat penulisan berita. Berikut ringkasan dari unsur yang dimaksud :

A) *Who* (Siapa)

Berita harus mengandung unsure “siapa” sebagai sumber yang jelas. Sumber berita ini bisa mengacu pada individu, kelompok atau lembaga. Sebuah berita yang tidak jelas sumbernya akan diragukan kebenarannya, kecermatan dan ketelitiannya.

B) *What* (Apa)

Berita harus mencari tahu “apa” yang menjadi topik berita tersebut. Jika menyangkut suatu peristiwa atau kejadian yang menjadi “apa” adalah kejadian itu.

C) *Where* (Di mana)

Berita harus menunjuk kepada tempat kejadian, “di mana” terjadinya kejadian atau fakta tersebut.

D) *When* (Kapan)

*U*nsur yang paling penting dalam penulisan berita adalah “Kapan” peristiwa itu terjadi.

E) *Why* (Mengapa)

Berita harus dapat menjelaskan “Mengapa” peristiwa itu sampai terjadi.

F) *How* (Bagaimana)

Berita harus menjelaskan “Bagaimana” terjadinya suatu peristiwa tersebut juga sangat dinantikan oleh pembaca.

2.4.3 Jenis Berita

Berita adalah informasi yang dikonsumsi oleh publik, karenanya berita menjadi bagian yang substansial dalam aktivitas jurnalistik. Dalam penyajiannya berita dapat diklasifikasikan dalam berbagai jenis.

Disamping gaya penyajian berita, berita juga terkait dengan ketersediaan ruang dan waktu dimedia massa yang menyajikan berita. Semakin banyak ruang dan waktu yang tersedia, semakin optimal suatu berita.

Haris Sumandiria (2005) menyatakan ada tiga jenis berita dalam aktivitas jurnalistik, yang terdiri atas berita *elementary, intermediate* dan *advance.*

a) Berita Elementary

1) *Straight News Report* (Laporan Berita Langsung)

Laporan berita langsung yaitu berita yang berwujud laporan langsung dari suatu peristiwa, biasanya menyajikan apa yang terjadi dalam waktu singkat dan memiliki nilai objektivitas fakta yang dapat dibuktikan dan dapat ditulis dengan memenuhi unsur 5W=1H *(What, When, Who, Where, Why , How).*

2) *Dept news Report* (Laporan berita mendalam)

Laporan berita mendalam yaitu berita yang berwujud laporan, fakta-fakta mengenai peristiwa yang terjadi dan dikaitkan dengan fakta-fakta sebelum atau sesudah kejadian yang mempengaruhinya.

3) *Comprehensive news (*Berita Menyeluruh)

Berita Menyeluruh berita tentang suatu peristiwa dengan sajian fakta-fakta secara menyeluruh yang ditinjau dari berbagai aspek yang mempengaruhi, biasanya menyajikan gabungan fakta yang dikemas dalam satu keutuhan.

b) Berita Intermediate

1) *Interpreatative news report* (Laporan berita interpretative)

Laporan berita interpretative, yaitu berita yang memfokuskan pada peristiwa atau permasalahan yang bersifat controversial dengan dukungan fakta-fakta yang ada dan menjadi perhatian publik. Wartawan memberikan analisis dan interprestasi dalam penulisannya tentang peristiwa dan fakta-fakta yang terjadi sehingga dapat menguak makna yang sebenarnya dari suatu masalah.

2) *Feature story repot* (Laporan berita khas)

Laporan berita khas yaitu berita yang menyajikan informasi dan fakta yang menarik perhatian pembaca. Berita ini dikemas lebih menarik dan bersifat ringan, disamping tetap fokus menyajikan esensi berita yang berdasar sudut pandang atau pengalaman nyata dengan gaya penulisan yang lebih sederhana.

c) Berita Advance

1) *Depth reporting* (Pelaporan Mendalam)

Pelaporan mendalam yaitu laporan jurnalistik tentang suatu peristiwa/masalah aktual yang disajikan secara lebih mendalam, tajam,

lengkap dan utuh dengan tujuan agar pembaca dapat mengetahui dari berbagai perspektif dan lengkap tentang suatu peristiwa/masalah yang terjadi.

2) *Invertigative report* (Pelaporan penyelidikan)

Pelaporan penyelidikan, yaitu berita yang memfokuskan pada peristiwa/masalah yang controversial, seperti berita interpretatif. Hanya saja investigatif, wartawan melakukan penyelidikan lebih lanjut terhdap fakta yang ada sehingga mendapat berita khusus dan memiliki nilai berita tinggi.

3) *Editorial news* (Berita editorial/tajuk)

Berita editorial/tajuk yaitu berita yang menyajikan pikiran institusi media terhadap suatu peristiwa/masalah yang aktual dan layak mendapat perhatian publik. Berita ini tidak hanya menyajikan fakta, tetapi juga opini yang menafsirkan fakta-fakta sehingga mempengaruhi Opini Publik.

2.4.4 Kriteria Nilai Berita

Brian S. Brook dalam *News Reporting and Editing* (1980) menyebutkan, ada beberapa kriteria berita yang harus diperhatikan, kriteria umum nilai berita yang harus diperhatikan di jelaskan sebagai berikut :

a. Keluarbiasaan = *unusualness,* berita adalah sesuatu yang luar biasa, bukan peristiwa yang biasa.
b. Kebaruan = *newsess,* berita adalah semua yang terbaru.

c. Akibat = *impact,* berita adalah hal yang berdampak luas
d. Aktual = *timelines,* berita yang sedang atau baru terjadi, aktualitas waktu dan masalah.
e. Kedekatan = *proximity,* berita adalah sesuatu yang dekat, baik prokologis dan geografis
f. Informasi = *information,*berita adalah informasi. Informasi adala hal yang bisa menghilangkan ketidakpastian.
g. Konflik = *conflict,* berita adalah konflik atau pertentangan,
h. Orang penting = *public figure, newsmaker,* berita adalah tentang orang-orang penting, figure publik.
i. Kejutan = *Suprising,* berita adalah kejutan yang datangnya tiba-tiba, diluar dugaan saat hampir sebelumnya tidak pernah terjadi.
j. Kriteria Manusia = *human interest* , berita adalah hal yang menggetarkan hati, menggugah perasaan, mengusik jiwa.
k. Seks = *sex,* berita adalah infomasi seputar seks, yang terkait dengan perempuan. (Yunus, 2010)

2.5 *New Media* (Media Baru)

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu. *New Media* merupakan media yang menggunakan

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

Munculnya istilah *New Media* sangat terkait erat dengan hadirnya Internet di dunia. Seperti dikatakan oleh Flew (2005:4) internet memang sangat fenomenal, karena pada era telepon kabel dulu tidak terbayang pada masa depan kabel-kabel tersebut akan memunculkan gambar, tidak hanya suara. Pendek katanya internet sudah menyatukan dunia seakan dunia tidak memiliki batas lagi. (R.Situmorang, 2012).

Untuk mengakses Internet, seseorang membutuhkan koneksi Internet dan piranti keras seperti komputer, *PDA, Blackberry* dan lain sebagainya. Internet yang dianggap sebagai gabungan dari beberapa bentuk media dan fasilitas *email, website, newsgroup, e-commerce* dan sebagainya (Lievrouw,2006:221).

Peneliti komunikasi (Heeter, 1988) memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu:

a) Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah berapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang bias digunakan untuk mengaksesnya.
b) Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media.

c) Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi menanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tingi dapat melakukan interaksi dengan khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung.

d) Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku khalayak dalam menerima pesannya, kemudian menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.

e) Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria in, siaran televisi memiliki interaktivitas rendah, sedangkan media online memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi.

Kehadiran jenis-jenis media baru telah memperluas dan mengubah keseluruhan spectrum dari kemungkinan-kemungkinan sosio-tekhnologi terhadap komunikasi publik. Media online seperti email, *mailing list, website, blog* dan media social lainnya (social media) masuk dalam kategori media online. Jenis-

jenis media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online.

Perubahan teknologi informasi juga ternyata membawa perubahan besar dalam aktivitas jurnalisme, batasan geografis menjadi kecil, desa global menjadi internet, termasuk mereka yang berpartisipasi yakni kelompok anak muda setiap saat melakukan aktivitas jurnalisme online, termasuk inovasi dalam teknologi ini dimana bukan hanya tulisan yang dapat dipampang beritapun secara individu dapat disebarkan atau dibagi dengan media.

Secara garis besar bahwa perubahan media lama ke media baru mempengaruhi cara kita dalam berinteraksi dan berkomunikasi menggunakan media. Dennis McQuail memberikan lima konsep pembeda antara media baru dengan media lama, antara lain:

a) Derajat interaktivitas, dimana interaksi dalam new media lebih fleksibel dan lebih tinggi dibandingkan media konvensional.
b) Derajat *social presence* (keberadaan sosial) dimana media massa bersifat lebih personal, mengurangi ambiguitas. Media baru memunginkan audiens untuk terhubung langsung dengan media secara personal melalui kontak langsung.
c) Derajat otonom, dimana pengguna media memiliki kemampuan untuk mengontrol isi dan penggunaan medianya.
d) Derajat *playfulness,* kemampuan media menyediakan hiburan bagi para user.
e) Derajat privasi yang berhubung dengan tepi isi yang dimiliki para pengguna media. Mereka bebas menggunakan apapun dimedia baru (internet) sehingga menghasilkan media yang unik (berbeda) dan personal. (tamburaka, 2013)

2.6 Jejaring Sosial

Salah satu bentuk dari keberadaan *new media* adalah fenomena munculnya *Social Network* (Jejaring Sosial). Aktifitas sosial ternyata bukan hanya dilakukan pada dunia nyata ***(Real)*** tetapi juga dapat dilakukan di dunia maya ***(Unreal).*** Setiap orang dapat menggunakan jejaring sosial sebagai saran berkomunikasi, membuat status, berkomentar, membagi foto dan video layaknya ketika kita berada dalam lingkungan sosial, dengan media yang berbeda. (tamburaka, 2013).

Ada banyak sekali jejaring sosial, namun kini dijejaring sosial yang cukup familiar, yakni *Facebook.*

a. Facebook

Facebook yang dapat diakses di ***www.facebook.com*** diluncurkan pada 4 februari 2004 dan didirikan oleh Mark Zukerberg seorang lulusan Harvard, bersama rekan mahasiswanya Eduaron Saverin, Dustin Moskovitz dan Crish Hughes. Pada awalnya facebook hanya dibatasi untuk media Harvard college, namun keanggotaannya semakin lama diperluas keluar Harvard, maka sejak 11 september 2006, pengguna dengan alamat manapun dapat mendaftar di Facebook. Pengguna facebook dapat memilih untuk bergabung dengan satu atau lebih dengan jaringan yang tersedia.

Banyak yang dapat kita lakukan dari facbook dengan fitur yang ditawarkan, dari facebook dapat mengakomodir kita untuk menunjukan siapa diri kita kepada orang lain tanpa harus menemui orang yang bersangkutan secara langsung, bahkan dapat menunjukan siapa kita kepada banyak orang dalam waktu yang bersamaan. (kristanto, 2012).

Sejak diluncurkan tahun 2004 lalu facebook telah memiliki pengguna hingga mencapai 600 juta pengguna aktif. Pengguna juga dapat membuat profil pribadi, memintaan menambahkan pengguna lain sebagai teman, melakukan pertukaran pesan lewat chat atau mail box, membuat status terbaru dan penerimaan pemberitahuan. Selain itu juga dapat membuat dan bergabung dalam grup dengan karakteristik tertentu.

Pada april 2010, menurut *The new York times,* meliris laporan berita bahwa beberapa Negara yang memiliki pengguna facebook terbanyak seperti Amerika Serikat, Inggris dan Indonesia. Indonesia telah menjadi Negara dengan jumlah pengguna terbanyak kedua setelah Amerika Serikat dengan populasi sekitar 24 juta pengguna atau 10 persen dari total penduduk Indonesia. (tamburaka, 2013)

2.7 Teori Kultivasi

"*Cultivation"* berarti penguatan, pengembangan, perkembangan, penanaman atau perataan. Maksudnya bahwa terpaan media (khususnya TV) mampu memperkuat persepsi khalayak terhadap realitas sosial. (Kriyantono, 2014).

Kultivasi secara makna berarti menanam, sehingga secara makna kata teori kultivasi dapat diartikan sebagai teori yang memfokuskan pada proses penanaman nilai. Teori kultivasi merupakan salah satu teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan dampak media bagi khalayak.

Asumsi mendasar dalam teori ini adalah terpaan media yang terus menerus akan memberikan gambaran dan pengaruh pada persepsi pemirsanya. Artinya, selama pemirsanya melakukan kontak dengan televisi, mereka akan belajar tentang dunia, mengubah persepsi mereka akan dunia, belajar bersikap dan nilai-nilai orang.

Penelitian kultivasi menekankan bahwa media massa sebagai agen sosialisasi dan menyelidiki apakah penonton televisi itu lebih mempercayai apa yang disajikan televise daripada apa yang mereka lihat sesungguhnya. Dalam hal ini, gebner menyatakan bahwa televise merupakan suatu kenyataan yang secara dominan apat mempengaruhi masyarakat modern. (romli, komunikasi massa, 2016).

2.8 Masyarakat

Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling bergaul atau saling berinteraksi secara tatap muka dan memiliki kepentingan yang sama. Menurut Soejone Soekamto bahwa masyarakat adalaha proses terjadinya interaksi sosial, suatu interaksi, pola – pola perilaku individu dan masih banyak lagi.

Menurut Max Webber Masyarakat adalah suatu struktur atau aksi yang pada pokoknya ditentukan oleh harapan dan nilai – nilai yang dominan pada warganya. Sehingga dapay dikatakan masyarakat merupakan manusia yang memiliki suatu wilayah, aturan – aturan, adanya interaksi sosial sehingga membawa suatu perubahan disuatu wilayah.

Masyarakat memiliki beberapa unsur, yaitu :

a) Sekumpulan orang banyak, memiliki sekumpulan orang banyak di suatu tempat tertentu.
b) Golongan, pengelompokan yang dilakukan di dalam masyarakat berdasarkan karakteristik yang dimiliki baik objek maupun subjek.
c) Perkumpulan, kesatuan banyak individu yang terbentuk dan punya tujuan tertentu yang ingin di capai.
d) Kelompok, berbeda dengan perkumpulan kelompok merupakan unsur masyarakat yang lebih kecil.

Masyarakat juga memiliki beberapa ciri – ciri, diantaranya :

a) Berada di wilayah tertentu
b) Hidup secara berkelompok
c) Terdapat suatu kebudayaan
d) Terjadi perubahan
e) Terdapat interaksi sosial
f) Terdapat pemimpin dan strarifikasi sosial

2.9 Penculikan Anak

Kamus Umum Bahasa Indonesia (2003) mengartikan penculikan sebagi culik menculik, mencuri atau melarikan orang lain dengan maksud – maksud tertentu (dibunuh, dijadikan sandra). Penculik adalah orang yang menculik dan penculikan adalah proses, perbuatan, cara menculik. Pada penelitian ini yang menjadi sasaran penculikan adalah anak – anak. Undang-Undang RI. No. 4 Tahun 1979 tentang Kesejahteraan Anak; pasal 1 ayat (2) menyebutkan bahwa:

“Anak adalah seseorang yang belum mencapai umur 21 (dua puluh satu) tahun dan belum pernah kawin.”

Sobur (1988), mengartikan pengertian Anak sebagai orang atau manusia yang mempunyai pikiran, sikap, perasaan, dan minat berbeda dengan orang dewasa dengan segala keterbatasan.

Sedangkan definisi anak menurut Haditono (dalam Damayanti, 1992), anak adalah mahluk yang membutuhkan kasih sayang, pemeliharaan, dan tempat bagi perkembangannya. Selain itu anak merupakan bagian dari keluarga, dan keluarga memberi kesempatan kepada anak untuk belajar tingkah laku yang penting untuk perkembangan yang cukup baik dalam kehidupan bersama.

Aristoteles dalam Yusuf (2009) menggambarkan individu, sejak anak – anak sampai dewasa itu ke dalam tiga tahapan, yaitu :

a) Tahap I : dari 0 – 7 tahun (masa anak kecil atau masa bermain).
b) Tahap II : dari 7 – 14 tahun (masa anak, masa sekolah rendah
c) Tahap III : dari 14 – 21 tahun (masa remaja/ pubertas, masa peralihan dari usia anak menjadi orang dewasa.

Sedangkan fase – fase perkembangan individu menurut Yusuf (2009:23), yaitu :

a) 0 – 6 tahun : masa usia pra sekolah
b) 6 – 12 tahun : masa usia sekolah dasar
c) 12 – 18 tahun : masa usia sekolah menengah
d) 18 – 25 tahun : masa usia mahasiswa

Dari pengertian penculikan anak tersebut penulis menyimpulkan penculikan anak adalah suatu tindakan pencurian anak yang masih membutuhkan kasih

sayang, pemeliharaan, dan tempat bagi perkembangannya dengan berbagai maksud seperti untuk dijadikan sandra dengan menginginkan uang, balas dendam, dijadikan sasaran pemerkosaan ataupun untuk diperdagangkan. Penculikan anak ini merupakan tindakan melanggar hukum karena dilakukan dengan merampas paksa hak orang lain yang dilakukan terhadap anak – anak.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Taylor dan bogdan (1984 :1) metode penelitian diartikan sebagai cara yang dipakai oleh peneliti untuk memecahkan masalah dan mencari jawaban atas pertanyaan penelitiannya (afrizal, 2014). Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis Penelitian Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam dalamnya.

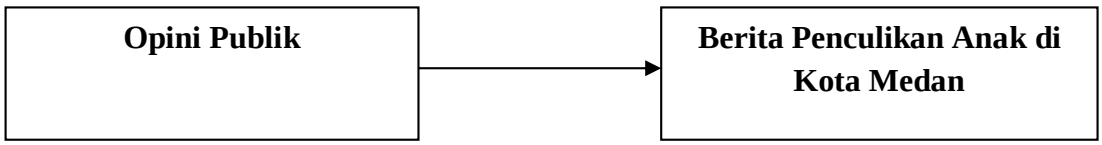
Metode penelitian Kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu – ilmu sosial yang mengumpulkan data dan menganalisa data berupa kata – kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan – perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung data yang sudah diperoleh.

Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *Sampling*, bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari data yang lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data. Peneliti juga harus menjadi instrument riset yang ikut terjun langsung ke lapangan, karena itu riset bersifat subjektif dan hasilnya lebih kasuistik bukan untuk di generalisasikan. (Kriyantono, 2014) .

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah sebuah kerangka berfikir yang dijadikan sebagai landasan dalam momentum persperktif penelitian. Kerangka konsep merupakan hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penlitian yang akan dicapai. Kerangka konsep disusun sebagai perkiraan teoritis dan yang akan dicapai setelah analisa secara kritis berdasarkan persepsi yang dimiliki, (Nawawi 2005: 43).

Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini yaitu menggambarkan melalui bagan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Kerangka Konsep

3.3 Definisi Konsep

Konsep merupakan abtraksi dari suatu penelitian. Konsep adalah unsur penelitian yang terpenting dan merupakan defenisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak suatu fenomena sosial (Singarimbun, 2005:333). Konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian ini adalah :

A) Opini Publik, Menurut Santoso Satropoetro (1990), Opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah orang besar. Berbeda dengan kerumunan, publik lebih merupakan kelompok yang tidak merupakan kesatuan.

B) Berita Menurut Chilton R. Bush berita adalah laporan mengenai peristiwa yang penting diketahui masyarakat dan juga laporan peristiwa yang semata-

mata menarik karena berhubungan dengan hal yang menarik dari seseorang atau sesuatu dalam hal stuasi yang menarik. (Newspaper Reporting of Public Affairs,1940)

C) *New Media* atau Media Online merupakan media yang menggunakan internet, Kehairan jenis – jenis media baru telah memperluas dan mengubah keseluruhan spectrum dari kemungkinan-kemungkinan sosio-tekhnologi terhadap komunikasi publik. Media online seperti email, *mailing list, website, blog* dan media sosial lainnya (social media) masuk dalam kategori media online. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online.

3.4 Kategorisasi

Konsep Teoritis	Konsep Operasinal
Opini Publik Terhadap Berita Penculikan Anak di Kota Medan.	1. Faktor – faktor Opini Publik 2. Seberapa sering menggunakan Media sosial 3. Berapa banyak informasi yang diterima melalui media sosial 4. Respon terhadap Berita 5. Sikap sehari-hari setelah membaca berita

Tabel 3.2 Kategorisasi

3.5 Informan / Narasumber

Narasumber ialah peranan dari seorang narasumber atau seorang informan dalam mengambil data yang akan digali dari orang-orang tertentu yang memiliki

nilai dalam menguasai persoalan yang ingin diteliti dan mempunyai keahlian dalam berwawasan cukup. Yang menjadi Informan peneliti adalah Masyarakat Kelurahan Pangkalan Masyhur Lingkunga IV, Kecamatan Medan Johor Kota Medan. Peneliti mengambil sebanyak 5 (lima) orang Masyarakat yang akan dijadikan sebagai informan, yang memiliki kriteria sesuai dengan yang peneliti dibutuhkan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Penelitian Data yang dilakukan Peneliti sebagai berikut :

1) Observasi

   Observasi adalah pengumpulan data melalui pengamatan langsung pada objek yang dituju sebagai sumber informasi yang tepat.

2) Wawancara

   Wawancara adalah percakapan antara peneliti (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting terhadap suatu objek (Berger, 2000:111). Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi langsung dari sumbernya.

3) Dokumentasi

   Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuesioner atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. bisa berbentuk dokumen publik misalnya : surat – surat kabar, transkip acara TV dan sebagainya.

3.7 Teknik Analisa Data

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

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

a. Reduksi data *(Data Reduction)*
b. Paparan data *(Data Display)*
c. Penarikan kesimpulan dan Verifikasi *(Conclusion Drawing/verifying)*

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.8.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kelurahan Pangkalan Masyhur Lingkungan IV, Kecamatan Medan Johor Kota Medan.

3.8.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada Bulan Januari sampai Maret 2019.

3.9 Deskripsi Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kelurahan Pangkalan Masyhur Lingkungan IV, Kecamatan Medan Johor Kota Medan. Lingkungan IV

merupakan salah satu lingkungan dari 12 lingkungan yang berada di Kelurahan Pangkalan Masyhur.

Yang menjadi objek penelitian penulis adalah Masyarakat khususnya orang tua yang memiliki anak usia 0 – 10 tahun. Sehubungan dengan beredarnya berita tentang penculikan anak di media sosial *facebook* yang meningkatkan kecemasan masyarakat lingkungan IV pangkalan Masyhur terhadap keselamatan anak – anak mereka.

Berdasarkan data yang diperoleh dari tata usaha Kelurahan Pangkalan Masyhur menjelaskan, Kelurahan pangkalan masyhur merupakan salah satu Kelurahan dari 6 (Enam) kelurahan yang berada di Kecamatan Medan Johor. Kecamatan medan Johor terletak dibagian Selatan Kota medan, dengan luas wilayahnya 16,96KM^2 dengan batas batas sebagai berikut :

- Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Medan Selayang
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Medan Amplas
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang
- Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Medan Polonia.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini akan menjelaskan hasil penelitian yang sudah dilakukan kurang lebih selama 3(tiga) bulan tentang permasalahan yang sudah ada dirumuskan masalah pasa bab I, yaitu tentang Opini Publik Terhadap Berita Penculikan Anak Dikota Medan. dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang diperoleh dengan hasil pengamatan, hasil wawancara, dan dokumentasi dilapangan yang dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian kualitatif bukan sebagaimana seharusnya yang dipikirkan oleh peneliti, tetapi peneliti dituntut untuk menggali data sebagaimana adanya yang terjadi di lapangan, yang dialami, dirasakan dan dipikirkan oleh informan.

Peneliti juga sudah melakukan wawancara denga 5 (lima) informan yang dianggap sudah memenuhi kriteria yang dibutuhkan dan memiliki informasi yang dibutuhkan oleh peneliti terhadap masalah yang sedang terjadi. Sebelum melakukan wawancara, peneliti terlebih dahulu memberi arahan tentang pertanyaan, maksud dan tujuan dari peneliti melakukan penelitian kepada para informan supaya lebih terarah dan wawancara berjalan lancar.

4.1.1 Profil para Informan

Peneliti melakukan penelitian dengan masyarakat di Kelurahan Pangkalan Masyhur Lingkungan IX, Kecamatan Medan Johor Kota Medan. dan menetapkan sebanyak 5 (Lima) orang informan, yakni :

Informan I

Nama	: Feby Aninda
Jenis kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl.Abdul Haris Nst
Agama	: Islam
Usia	: 28 Tahun
Profesi	: Ibu Rumah Tangga

Informan II

Nama	: Wiwid Andreani
Jenis kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl.Abdul Haris Nst
Agama	: Islam
Usia	: 29 Tahun
Profesi	: Guru TK

Informan III

Nama	: Avita Meliyani S.Kep Ness.
Jenis kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl.Eka sama gg.cemara no.5
Agama	: Islam
Usia	: 49 Tahun
Profesi	: Perawat

Informan IV

Nama	: Yuli Yulia Tari S.Kom

Jenis kelamin : Perempuan
Alamat : Jl.Karya Utama no.104
Agama : Islam
Usia : 25 Tahun
Profesi : Ibu Rumah Tangga

Informan V

Nama : Dewi Tarigan
Jenis kelamin : Perempuan
Alamat : Jl.Karya Jaya
Agama : Islam
Usia : 42 Tahun
Profesi : Kader Posyandu

4.1.2 Hasil Wawancara

a. Faktor – faktor Opini Publik

1. Faktor Apa saja yang dapat mempengaruhi Opini Publik ?

Informan 1 :Menurut saya yang dapat mempengaruhi itu bisa saja berita atau isu – isu yang timbul di masyarakat.

Informan II : Menurut saya hal yang sedang di ramaikan di media dan masyarakat dapat mempengaruhi opini publik.

Informan III : Menurut saya berita yang ada di media yang dapat mempengaruhi opini publik, karena masyarakat melihat itu sedang ramai.

Informan IV : Menurut saya yang dapat mempengaruhi opini publik itu berita yang sering muncul di masyarakat.

Informan V : Menurut saya berita yang lagi ramai di masyarakat dan facebook juga bisa mempengaruhi opini publik.

b. Seberapa sering menggunakan Media Sosial

Penulis : Seberapa sering mengakses media sosial Facebook dalam satu hari ?

Informan 1 : Sangat sering, dalam sehari bisa sampai 5 kali.

Informan II : Setiap hari buka facebook, dalam sehari sampai 2 kali.

Informan III : Sangat sering sesuai dengan waktu kosong saya.

Informan IV : Seiap hari minimal sehari sampai 2 atau 3 kali.

Informan V : dalam satu hari hanya 2 atau 3 kali

c. **Seberapa banyak informasi yang diterima melalui media sosial**

Penulis : Seberapa sering menemukan berita tentang penculikan anak di media sosial Facebook ?

Informan 1 : Kalau saya sangat sering.

Informan II : Sering beberapa bulan lalu, kalau sekarang sudah jarang.

Informan III : Sering sekali, beredar di facebook tetapi saya tidak tahu benar atau tidak.

Informan IV : Sering sekali, karena lagi maraknya berita tersebut.

Informan V : Sering sekali.

d. Respon Terhadap Berita

Penulis : Bagaimana respon setelah membaca berita tersebut ?

Informan 1 : sangat takut, lebih waspada. Sehingga menjaga anak harus lebih teliti.

Informan II : Saya merasa panik, karena saya fikir ini berita benar terjadi

Saya lebih waspada terhadap anak.

Informan III : Mengharukanlah untuk anak yang jadi korban, takut dan waspada untuk anak-anak masyarakat juga. Dan orang tua kemana – mana harus waspada dan jaga anak terus kalau disekolah atau diluar rumah.

Informan IV : Saya takut, panik, karena sudah dishare orang difacebook jadi sudah pasti benar terjadi.

Informan V : Saya lebih waspada, takut jika terjadi sesuatu dengan anak cucu saya kalau lagi diluar rumah.

Penulis : Bagaimana penilaian terhadap berita tersebut ?

Informan 1 : Percaya, Karena sudah tersebar di facebook, tetapi kadang kebanyakan hoax.

Informan II : Percaya tidak percaya, kalo tidak percaya sudah sering mendengar, sering baca berita di facebook.

Informan III : Iya saya percaya, karena beritanya sudah ada tersebar difacebook.

Informan IV : Iya percaya juga karena sering didengar, di TV juga ada di dunia nyata juga sudah ada terjadi.

Informan V : Saya percaya karena di facebook tersebar dan di masyarakat juga sering terjadi.

Penulis : Apakah pernah membagikan informasi tersebut disosial media atau dimasyarakat ?

Informan 1 :Kalau membagikan dimasyarakat pernah, membagikan berita kepada tetangga. Tetapi kalau di facebook tidak pernah.

Informan II : Pernah, di medi sosial juga pernah supaya lebih hati – hati untuk masyarakat. Kalau dimasyarakat juga sering kalau lagi berkumpul.

Informan III : Saya tidak pernah membagikan, tetapi kalau tetangga yang cerita pernah.

Informan IV : Difacebook pernah, di masyarakat juga pernah kalau lagi kumpul dengan tetangga.

Informan V : Pernah kalau dimasyarakat, tetapi kalau di facebook tidak pernah.

e. Sikap sehari-hari setelah membaca berita

Penulis : Bagaimana pengetahuan anda terhadap berita tersebut didunia nyata?

Informan 1 : Saya tidak pernah tau atau jumpa langsung, maka dari itu saya sedikit tidak percaya.

Informan II :Saya belum pernah melihat secara nyata, tetapi kalau dengar cerita di tempat lain sering.

Informan III :Tidak pernah saya lihat langsung, hanya cerita – cerita dari tetangga dan baca di media saja.

Informan IV :Belum pernah kalau langsung lihat, tetapi kalau cerita sering dengar.

Informan V :Pernah terjadi dibelakang rumah saya, tetapi Alhamdulillah anaknya ketemu lagi.

Penulis : Bagaimana sikap terhadap anak – anak dalam kehidupan sehari-hari setelah membaca berita tersebut ?

Informan 1 : Lebih waspada, karena berita juga sudah tersebar dan pasti pernah terjadi, dan harus sangat teliti jaga anak – anak kalau lagi diluar rumah.

Informan II :Saya lebih menjaga anak – anak saja, lebih memantau jika lagi main jauh – jauh.
Karena benar atau tidak harus tetap waspada.

Informan III :Saya lebih mengawasi anak saya ketika main diluar supaya jangan berkeliaran jauh – jauh, yang penting masih dalam pantauan saya kalau bermain.

Informan IV : Lebih waapada saja,lebih memantau anak – anak kalau lagi main diluar rumah. Biar tetap sama penjagaan saya.

Informan V : Saya lebih waspada, karena itu tidak sembarangan, bisa saja silap mata kita anak-anak langsung jadi korban. Jadi saya lebih memantau anak kalau lagi main diluar rumah.

Penulis : Apakah anda mengajarkan kepada anak – anak untuk waspada ketika berinteraksi terhadap orang yang baru dikenal?

Informan 1 :Setiap hari, karena bahaya mereka masih kecil. Memberi tau jangan sembarangan ikut ajakan orang yang tidak dikenal dan jangan mau dikasihi permen kalau tidak kenal, seperti itu.

Informan II :Tentu saja Karena lagi musim penculikan, jadi saya mengajarkan anak jangan percaya sama orang yang baru dikenal.

Informan III :Iya tentu saja saya ajarin, karena anak-anak kan lebih polos, sensitive mau aja kalo diajak kesana sini. Jadi saya bilang kalau tidak kenal jangan mau diajakin kemana – mana.

Informan IV :Pastilah saya ajarin, apalagi ada infomasi seperti ini, saya ajarin hati – hati kalau berinteraksi dengan orang yang baru dikenal, kalau main jangan jauh biar saya tetap bisa pantau.

Informan V :Iya saya ajarin, karena kitakan tidak tau, orang baru dikenal ini baik atau enggak .

Penulis : Apa saran anda kepada orang tua yang memiliki anak usia dibawah umur ?

Informan 1 :Harus lebih waspada, jangan sembarangan biarin anak – anak main tanpa jangkauan orang tua.

Informan II :Semakin menjaga keselamatan anaklah, semakin dipantau kalau diluar, di awasi lebih hati – hati kalau bermain.

Informan III :Lebih hati – hatilah, kalau bisa diantar jemput orang tua kalau yang sekolah, jangandibiarkan kesana – sini sendirian tanpa pengawasan kita.

Informan IV :Lebih dijaga anaknya, keselamatannya kalau lagi diluar, lebih diawasilah, jangan jauh – jauh mainnya jadi bisa dipantau.

Informan V :Lebih waspadalah, Karena anak inikan lebih sensitive, mudah tertipu, jadi harus dipantau lah mainnya sama siapa perginya sama siapa.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan 5 (lima) informan yang berada di Kelurahan Pangkalan Masyhur Lingkungan IX, Kecamatan Medan Johor Kota Medan.

Yang berkaitan dengan peneliti ini terutama yang mengetahui faktor apa saja yang membentuk opini publik. Semua data mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi opini publik karena adanya isu yang sedang beredar ditengah masyarakat dan media seperti yang dikatakan oleh informan I,II,III,IV,V.

Dalam penelitian ini ditemukan data bahwa masyarakat sangat sering menggunakan media sosial *facebook* dalam sehari, minimal mengakses *facebook* sebanyak dua kali seperti yang dikatakan informan II,IV,V, sedangkan informan I dan III dalam sehari bisa mengakses facebook sampai lima kali dalam satu hari. Dalam penelitian ini ditemukan semua data didominasi sangat sering menemukan berita tentang penculikan anak dimedia sosial *facebook* seperti yang dikatakan informan I,II,III,IV,V.

Selanjutnya, dalam penelitian ini menemukan semua data bahwa mereka merasa takut, cemas dan waspada terhadap anak – anak mereka karena berita tentang penculikan anak yang mereka temukan di *facebook.*

Peneliti juga menemukan data bahwa mereka percaya dengan berita yang tersebar tersebut, karena menurut mereka berita tersebut tidak akan mungkin tersebar di media sosial kalau tidak benar dan pernah terjadi. Dan mereka juga semakin percaya karena mereka pernah mendengar kabar berita tersebut di sekitaran lingkungan mereka seperti yang dijelaskan informan I,II,III,IV,V. seperti yang dijelaskan pada teori *Cultivasi* yang penulis gunakan, bahwa terpaan dari media sangat memperkuat persepsi masyarakat terhadap realita sosial yang terjadi.

Dalam penelitian ini, peneliti juga ditemukan data bahwa masyarakat juga sering membagikan informasi tentang penculikan anak tersebut kepada masyarakat seperti yang dikatakan informan I,II,IV,V. sedangkan menurut informan III lebih sering mendengar berita itu dari masyarakat yang lainnya, dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa informan II dan IV pernah membagikan berita terkait penculikan anak ini di *Facebook* mereka.

Selanjutnya, dalam penelitian ini ditemukan data bahwa informan V pernah menemukan langsung kejadian penculikan tersebut dan langsung mempercayai bahwa berita yang tersebar dimedia sosial itu benar adanya, sedangkan informan I,II,III,IV belum penah melihat langsung kejadian penculikan tersebut, tetapi mereka hanya pernah mendengar berita penculikan itu dari mayarakat yang lainnya saja.

Dalam penelitian ini juga ditemukan data bahwa informan sangat waspada terhadap anak – anak, apabila anak mereka bermain diluar rumah dalam kehidupan sehari – hari. Mereka menganggap berita tentang penculikan anak

sudah tersebar baik di *Facebook* atau di kejadian nyata seperti yang dijelaskan nforman I,II,III,IV,V.

Dalam hal ini, orang tua menjadi sangat sensitive ketika anak-anak berada diluar dan berinteraksi dengan orang yang baru dikenal. Informan juga mengajarkan kepada anak – anak mereka agar tidak sembarangan menerima ajakan dan pemberian dari orang asing yang baru dikenal.

Kemudian didalam penelitian ini, informan I,II,III,IV,V juga memberikan saran kepada orang tua yang memiliki anak – anak supaya para orang tua lebih waspada dan mengawasi apabila anak – anak berada diluar rumah. Informan III juga mengatakan bahwa anak perlu dintar jemput sekolah, Hal ini perlu dilakukan agar lebih menjamin keselamatan anak – anak apabila berasa diluar rumah.

Berkaitan dengan salah satu faktor yang membentuk Opini Publik, Bernad Hennessy (1990) mengatakan bahwa sebuah opini publik harus memiliki Isu sesuatu hal yang membentuk persepsi masyarakat untuk mempercayai berita tersebut, karena opini publik sendiri berada disekitaran isu yang timbul. Isu yang timbul dimedia juga melahirkan *beliefe* atau keyakinan yang dirasakan oleh masyarakat setelah memperoleh isu terkait berita penculikan anak tersebut., sebagian besar dari mereka mempercayai adanya berita tersebut.

Berdasarkan teori kultivasi yang digunakan, ternyata media sangat berpengaruh kepada masyarakat yang menggunakannya, asumsi mendasar dari teori ini adalah terpaan media yang sangat berpengaruh terhadap pengguna media yang membuat pengguna media memliki persepsi terhadap informasi yang mereka dapatkan. Dan berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, bahwa sebagian

besar masyarakat sangat mempercayai apa yang di sajikan oleh media daripada kenyataan yanmg sesungguhnya. Besarnya penmgaruh media terhadap masyarakat membuat masyarakat yang memperoleh informasi tentang penculikan anak di media sosial *facebook* menjadi cemas terhadap anak – anak mereka.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan merupakan sebuah gagasan yang tercapai pada akhir pembicaraan atau pada sebuah penulisan. Dalam hal ini, setelah penulis menguraikan hasil penelitian dan melakukan pembahasan.

Berdasarkan data dan hasil wawancara yang sudah diperoleh dari 5 (lima) informan Opini publik terhadap berita penculikan anak dikota medan khususnya di Kelurahan Pangkalan Masyhur Lingkungan IX, Kecamatan Medan Johor Kota Medan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah :

1. Masyarakat dapat menemukan berita tentang penculikan anak karena masyarakat sering mengakses media sosial *facebook,* sehingga mereka banyak menemukan berita tentang penculikan anak. Dampak dari berita tersebut masyarakat beranggapan berita yang bermunculan dimedia sosial *facebook* tersebut pernah terjadi dan meningkatkan kecemasan masyarakat khusunya orang tua terhadap anak-anaknya.
2. Masyarakat mempercayai adanya kejadian penculikan tersebut karena masyarakat juga menemui atau mendengr isu- isu tersebut di dunia nyata, sehingga masyarakat membagikan informasi tersebut kepada yang lainnya agar masyarakat lain lebih waspada dan hati - hati terhadap berita tersebut.
3. Dampak dari berita tersebut menjadikan masyarakat selalu waspada terhadap anak – anak mereka Dan dampak dari berita tersebut juga menjadikan

masyarakat takut untuk membiarkan anak – anak mereka berada diluar rumah dan berinteraksi dengan orang yang baru dikenal.

5.2 Saran

setelah memberikan kesimpual, penulis akan memberikan beberapa saran, yakni :

1. Diharapkan kepada orang tua untuk selalu menjaga dan mendampingi anak – anak ketika berada diluar rumah, terutama ketika mereka berinteraksi dengan orang – orang yang baru mereka kenal.
2. Kepada masyarakat diharapkan tidak hanya sekedar membaca headline berita yang tersebar di *facebook*, tetapi juga membaca isi berita tersebut dan mencari kebenaran dari berita tersebut dan memeriksa sumbernya, supaya ketika menyebarkan informasi kepada masyarakat berita tersebut benar adanya.
3. Diharapkan kepada masyarakat, khususnya yang memiliki anak – anak tidak mengabaikan begitu saja informasi –informasi yang *update*, apalagi berita terkait tentang keselamatan anak – anak dan informasi – informasi penting yang dibutuhkan.
4. Kepada orang tua lebih mendekatkan hubungan antara anak dan orang tua agar anak – anak tidak takut untuk bercerita kejadian – kejadian atau kegiatan yang dialaminya, sehingga anak – anak merasa nyaman ketika bercerita kepada orangtuanya.

DAFTAR PUSTAKA

Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Ardiyanto & Erdiyana. 2004. *Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung. Simbiosa Rekatam Media.

Ayuningtias, Prasdianingrum. (2013). Hubungan Antara Terpaan Media Mengenai Penculikan Anak di Televisi Dengan Tingkat Kecemasan Orang Tua di RT 23 Kelurahan Sidomulyo Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 1* (14-27), 2.

Barus, Sedia Willing. (2010). *Jurnalistik Petunjuk Menulis Berita.* Jakarta: Erlangga.

Cangara, Hafid. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Daryanto. 2010. *Media Pembelajaran,* Yogyakarta. Gava Media

Dewi, Sutrisna. (2007). *Komunikasi Bisnis.* Yogyakarta: Andi Ofset.

Dr. Iswandi Syahputra, M. (2018). *Opini Publik.* Bandug: Simbiosa Rekatama Media.

Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Bumi Angkasa.

Kristanto, S. (2012). Tingkat Kecenderungan Narsistik Pengguna Facebook. *Journal Of Social And Industrial Psychology , 1* (2252-6838), 42.

Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri.

Lievrouw, L.A. dan Sonia Livistone. 2006. *The Hnadbook of New Media*. London SAGE Publications

Liliweri, Alo. 2009. *Dasar - Dasar Komunikasi Antara Budaya*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.

Mcquail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa.* London: Salemba Humanika.

Morissan, 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Kencana Prenada Media, Jakarta

Nawawi, Hadiri. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta. Gajah Mada

Olii, H. (2007). *Opini Publik.* Jakarta: Macana Jaya Cemerlang.

R.Situmorang, J. (2012). Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan Dan Sosial Budaya. *Jurnal Administrasi Bisnis , 8* (0216-1249), 73.

Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa.* Jakarta: Kompas Gramedia.

Singarimbun, Masri. 2005. *Metode Penelitian Survai*, LP3ES, Jakarta

Tamburaka, Apriadi. (2012). *Agenda Setting Media Massa.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Tamburaka, Apriadi. (2013). *Literasi Media.* Jakarta: Kharisma Putra Utama.

Winarni. 2003. *Komunikasi Suatu Pengantar*, Malang. UMM Press.

Yunus, Syarifudin. (2010). *Jurnalistik Terapan.* Bogor: Ghalia Indonesia.

LAMPIRAN DOKUMENTASI NARASUMBER

LAMPIRAN SCREENSHOOT BERITA PENCULIKAN YANG DIAKSES INFORMAN

Kemaren sy di kirimi teman foto para pelaku penculikan anak yg meresahkan warga sekitar loa duri..
Dan sekarang sy di kirimi lagi foto orang yg pura" gila berkeliaran di samarinda..
Kira" nie orang yg sama atau bukan ya..
Mau benar dan tidakx berita serta foto tersebut..
Sebaikx qta sebagai orang tua memang harus sll waspada dan sll memantau di mana pun anak qta berada..

18.41
71%
Anda dalam Mode Data
Buka Gratis
Berita - Jeteh
13 Feb 2018 pukul 13.42
Modus baru penculikan anak
Hati-hati buat orang tua
iNews TV
me Tube.id
iNews SIANG
MODUS BARU PENCULIKAN ANAK
Suka
Komentar
Bagikan
196
Tulis komentar...
GIF

SIANTAR NEWS 24 jam
SINDIKAT PENCULIK ANAK BERAKSI DI SIANTAR
MODUS PURA-PURA GILA & TAWARI ROTI
LPA Siantar Harus Bermitra Dengan Media