

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Teori S-O-R

Penelitian ini model yang digunakan adalah model SOR (*Stimulus, Organism, Respon*). Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi (McQuail, 2010:466).

Menurut model ini, *organism* menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi *stimulus* khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Asumsi dasar dari model ini adalah : media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. *Stimulus Respon Theory* atau *SR Theory*.

Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi komunikasi. Artinya model ini mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Teori ini merupakan prinsip yang sederhana dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian, seorang dapat menjelaskan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audience.

Menurut McQuail, (2010:467) Teori yang melandasi penelitian ini adalah teori SOR (*Stimulus, Organism, Respon*) yang berkeyakinan bahwa penyebab sikap yang dapat berubah tergantung pada kualitas rangsang

yang berkomunikasi dengan organisme. Inti dari teori ini adalah bahwa setiap proses efek media terhadap individu, harus diawali dengan perhatian atau terpaan oleh beberapa pesan media. Hasilnya menjangkau waktu dan membuat suatu perbedaan, seringnya pada orang dalam jumlah banyak. Hal ini menunjukkan masyarakat dan para orang tua mendapatkan stimulus yaitu terpaan pesan dari berita-berita penculikan anak, dan kemudian pada jangkah waktu tertentu menciptakan suatu perbedaan (pengaruh) terhadap mereka.

Adapun keterkaitan model SOR (*Stimulus, Organism, Respon*) dalam penelitian ini adalah :

- 1) Stimulus yang di maksud adalah pesan yang disampaikan dalam sosial media facebook.
- 2) Organisme yang dimaksudkan adalah masyarakat desa Karanganom, Kecamatan Weleri, Kabupaten Kendal..
- 3) Respon yang dimaksud adalah perubahan perilaku di kalangan masyarakat pengguna.

Menurut Hosland, et al (1953) dalam McQuail, (2010:464) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada masyarakat yang terdiri dari :

1. *Stimulus* (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif

mempengaruhi perhatian masyarakat dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari masyarakat dan stimulus tersebut efektif.

2. Apabila *stimulus* telah mendapat perhatian dari *organism* (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dilanjutkan kepada proses berikutnya.
3. Setelah itu *organism* mengolah *stimulus* tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi *stimulus* yang telah diterimanya (bersikap)
4. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka *stimulus* tersebut mempunyai efek tindakan dari masyarakat tersebut (perubahan perilaku).

Teori ini mengatakan bahwa perubahan perilaku dapat berubah hanya apabila *stimulus* (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari *stimulus* semula. *Stimulus* yang dapat melebihi *stimulus* semula ini berarti *stimulus* yang diberikan harus dapat meyakinkan *organism* ini, *reinforcement* memegang peranan penting.

*Stimulus* atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika perhatian komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya Setelah mengolahnya dan menerimanya, Maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan *organism*. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*soerces*) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat. Teori SOR (*Stimulus, Organism, Response*) merupakan proses komunikasi yang menimbulkan reaksi khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Unsur-unsur pada model ini adalah pesan (*Stimulus*), komunikan (*Organism*), dan efek (*Response*) (Effendy, 2003:254).

## B. Komunikasi

### 1. Defenisi Komunikasi

Menurut Brent D. Ruben (dalam Arni, 2014 : 3) komunikasi manusia adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain.

Manusia adalah makhluk sosial yang menjalankan interaksi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang mendasar dan vital dalam kehidupan manusia. Hal ini dikarenakan setiap manusia, baik yang tradisional maupun modern selalu menjalankan proses komunikasi, ini berhubungan dengan cara bagaimana manusia mempertahankan hidupnya dengan cara

melakukan komunikasi (Lasswell, 2005:38) baik menggunakan komunikasi verbal (bahasa dan lisan) maupun non verbal (berupa simbol, lambang, dan *gesture* tubuh).

Istilah komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama” *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal tersebut, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran,” “kita berbagi makna,” dan “kita mengirimkan pesan.” (Mulyana, 2005:38).

## 2. Model Komunikasi

Teori komunikasi Harold Lasswell merupakan teori komunikasi awal (1948). Pesan yang di sampaikan kepada komunikan (penerima) dari komunikator (sumber) melalui saluran-saluran tertentu baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan maksud memberikan dampak atau *effect* kepada komunikan sesuai yang di inginkan komunikator dengan memenuhi unsur 5 yaitu *who, says what, in which channel, to whom, with what effect*.

Adapun penjelasan dari 5 unsur tersebut yaitu :

- 1) *Who* (siapa)

Menunjuk kepada siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi. Yang memulai komunikasi dapat juga berupa seseorang dan dapat juga sekelompok orang seperti organisasi atau persatuan.

2) *Says What* (pesan)

Pesan apa yang disampaikan dalam komunikasi tersebut. Umumnya kita menanyakan pertanyaan ini dalam pemikiran kita dalam berkomunikasi tersebut.

3) *In Which Channel* (saluran/media)

Saluran atau media adalah alat komunikasi, seperti berbicara, gerakan badan, kontak mata, sentuhan, radio, televisi, surat, buku dan gambar. Yang diperhatikan dalam hal ini adalah tidak semua media cocok untuk maksud tertentu.

4) *To Whom* (siapa/penerima)

Menanyakan siapa yang menjadi audience atau penerima dari komunikasi. Atau dengan kata lain kepada siapa komunikator berbicara atau kepada siapa pesan yang ia ingin sampaikan diberikan.

5) *Which What Effect* (dampak/efek)

Pertanyaan mengenai efek komunikasi ini dapat menanyakan 2 hal yaitu apa yang ingin dicapai dengan hasil komunikasi tersebut dan apa yang dilakukan orang sebagai hasil dari komunikasi.

## C. Komunikasi Massa

### 1. Definisi Komunikasi Massa

Macam-macam jenis komunikasi, seperti komunikasi interpersonal, komunikasi antar personal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Jenis-jenis komunikasi ini memiliki unsur-unsur komunikasi dan juga fungsi-fungsi komunikasi yang sama, yang membedakannya hanyalah sasaran pada komunikasi tersebut. Komunikasi antrar pribadi berbicara mengenai komunikasi yang dilakukan dengan diri sendiri, antar pribadi dengan satu atau dua orang, komunikasi kelompok dengan jumlah komunikan yang lebih banyak dari komunikasi natar pribadi. Namun komunikasi massa yang konteksnya mengenai penyampaian pesan dengan khalayak luas.

Komunikasi massa mengalami perubahan yang sangat pesat dan apa yang dianggap sebagai kemajuan hari ini akan dianggap kuno esok harinya Seperti Teori Turkle 1998 dalam Ricard West Lynn H. Turner (2009: 42 ), menyatakan bahwa komputer mungkin akan mengubah pemahaman kita terhadap diri sendiri, dalam hal ini dapat mempengaruhi proses komunikasi.

### 2. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi Massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak luas, bersifat heterogen dan menimbulkan media-media elektronik sehingga memudahkan informasi atau pesan sampai dalam waktu yang sama. Menurut Jay Black Fredirck C (Nurdin, 2006:12)

mendefinisikan komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan di produksi secara massal atau tidak sedikit, ini disebabkan karena massa pada penerima dalam komunikasi massa bersifat luas , anonim, dan heterogen.

Berdasarkan pengertian mengenai komunikasi yang diuraikan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa baik dalam bentuk media cetak maupun elektronik, ditujukan kepada khalayak luas, yang bersifat anonim dan heterogen.

Penulis menyimpulkan dari beberapa terpaan media tersebut, terpaan media adalah banyaknya informasi yang diperoleh dari media melalui kegiatan mendengar, melihat, dan membaca informasi media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut dalam memperoleh informasi.

#### **D. Karakteristik Komunikasi Massa**

Karakteristik komunikasi massa sebagai berikut (Arikunto, 2004:7-13)

:

##### **1. Komunikator terlembagakan**

Karakteristik yang pertama si pemberi pesan (komunikator), komunikasi massa harus dilakukan oleh lembaga atau organisasi yang cukup kompleks.

##### **2. Pesan bersifat umum**

Pesan komunikasi massa bersifat umum. pesannya dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Ini disebabkan karena komunikasi massa bersifat terbuka dan ditujukan untuk masyarakat luas.

### 3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator (pemberi pesan) tidak mengenal komunikannya (penerima pesan). Karena proses komunikasi tidak secara langsung tatap muka, melainkan menggunakan media massa.

### 4. Media Massa menimbulkan keserempakan

Komunikasi massa dengan daya penyebaran pesannya yang cukup luas dan bahkan tidak terbatas memiliki kelebihan, yaitu mampu memberikan informasi yang seragam dalam waktu bersamaan kepada komunikannya.

### 5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan

Prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan hubungan.

### 6. Komunikasi massa bersifat satu arah

Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan aktif juga menerima pesan. Namun, keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana komunikasi antarpersonal.

### 7. Stimulus alat indera terbatas

Berbeda dengan komunikasi antarpersonal yang dapat mengoptimalkan seluruh alat indra, komunikasi massa terbilang cukup terbatas. Penggunaan alat indra tergantung pada jenis media massa.

#### 8. Umpan balik tertunda

Umpan balik (*Feedback*) adalah faktor penting dalam proses komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Namun komunikasi massa memiliki umpan balik yang tertunda (*delayed*).

### E. Bentuk-Bentuk Media Massa

Media pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio dan televisi, film, media *on-line* (internet). Setiap media cetak memiliki karakteristik yang khas. Bab ini akan membahas mengenai media massa secara perinci.

1. Surat Kabar
2. Majalah
3. Radio Siaran
4. Televisi
5. Film
6. Komputer dan Internet

Menurut Laquey (1997 dalam buku Ardianto, lukiati, dan Siti), asal mula internet tercipta oleh suatu ledakan tak terduga di tahun 1969, yaitu dengan lahirnya Arpanet, suatu proyek eksperimen kementerian pertahanan Amerika Serikat bernama DARPA (*Departemen of Defense Advanced Research Projects Agency*). Misi awalnya sederhana, yaitu mencoba menggali teknologi jaringan yang dapat menghubungkan para peneliti dengan berbagai sumber daya yang jauh seperti sistem komputer dan pangkalan data yang besar. Arpanet berhasil membantu membudidayakan sejumlah jaringan lainnya, yang kemudian saling berhubungan.

Pertumbuhan dan kelarisan internet dapat dibandingkan dengan perkembangan mesin faksimil pada akhir dasawarsa 1980an. Sistem faksimil yang mendunia itu tidaklah dibangun dalam waktu semalam, ia berkembang dari beberapa mesin faksimil di sini dan di sana. Ketika kalangan bisnis mulai menyadari akan manfaat dan daya gunanya, kehadiran mesin faksimil menjadi hal yang lumrah. Nilai setiap mesin faksimil terus meningkat dan semakin mudah untuk diperoleh.

Pertumbuhan jenis sumberdaya yang terakses melalui internet sungguh mencengangkan. Istilah sumberdaya menyatakan segala sesuatu yang dapat mengakses pada internet, tak peduli dimanapun lokasinya. Informasi yang tersedia di internet jumlahnya terus meningkat. Internet ibarat cairan yang berubah setiap detik, begitu beritanya mengalir, maka

pandangan yang berbeda, laporan dan aneka pendapat mengairi berbagai arsip dan forum.

## F. Media

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana defenisi yang selama ini diketahui, Menurut Laughey,2007: McQuail, 2003 (dalam Nasrullah, 2017:3). Media yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologinya. Koran merupakan representasi dari media cetak, sementara radio yang merupakan media audio dan televisi sebagai media audio-visual merupakan representasi dari media elektronik, dan internet merupakan representasi dari media *online* atau dalam jaringan.

Terlepas dari cara pandang melihat media dari bentuk dan teknologinya, pengungkapan kata “media” bisa dipahami dengan melihat dari proses komunikasi itu sendiri (Meyrowitz, 1999 : Moores, 2005 : Wiliams, 2003). Proses terjadinya komunikasi memerlukan tiga hal yaitu, objek, organ, dan medium.

Beragam kriteria bisa dibuat untuk melihat bagaimana media itu. Ada yang membuat kriteria media berdasarkan teknologinya, seperti media cetak yang menunjukkan bahwa media tersebut dibuat dengan mesin cetak dan media elektronik yang dihasilkan dari perangkat elektronik. Dari sumber atau organ yang menjelaskan bagaimana cara mendapatkan atau bagaimana kode-kode pesan itu diolah, misalnya media audio-visual yang diakses menggunakan organ pendengaran dan

penglihatan. Ada juga yang menuliskan bagaimana pesan itu disebarkan. Contohnya, media penyiaran (*broadcast*) dimana media merupakan pusat produksi pesan, seperti stasiun televisi, dan pesan itu disebarkan serta bisa dinikmati oleh siapa saja asal memiliki pesawat televisi. Atau berdasarkan teknologi, pola penyebaran, sampai pada bagaimana khalayak mengakses media, seperti media lama(*old media*) dan media baru (*new media*).

Membagi media kriteria-kriteria tertentu akan memudahkan siapa pun untuk melihat media. Ada tiga ungkapan untuk melihat medium menurut Meyrowitz 1999 (dalam Nasrullah 2017:4) yaitu : Medium sebagai saluran (*medium-as-vessel/conduit*). Seperti sebuah saluran air, pipa merupakan sarana yang membawa air sesuai dengan alur yang disiapkan. Medium adalah saluran yang membawa pesan atau dalam contoh nyata suara adalah konten yang dibawa radio. Ketika orang ingin mendengarkan siaran pertandingan bulu tangkis melalui radio diperlukan perangkat radio untuk menangkap sinyal dari stasiun radio, hanya dalam konteks ini konten harus dimaknai berbeda dengan bagaimana medium ini membawanya. Betul suara atau radio adalah pesan yang dibawa oleh perangkat radio, namun yang menimbulkan reaksi adalah isi pesan. Meyrowitz, 1995, 1999 :45 (dalam Nasrullah 2017:5).

Medium adalah bahasa (*medium-as-language*). Medium adalah bahasa itu sendiri. Ini bermakna bahwa media memiliki sesuatu yang unik yang bisa mewakili ekspresi atau mengandung suatu pesan

(Meyrowitz, 1999 : 46). Pengalaman emosi yang muncul dengan prantara medium bisa jadi sama dan berbeda antara si pembuat pesan dengan penerima pesan.

## G. Sosial

Kata sosial dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Inilah yang menurut Fuchs, 2004 (dalam Nasrullah 2017:6). ada beberapa pertanyaan dasar ketika melihat kata sosial, misalnya terkait dengan informasi dan kesadaran. Ada pertanyaan dasar, seperti apakah individu itu adalah manusia yang selalu berkarakter sosial atau individu itu baru dikatakan sosial ketika ia secara sadar melakukan interaksi.

Secara teori, ketika membahas kata sosial, ada kesalah pahaman bahwa individu-individu yang ada di dalam komunitas itu tidak hanya berada dalam sebuah lingkungan. Anggota komunitas harus berkolaborasi hingga bekerja sama karena inilah karakter dari sosial itu sendiri. Fuchs, 2014 : 45, (dalam Nasrullah 2017:7).

Menurut Weber (dalam Nasrullah 2017:7), kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial itu sendiri bisa dilihat dalam kategori aksi sosial (social action) dan relasi sosial (social relations). Kategori ini mampu membawa penjelasan tentang apa yang dimaksud dengan aktivitas sosial dan aktivitas individual, Weber, 1978 : 26 dalam Fuchs, 2014 : 38, (dalam Nasrullah 2017:7). Namun diperlukan

simbol-simbol yang bermakna di antara individu yang menjadi aktor dalam relasi tersebut.

## H. Media Sosial

### 1. Definisi Sosial

Dua pengertian tentang media dan sosial telah dijelaskan, namun tidak mudah membuat definisi tentang media sosial berdasarkan perangkat teknologi semata. Diperlukan pendekatan dari teori-teori sosial. Untuk memperjelas apa yang membedakan antara media sosial dan media lainnya di internet sebelum pada kesimpulan apa yang dimaksud dengan media sosial. Perlunya pembahasan khusus untuk mencari hubungan antara media dan masyarakat (Burton, 2005 dalam Nasrullah 2017:8).

Fuchs mengawalinya dengan perkembangan kata web 2.0 yang dipopulerkan oleh O'Reilly (2005). Web 2.0 merujuk dari media internet yang tidak lagi sekadar penghubung antara individu dengan perangkat (teknologi dan jaringan) komputer yang selama ini ada dan terjadi dalam web 1.0, tetapi telah melibatkan individu untuk mempublikasikan secara bersama, saling mengolah dan melengkapi data, web sebagai platform atau program yang bisa dikembangkan, sampai pada pengguna dengan jaringan dan alur yang sangat panjang (*the long tail*).

Berdasarkan teori-teori yang dikembangkan oleh Durkheim, Weber, Tonnies, maupun Marx, (dalam Nasrullah 2017:8) dapat disimpulkan bahwa media sosial bisa dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media.

## 2. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial Menurut Castells, 2004 : Talalay et al., 1997 : Thurlow, Lengel, & Tomic, 2004 (dalam Nasrullah 2017:15) yaitu :

### 1) Jaringan (*Network*)

Kata jaringan (*network*) bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardwere*) lainnya.

### 2) Informasi (*Informations*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Mengapa? Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi (*informations*).

### 3) Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

#### 4) Interaksi (*Intractivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) di internet semata, tetapi harus juga dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut.

#### 5) Simulasi (*Simulation*) Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Meski pada awal pembahasan buku ini media sosial didekati dengan teori-teori sosial, media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus bisa berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.

#### 6) Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *User Generated Content* (UGC).

#### 7) Penyebaran (*Share/Sharing*)

Penyebaran (*share/sharing*) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya.

## 2. Jenis-Jenis Media Sosial

Banyak sumber, terutama liputan media maupun kajian literatur, yang membagi jenis media sosial. Dari berbagai sumber tersebut dapat disimpulkan ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, (Nasrullah 2017:39) yaitu :

1. Media Jejaring Sosial (*social networking*)
  2. Jurnal online (*blog*)
  3. Jurnal Online sederhana atau mikroblog (*microblogging*)
  4. Media Berbagi (*media sharing*)
  5. Penanda Sosial (*social Boormarking*)
  6. Media konten bersama atau Wiki.
3. Realitas Media Sosial

Media sosial merupakan medium digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang waktu para penggunanya berinteraksi. Nilai-nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. Namun, pada dasarnya beberapa akademis i yang meneliti internet melihat bahwa media sosial di internet adalah gambaran apa yang terjadi di dunia nyata. Seperti plagiarisme, dalam banyak kasus sumber awal sebuah konten di internet tidak diketahui sehingga dapat dipergunakan oleh pengguna lain dan dipublikasikan di media sosial miliknya (*copy paste*). Nilai-nilai ini tetap berlaku di media sosial dan sanksi maupun hukuman terhadap pelanggaran ini tetap ada walau tidak dalam bentuk fisik.

Contoh lain, *Facebook* memiliki fasilitas perangkat opsi terhadap sebuah konten. Pengguna lain bisa memilih apakah sebuah status yang dipublikasikan oleh seseorang ingin di lihat atau disembunyikan dan sampai pada apakah pengguna ingin mengikuti atau berhenti mengikuti apa saja yang disampaikan oleh sebuah akun (Menurut Nasrullah, 2017:5).

## I. Pengaruh

Pengaruh adalah “daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan dan perbuatan seseorang” (Depdikbud, 2001:845).

WJS. Poerwadaminta berpendapat bahwa pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu, baik orang maupun benda dan sebagainya yang berkuasa atau yang berkekuatan dan berpengaruh terhadap orang lain (Poerwadaminta:731). Penjelasan ini menyimpulkan terdapat umpan balik dari seseorang, benda ataupun sebagainya yang dapat memberi efek yang sesungguhnya.

## J. Berita

### 1. Definisi Berita

Berita adalah laporan mengenai peristiwa yang ada di masyarakat dan sekitarnya yang disampaikan melalui media massa. Ermanto, (2005:78) dalam bukunya mengatakan bahwa sebagai makhluk sosial, manusia akan selalu membutuhkan media atau

informasi untuk menambah wawasannya dan mendewasakan alam berpikirnya.

M. Atar Seni (1995:11) menyatakan bahwa berita adalah cerita atau laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang faktual yang baru dan luar biasa sifatnya. Sementara (DjuROTO, 2004:47) mendefinisikan tentang berita yaitu berita sebagai laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai yang penting dan menarik bagi sebagian khalayak, bersifat baru dan dipublikasikan secara luas melalui media massa. Peristiwa atau pendapat tidak akan menjadi berita, bila tidak dipublikasikan media massa secara periodik.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak semua peristiwa atau kejadian dapat di katakan sebagai berita. Berita harus memiliki nilai seperti sesuatu yang dianggap penting oleh khalayak, memiliki daya tarik dan sebagainya.

Selanjutnya Dja'far H assegaf (1991:24) mendefinisikan berita sebagai laporan tentang fakta atau ide yang terkini, yang dipilih staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca. Defenisi lainnya diberikan oleh (Sumadiria, 2005:65) yakni, berita merupakan suatu laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik, dan penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet.

Kesimpulan dari penjelasan ini bahwa berita adalah sebuah informasi terhangat yang tersebar melalui media massa yang disiarkan setiap harinya yang memiliki daya tarik untuk pembaca dan pendengar.

Erianto, (2002: 106-107) menjelaskan nilai berita sangat menentukan bukan hanya peristiwa apa saja yang diberitakan, melainkan bagaimana peristiwa itu dikemas dan disajikan. Ini merupakan prosedur awal dari bagaimana peristiwa dikonstruksi. Ukuran-ukuran yang dipakai untuk memilih sebuah realitas peristiwa oleh wartawan adalah ukuran profesional yang dinamakan sebagai nilai berita.

Kesimpulan di atas menyimpulkan bahwa berita memiliki nilai tersendiri segi dari isi, ukuran ke profesionalannya dan penyajiannya dalam membuat berita.

## 2. Unsur-unsur Layak Berita

Menurut Budayana, (2012:47) "wartawan indonesia menyajikan berita secara brimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dan ketepatan, serta tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri. Tulisan berisi interpretasi dan opini wartawan agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya".

Ketentuan yang ditetapkan oleh kode etik jurnalistik itu menjadi jelas kepada kita bahwa berita pertama-tama harus cermat dan tepat atau dalam bahasa jurnalistik harus akurat, selain cermat dan tepat,

berita juga harus lengkap (*Complete*), adil (*fair*) dan berimbang (*balanced*). Kemudian pun berita harus tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri atau dalam bahasa akademis disebut objektif. Dan yang merupakan syarat praktis tentang penulisan berita, tentu saja berita itu harus ringkas (*consise*), jelas (*clear*), dan hangat (*current*)

### 3. Nilai Berita

Menurut Budayana, (2012:49) Nilai berita memang tidak dapat terlepas dari unsur pelaporan suatu peristiwa tertentu. Akan tetapi, tidak semua kejadian atau peristiwa dapat dilaporkan kepada khalayak sebagai berita. Agar berita dapat bermanfaat bagi kepentingan banyak orang, berita harus memiliki nilai berita. Nilai-nilai berita yang dimaksud antara lain sebagai berikut :

1. Keluar biasaan
2. Kebaruan (aktual)
3. Kedekatan
4. Menimbulkan ketertarikan manusiawi (*Human Interest*)
5. Berhubungan dengan orang penting
6. Menimbulkan dampak bagi masyarakat
7. Informative

Dalam kehidupan masyarakat, informasi menjadi kebutuhan pokok. Oleh sebab itu. Media berusaha mengumpulkan, mengelolah,

dan menyebarkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

## K. *Hoax*

### 1. Definisi *Hoax*

Secara singkat *hoax* adalah informasi yang tidak benar. Dalam *cambridge dictionary*, kata *hoax* sendiri berarti tipuan atau lelucon. Kegiatan menipu, trik penipuan, rencana penipuan disebut dengan *hoax*. Kemudian, kemudian situs *hoaxes.org* dalam konteks budaya mengarahkan pengertian *hoax* sebagai aktivitas menipu. “ketika koran sengaja mencetak cerita palsu, kita menyebutnya *hoax*”. Kita juga menggambarkan sebagai aksi publisitas yang menyesatkan, ancaman bom palsu, penipuan bisnis, dan klaim politik palsu sebagai *hoax*. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dipilih istilah “informasi *hoax*” sebagai salah satu konsep penelitian. Pemilihan istilah ini didasarkan pada pengertian dasar kata *hoax* itu sendiri (tipuan), dan bentuknya yang berupa informasi ketika disebarkan (sebagai objek) di *Facebook*. Dengan demikian “informasi *hoax*” yang dimaksud dalam penelitian ini adalah “informasi tipuan”.

Menurut David Harley dalam buku *Common Hoaxes and Chain Letters* (2008:8), ada beberapa aturan praktis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi *hoax* secara umum.

- 1) Informasi *hoax* biasanya memiliki karakteristik surat berantai dengan menyertakan kalimat seperti “Sebarkan ini ke semua

orang yang anda tahu, jika tidak, sesuatu yang tidak menyenangkan akan terjadi.

- 2) Informasi *hoax* biasanya tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa diverifikasi, misalnya “kemarin” atau “dikeluarkan oleh” pernyataan-pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan.
- 3) Informasi *hoax* biasanya tidak memiliki tanggal kadaluwarsa pada peringatan informasi, meskipun sebenarnya kehadiran tanggal tersebut juga tidak akan membuktikan apa-apa, tetapi dapat menimbulkan efek keresahan yang berkepanjangan.
- 4) Tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi atau menyertakan organisasi tetapi biasanya tidak terkait dengan informasi.

Lebih lanjut Harley menyebutkan bahwa kebanyakan informasi *hoax* beredar dari niat baik untuk menunjukkan perhatian atau membantu orang lain. Tetapi ada juga informasi *hoax* yang dimaksudkan untuk kesenangan personal ketika berhasil menipu orang lain. Harley mengatakan bahwa informasi *hoax* masih akan terus berkembang seiring dengan perkembangan kemajuan jaman. Ada juga esensinya benar tetapi kegunaan dan nilainya dipertanyakan disebut Harley dengan *semi-hoax*.

## 2. Ciri-ciri Berita *Hoax*

Berikut adalah 4 ciri berita *hoax* menurut David Harley (2008 : 9) antara lain sebagai berikut :

1. Mengajak Menyebarkan Informasi Seluas-luasnya
2. Tidak Mencantumkan Tanggal dan Deadline.
3. Tidak Mencantumkan Sumber yang Valid
4. Memakai Nama Dua Perusahaan Besar

Meskipun dalam informasi yang memuat tanggal pembuatan/penyebaran dan tanggal kadaluarsa informasi juga terkadang tidak dapat membuktikan bahwa informasi tersebut bukan *hoax*, Keempat ciri-ciri ini setidaknya dapat membantu kita dalam memfokuskan lokus pemikiran kita ketika berhadapan dengan sebuah informasi. Sehingga idealnya kita harus bersikap skeptis terhadap setiap informasi yang ditemui sekalipun terlihat benar, lengkap, dan sangat meyakinkan.

#### **L. Penculikan Anak**

Kamus Umum Besar Indonesia (2003) mengartikan penculikan sebagai culik-menyulik, 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 aadalah 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”.

Aritoteles, (2009:23) menggambarkan individu, sejak anak-anak sampai dewasa ini ke dalam tiga tahapan, yaitu :

1. Tahap I : dari 0-7 tahun ( masa anak kecil atau masa bermain)
2. Tahap II : dari 7-14 tahun (masa anak-anak, masa sekolah rendah).
3. Tahap III : dari 14-21 tahun ( masa remaja/pubertas, masa peralihan dari usia anak menjadi orang dewasa.

Sedangkan fase-fase perkembangan individu yaitu :

1. 0-6 tahun : masa usia pra sekolah
2. 6-12 tahun : masa usia sekolah dasar
3. 12-18 tahun : masa usia sekolah menengah
4. 18-25 tahun : masa usia mahasiswa

## M. Perilaku

### 1. Definisi Perilaku

Perilaku dalam kamus bahasa indonesia adalah tingkah laku atau perbuatan individu atau tanggapan individu yang terwujud dalam gerakan atau sikap (Walgito, 2003). Setiap manusia pastilah memiliki perilaku berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya. Perilaku atau aktivitas yang ada pada individu atau organisme itu tidak timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari stimulus yang diterima oleh organisme yang bersangkutan baik stimulus eksternal maupun

stimulus internal. Namun demikian sebagian terbesar dari perilaku organisme itu sebagai respon terhadap stimulus eksternal.

Bagaiman kaitan antara stimulus dan perilaku sebagai respon terdapat sudut pandang yang belum menyatu antara para ahli. Ada ahli yang memandang bahwa perilaku sebagai respon terhadap stimulus, akan sangat ditentukan oleh keadaan stimulusnya, dan individu atau organisme seakan-akan tidak mempunyai kemampuan untuk menentukan perilakunya, hubungan stimulus dan respon seakan-akan bersifat mekanistik. Pandangan semacam ini pada umumnya merupakan pandangan yang bersifat behavioristik.

Berbeda dengan pandangan kaum behavioristik adalah pandangan dari aliran kognitif, yaitu yang memandang perilaku individu merupakan respon dari stimulus, namun dalam diri individu itu ada kemampuan untuk menentukan perilaku yang diambilnya. Ini berarti individu dalam keadaan aktif dalam menentukan perilaku yang diambilnya (Walgito, 2003: 13).

Menurut Lewin (dalam Jalaluddin Rakhmat, 2007 : 27), perilaku individu diartikan sebagai hasil interaksi antara individu dengan lingkungan. Perilaku manusia tidak dapat lepas dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan dimana individu berada. Perilaku manusia didorong oleh motif tertentu sehingga manusia itu berperilaku. Menurut Skinner (dalam Walgito, 2003:17) membedakan jenis-jenis perilaku menjadi (a) perilaku yang alami (*innate behavior*),

(b) perilaku operan (*operant behavior*). Perilaku alami yaitu perilaku yang dibawa sejak organisme dilahirkan, yaitu yang berupa refleksi-refleksi dan insting-insting, sedangkan perilaku operan yaitu perilaku yang dibentuk melalui proses belajar.

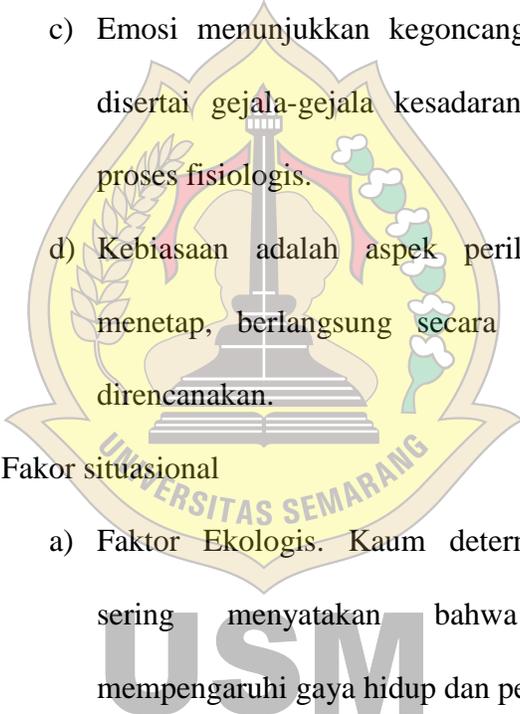
## 2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat

Perilaku manusia dipengaruhi oleh berbagai faktor. Rakhmat (2007: 32-47) menjelaskan ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang yaitu : faktor personal dan faktor situasional.

### 1) Faktor personal

Merupakan faktor yang berasal dari dalam diri manusia terdiri dari :

- a. Faktor Biologis yang terlibat dalam seluruh kegiatan manusia, bahkan berpadu dengan faktor sosiopsikologis. Bahwa warisan biologis manusia menentukan perilakunya, dapat diawali sampai struktur DNA yang menyimpan seluruh memori warisan biologis yang diterima dari kedua orangtuanya.
- b. Faktor –faktor Sosiopsikologis yaitu manusia sebagai makhluk sosial memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya diantaranya :

- a) Motif sosiogenis disebut juga sebagai motif sekunder. Abraham Maslow mengklasifikasikan motif ini menjadi empat yaitu: Safety needs, belongingness and love needs, esteem needs, self-actualization.
  - b) Sikap adalah kecenderungan bertindak, persepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai.
  - c) Emosi menunjukkan kegoncangan organisme yang disertai gejala-gejala kesadaran, keperilakuan, dan proses fisiologis.
  - d) Kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang menetap, berlangsung secara otomatis dan tidak direncanakan.
- c. Faktor situasional
- a) Faktor Ekologis. Kaum determinisme lingkungan sering menyatakan bahwa keadaan alam mempengaruhi gaya hidup dan perilaku.
  - b) Suasana Perilaku (Behavioural setting). Berdasarkan penelitian Roger Barker menemukan bahwa perilaku seseorang disesuaikan terhadap suasana yang dialaminya.
- 

- c) Faktor-faktor sosial terdiri dari struktur organisasi, sistem peranan, struktur kelompok dan karakteristik populasi.
- d) Lingkungan Psikososial. Persepsi seseorang tentang sejauh mana lingkungan memuaskan atau mengecewakan, akan berpengaruh pada perilaku individu dalam lingkungannya.

### 3. Masyarakat

Masyarakat ialah satu kumpulan manusia yang berinteraksi dalam kawasan atau sempadan yang telah ditetapkan dan dibimbing oleh satu budaya yang dikongsi bersama. Menurut Richard T. Scharfer, (2003:41) masyarakat ialah “*a fairly large number of people who live in the same territory, are relatively independent of people outside, it and participate in a common culture.*” Menurut Koenjaraningrat (2012:122) “masyarakat merupakan kesatuan hidup manusia yang berinteraksi sesuai dengan sistem, adat-istiadat tertentu yang sifatnya berkesinambungan dan terikat oleh suatu rasa identitas bersama”.

Berdasarkan pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa masyarakat adalah sebuah kehidupan yang berjalan sesuai dengan peraturan-peraturan yang dibuat oleh masyarakat itu sendiri sehingga terciptalah sebuah kehidupan bermasyarakat. Conte dalam Syani (2012:31) menyatakan “masyarakat merupakan kelompok makhluk hidup dengan realitas baru yang berkembang menurut hukum-

hukumnya sendiri dengan berkembang menurut pola perkembangannya tersendiri.

Masyarakat sebagai *community* dapat dilihat dari dua sudut pandang : pertama memandang *community* sebagai unsur statis, artinya *community* terbentuk dalam suatu wadah/tempat dengan batas-batas tertentu. Kedua, *Community* dipandang sebagai unsur yang dinamis, artinya menyangkut suatu proses yang terbentuk melalui faktor psikologis dan hubungan antar manusia, maka didalamnya terkandung unsur-unsur kepentingan, keinginan atau tujuan yang bersifat fungsional. Hal tersebut menunjukkan bagian dari kesatuan masyarakat sehingga ia dapat pula disebut sebagai masyarakat setempat, misalnya kampung, dusun atau kota-kota kecil. kehidupan mereka.

Penulis menyimpulkan dari penjelasan diatas adalah Anggota masyarakat yang memahami nilai budayanya akan tahu apa yang perlu mereka lakukan dalam hubungannya dengan anggota yang lain dan akan tercipta masyarakat yang baik dan bermanfaat sehingga masyarakat tersebut akan berlangsung kehidupannya dengan sendirinya.

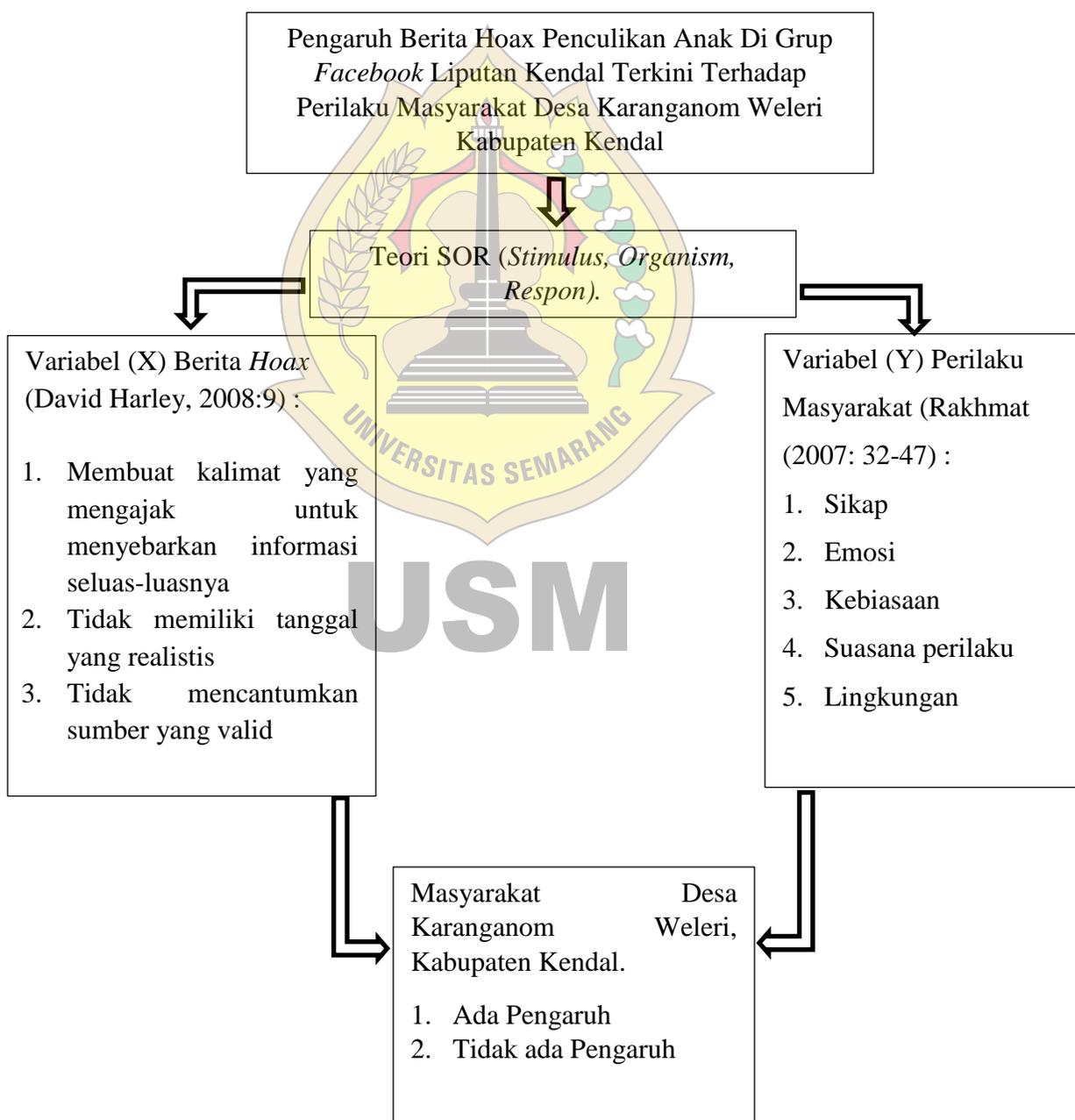
#### **N. Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan teori yang diambil maka kerangka pemikiran sangatlah dibutuhkan sebagai alur berpikir sekaligus sebagai landasan untuk menyusun hipotesis penelitian. Pemikiran juga memudahkan pembaca

untuk memahami permasalahan utama yang di kaji dalam penelitian yang di susun berdasarkan teori SOR (*Stimulus, Organism, Respon*).

Maka dari itu peneliti menyusun kerangka berpikir tentang Pengaruh Berita Hoax Penculikan Anak Di Grup *Facebook* Liputan Kendal Terkini Terhadap Perilaku Masyarakat Desa Karangnom Weleri, Kabupaten Kendal.

Gambar 1.



## O. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai bukti melalui data terkumpul” (Arikunto, 2013:110). Ada dua jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian yaitu :

### 1. Hipotesis kerja ( $H_a$ )

Hipotesis alternatif atau kerja mengatakan adanya hubungan Antara variable X dan Y, dengan keterangan jika variable X naik maka variable Y ikut naik.

### 2. Hipotesis nol ( $H_0$ )

Hipotesis nol atau statistic yaitu hipotesis yang diuji dengan statistic. Hipotesis nol mengatakan tidak adanya hubungan Antara dua variable atau tidak adanya pengaruh variable X dan Y.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini :

1.  $H_a$  : Berpengaruh terhadap perilaku masyarakat Desa Karangnom Weleri, Kabupaten Kendal.
2.  $H_0$  : Tidak berpengaruh terhadap perilaku masyarakat Desa Karangnom Weleri, Kabupaten Kendal.