

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Kajian Pustaka

##### 1. Pengertian Komunikasi

Untuk menyampaikan pikiran dan perasaanya, manusia melakukan komunikasi. Komunikasi menjadi sangat penting ketika manusia bersosialisasi, oleh karena itulah manusia dianggap sebagai “makhluk sosial.”

Komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia. Yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan memakai bahasa sebagai alat penyalurnya. Komunikasi juga mempunyai pemahaman proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunika (orang/pihak yang diajak komunikasi) dan komunikan (orang/pihak-pihak lain yang terlibat dalam komunikasi). Pesan dari komunikasi terdiri atas dua aspek. Pertama, isi pesan (the content of the message), dan kedua, lambang (symbol). Konkretnya, isi pesan komunikasi adalah pikiran atau perasaan, serta lambang lebih mempunyai makna ke dalam bahasa.

Menurut Harold D. Lasswell, cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut: who says what in which channel to whom with what effect (siapa mengatakan apa melalui

saluran apa kepada siapa dengan efek apa? Jawaban bagi pertanyaan paradigmatic Lasswell itu merupakan beberapa unsur proses komunikasi. Yaitu, communicator (komunikator), message (pesan), chanel (media), receiver (komunikasikan/komunikate/penerima), dan effect (efek).

## 2. Fungsi Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu, seni dan lapangan kerja sudah tentu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia kebutuhan hidupnya.

Laswell mengemukakan pendapatnya tentang beberapa fungsi komunikasi secara lebih, yaitu:<sup>12</sup>

- a. Penjagaan atau pengawasan lingkungan (*surveillance of the environment*).
- b. Menghubungkan beberapa bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya (*correlation of the part of society in responding to the environment*).
- c. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the social heritage*).

Terdapat satu fungsi lagi dalam komunikasi, yakni *entertainment* atau hiburan yang menunjukkan pada tindakan-tindakan komunikatif yang terutama sekali dimaksudkan untuk menghibur dengan tidak mengindahkan efek-efek instrumental yang dimilikinya.

---

<sup>12</sup> Nurudin, *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), h. 61

### 3. Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak melalui beberapa alat yang bersifat mekanis seperti radio, online, surat kabar dan film.<sup>13</sup>

Sedangkan menurut Effendy, pengertian dari komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media atau peralatan modern. Media massa ini dapat berupa surat kabar, radio, online, film.<sup>14</sup>

Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa selalu menggunakan media, hal ini dikarenakan dalam komunikasi massa khalayaknya mempunyai ruang lingkup yang luas, sehingga memudahkan untuk menjangkau khalayaknya diperlukan sebuah media.

Komunikasi massa terdiri dari beberapa unsur sumber (*source*) pesan (*message*), saluran (*channel*), penerima (*receiver*), serta efek (*effect*). Menurut Harold D. Laswell, beberapa unsur yang diformulasikan dalam bentuk pertanyaan berikut ini:

- a. *Who*
- b. *Says What*
- c. *In Which Channel*
- d. *To Whom*
- e. *What Effect?*

---

<sup>13</sup> Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*, (Jakarta: Bumi Aksara 2016), h.36

<sup>14</sup> Effendi, S. & Tukiran. *Metode Penelitian Survei*. (Jakarta: Pustaka LP3ES, 2012), h.13

a. Unsur *Who* (Sumber atau Komunikator)

Sumber utama dari komunikasi massa adalah lembaga atau organisasi atau orang yang bekerja dalam fasilitas orang yang bekerja atau lembaga atau organisasi (*instutinallized person*).

b. Unsur *Says What* (pesan)

Pesan-pesan komunikasi massa umumnya dibuat untuk memenuhi kebutuhan segera dan mencapai audiens yang luas dalam waktu yang singkat.

c. Unsur *In Which Channel* (saluran atau media)

Unsur ini menyangkut semua peralatan mekanik yang digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan komunikasi massa. Media yang mempunyai kemampuan tersebut adalah surat kabar, majalah, radio, film, televise dan *media dotcom*.

d. Unsur *to whom* (penerima atau audiens)

Unsur *to whom* adalah menyangkut sasaran-sasaran komunikasi massa.

#### 4. Efek Komunikasi Massa

Komunikasi mempunyai beberapa pengaruh atau efek yang menambah pengetahuan, merubah sikap atau menggerakkan perilaku kita, diantaranya adalah:

a. Efek kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri individu yang terkena terpaan media yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dari semula

tidak tahu menjadi tahu, tidak jelas menjadi jelas, ragu menjadi yakin, dan sebagainya. Ini berarti melalui media khalayak akan memperoleh gambaran atau informasi tentang orang, benda, peristiwa atau kejadian, banyak tempat yang belum pernah kita kunjungi, dan sebagainya.

b. Efek Afektif.

Efek afektif mengacu pada aspek emosional atau perasaan. Efek ini kadarnya lebih tinggi dibandingkan efek kognitif. Maksudnya, efek yang di timbulkan tidak hanya sekedar khalayak tahu tentang orang, benda dan peristiwa yang ada di dunia ini melainkan khalayak dapat merasakannya.

c. Efek Behavioral.

Efek behavioral mengacu pada perilaku, tindakan atau kegiatan khalayak yang tampak pada kegiatan sehari – hari.

## 5. Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:<sup>15</sup>

a. Komunikator terlembagakan

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

b. 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.

---

<sup>15</sup> Arikunto, S. *Prosedur Penelitian*. (Yogyakarta: PT Reneka Cipta, 2019), h.7-13

c. 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.

d. 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.

e. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan

Prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan hubungan.

f. Komunikasi massa bersifat satu arah

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

g. *Stimulus* alat indera terbatas

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

h. 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*).

## 6. Terpaan Media

Terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan-pesan media atau pun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (*longevity*).<sup>16</sup>

menurut Jalaludin Rakhmat diartikan sebagai terpaan media, sedangkan Masri Singarimbun mengartikannya dengan sentuhan media. Menurut Rakhmat media exposure dapat dioperasionalkan sebagai frekuensi individu dalam menonton *online*, *film*, membaca majalah, atau surat kabar, amupun mendengarkan radio. Selain itu media exposure berusaha mencari data audiens tentang penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan atau *ion Gevity*.<sup>17</sup>

Sedangkan Shore memberikan definisi mengenai terpaan media adalah lebih lengkap daripada akses. Terpaan tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa akan tetapi apakah seseorang tersebut benar- benar terbuka dengan beberapa

---

<sup>16</sup> Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama, 2014), h.168.

<sup>17</sup> Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya 2007), h.113

pesan media tersebut. Terpaan merupakan kegiatan mendengarkan, melihat dan membaca beberapa pesan media massa ataupun pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu maupun kelompok.

Frank Biocca dalam LittleJohn menyatakan bahwa karakteristik terpaan media dapat diukur melalui dimensi-dimensi seperti :

- a. Selectivity (kemampuan memilih) yaitu kemampuan audiens dalam menetapkan pilihan terhadap media dan isi yang akan dieksposnya.
- b. Intentionally (kesengajaan) yaitu tingkat kesengajaan audiens dalam menggunakan media atau kemampuan dalam mengungkapkan tujuan-tujuan penggunaan media.
- c. Utilitarianism (pemanfaatan) yaitu kemampuan audiens untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan media.
- d. Involvement (keterlibatan) yaitu keikutsertaan pikiran dan perasaan audiens dalam menggunakan media dan pesan media yang diukur melalui frekuensi maupun intensitas.
- e. Previous to influence yaitu kemampuan untuk melawan arus pengaruh media.

## 7. Pengaruh

Pengaruh adalah “daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan dan perbuatan seseorang”.<sup>18</sup> WJS. Poerwadaminta berpendapat bahwa pengaruh adalah

---

<sup>18</sup> Depdikbud, 2001, h.845

daya yang ada atau timbul dari sesuatu, baik orang maupun benda dan sebagainya yang berkuasa atau yang berkekuatan dan berpengaruh terhadap orang lain.<sup>19</sup> Penjelasan ini menyimpulkan terdapat umpan balik dari seseorang, benda ataupun sebagainya yang dapat memberikan efek yang sesungguhnya.

## 8. Berita

Mitchel V. Charnley dalam bukunya *Reporting* edisi III (Holt-Reinhart & Winston, New York, 1975 halaman 44) menyebutkan berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “berita adalah suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik dan akurat serta dianggap penting bagi sejumlah besar pembaca, pendengar maupun penonton.”<sup>20</sup>

Dari pengertian di atas, ada empat unsur yang harus dipenuhi oleh sebuah peristiwa, sehingga layak menjadi sebuah berita. Beberapa unsur tersebut adalah:

### a. Unsur aktual

Mengandung unsur terkini, terbaru, terhangat, baru saja atau sedang terjadi. Pengertian terbaru, bisa merupakan fakta terbaru yang ditemukan dari suatu peristiwa lama, atau peristiwa yang baru saja terjadi.

<sup>19</sup> Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta : Balai Pustaka 2006), h.731

<sup>20</sup> Muda, Deddy Iskandar, *Jurnalistik Online Menjadi Reporter Profesional*, (Bandung : Remaja Rosda, 2005), h.21

b. Unsur Faktual

Dalam unsur faktual, kejadian benar-benar merupakan suatu kenyataan, bukan suatu rekayasa, khayalan atau karangan. Fakta dalam sebuah berita muncul dan diperoleh dari sebuah kejadian nyata, pendapat ataupun pernyataan.

c. Unsur Penting

Ada dua hal dalam berita dinilai penting. Pertama tokoh yang terlibat dalam pemberitaan adalah tokoh penting atau memiliki kapasitas yang telah diakui oleh masyarakat. Kedua, materi berita menyangkut kepentingan orang banyak dan mempengaruhi kondisi masyarakat.

d. Unsur Menarik

Menimbulkan rasa ingin tahu, dan ketertarikan dari masyarakat untuk menyimak isi berita tersebut. Peristiwa yang menarik dan diminati oleh masyarakat biasanya bersifat menghibur, aneh, memiliki unsur kedekatan, mengandung nilai kemanusiaan, mengandung unsur seks, kriminalitas dan konflik.

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. Beberapa nilai berita yang dimaksud antara lain sebagai berikut:

a. Keluar biasaan

b. Kebaruan (aktual)

- c. Kedekatan
- d. Menimbulkan ketertarikan manusiawi (*Human Interest*)
- e. Berhubungan dengan orang penting
- f. Menimbulkan dampak bagi masyarakat
- g. Informatif

Dalam kehidupan masyarakat, informasi menjadi kebutuhan pokok. Oleh sebab itu. Media berusaha mengumpulkan, mengelolah, dan menyebarkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

## 9. Pelecehan Seksual

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, menjelaskan bahwa pelecehan seksual merupakan bentuk pembedaan dari kata kerja melecehkan yang berarti menghinakan, memandang rendah, mengabaikan. Sedangkan seksual memiliki arti hal yang berkenaan dengan seks atau jenis kelamin, hal yang berkenaan dengan perkara persetubuhan antara laki-laki dan perempuan.<sup>21</sup>

Dengan demikian, berdasarkan pengertian tersebut maka pelecehan seksual berarti suatu bentuk penghinaan atau memandang rendah seseorang karena hal-hal yang berkenaan dengan seks, jenis kelamin atau aktivitas seksual antara laki-laki dan perempuan.

Secara umum yang dimaksud dengan pelecehan seksual adalah segala macam bentuk perilaku yang berkonotasi atau mengarah kepada hal-

---

<sup>21</sup> *Dampak Psikososial Pada Individu Yang Mengalami. Pelecehan Seksual Di Masa Kanak-Kanak.* Psikoborneo. 2016;Vol. 4. No.2 312-20. 2. Marisa MP.

hal seksual yang dilakukan secara sepihak dan tidak diharapkan oleh orang yang menjadi sasaran sehingga menimbulkan reaksi negatif seperti malu, marah, benci, tersinggung, dan sebagainya pada diri individu yang menjadi korban pelecehan seksual tersebut.

Pelecehan seksual ialah tindakan lewat sentuhan fisik atau nonfisik yang sengaja atau berulang-ulang, atau hubungan fisik yang bersifat seksual bukan sama suka. Namun pelecehan seksual mengacu pada perbuatan yang oleh korbannya merasakan perasaan yang tidak menyenangkan karena perbuatan tersebut bersifat intimidasi, menghinakan atau tidak menghargai korban dengan membuat seorang sebagai objek pelampiasan seksual. Segala perbuatan apabila itu telah dianggap melanggar kesopanan atau kesusilaan bisa dimasukkan kedalam perbuatan cabul, dengan demikian pelecehan seksual adalah adanya ketidaindangan atau penolakan pada apapun banyak bentuk perhatian yang bersifat seksual.<sup>22</sup>

Pelecehan seksual adalah setiap bentuk perilaku yang memiliki muatan tidak diharapkan oleh orang yang menjadi sasaran sehingga menimbulkan akibat negatif, seperti rasa malu, tersinggung, terhina, marah kehilangan harga diri, kehilangan kesucian. Pelecehan seksual terjadi ketika pelaku mempunyai kekuasaan yang ekonomi, “kekuasaan” jenis kelamin yang satu terhadap jenis kelamin yang lain, jumlah personal yang lebih banyak.

---

<sup>22</sup> Ramdhani, *Konsep Umum Pelaksanaan Kebijakan Publik*, Vol 11, No 1 (2017)

Kejahatan terhadap perempuan sering mengalami perlakuan tidak adil dan pelanggaran hak-haknya. Perkosaan, pelecehan seksual dan kekerasan lain yang dimotivasi nafsu seks yang menjadi bahaya nyata yang mengancam pihak perempuan, hingga kejahatan kesusilaan terhadap perempuan terjadi. Tindakan pelecehan seksual yang terjadi merupakan suatu masalah yang memerlukan perhatian khusus pemerintah karna berkaitan dengan moralitas para generasi bangsa. Dalam hal ini pengadilan yang merupakan instansi atau lembaga yang menangani masalah hukum perlu memberikan sanksi pada seseorang yang melakukan pidana terutama pelaku kejahatan seksual untuk itu pengadilan perlu memberikan sanksi terhadap pelaku pelecehan seksual dengan seadil-adilnya.<sup>23</sup>

Pelecehan seksual bukan semata tentang seks. Inti dari masalah ini adalah penyalahgunaan kekuasaan atau otoritas, meskipun pelaku mungkin mencoba meyakinkan korban dan dirinya sendiri bahwa perilaku pelecehan yang ia lakukan adalah keterkaitan seksual dan keinginan romantis semata. Kebanyakan pelecehan seksual dilakukan oleh laki-laki terhadap perempuan. Menurut kategorinya pelecehan dibagi menjadi 5 jenis, yaitu :

- a. Pelecehan gender : pernyataan dan perilaku seks yang menghina atau merendahkan wanita. Contohnya termasuk komentar yang menghina, gambar, atau tulisan yang merendahkan wanita, lelucon cabul atau humor tentang seks atau wanita pada umumnya.

---

<sup>23</sup> Ramdhani. *Konsep Umum Pelaksanaan Kebijakan Publik*, Vol 11, No 1 (2017)

- b. Perilaku menggoda : perilaku seksual yang menyinggung, tidak pantas, dan tidak diinginkan. Contohnya termasuk mengulangi ajakan seksual yang tidak diinginkan, memaksa untuk makan malam, minum, atau kencan.
- c. Penyipuan seksual : permintaan aktivitas seksual atau perilaku terkait seks lainnya dengan janji imbalan. Rencana mungkin dilakukan secara terang-terangan atau secara halus.
- d. Pemerkosaan seksual : Permerkosaan aktivitas seksual atau perilaku terkait seks lainnya dengan ancaman hukuman. Contohnya seperti evaluasi kerja yang negatif, pencabutan promosi kerja, dan ancaman pembunuhan.
- e. Pelanggaran seksual : pelanggaran seksual (seperti menyentuh, merasakan, atau meraih secara paksa) atau penyerangan seksual<sup>24</sup>

## B. Kerangka Teori

### 1. 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.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Armbruster, Chris, And Laurent Romary. Online/Endangfatmawati\_Open\_Access.Pdf Pada 29 Juni 2019.

<sup>25</sup> D, Mcquail's *Mass Communication Theory*. (Jakarta: Netherlands SAGE Publications, 2011), h.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 beberapa kata verbal, isyarat non verbal, beberapa 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, 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.<sup>26</sup> Hal ini menunjukkan masyarakat dan para orang tua mendapatkan *stimulus* yaitu terpaan pesan dari berita-berita penculikan anak, dan kemudian pada

---

<sup>26</sup> D, *Mcquail's Mass Communication Theory*. (Jakarta: Netherlands SAGE Publications, 2011), h.467

jangkah waktu tertentu menciptakan suatu perbedaan (pengaruh) terhadap mereka.

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

- a. *Stimulus* yang di maksud adalah pesan yang disampaikan dalam media online.
- b. *Organisme* yang dimaksudkan adalah santri putri Al-Mahrusiyah 1.
- c. *Respon* yang dimaksud adalah sikap yang timbul setelah mengetahui berita pelecehan seksual 12 santriyati di Jawa Barat.

Menurut Hosland mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada masyarakat yang terdiri dari :<sup>27</sup>

- a. *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.
- b. Apabila *stimulus* telah mendapat perhatian dari *organism* (diterima) maka ia mengerti *stimulus* ini dilanjutkan kepada proses berikutnya.
- c. Setelah itu *organism* mengelolah *stimulus* tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi *stimulus* yang telah diterimanya (bersikap)

---

<sup>27</sup> D, Mcquail's *Mass Communication Theory*. (Jakarta: Netherlands SAGE Publications, 2011), h.464

d. 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. Beberapa unsur pada model ini adalah pesan (*Stimulus*), komunikan (*Organism*), dan efek (*Response*).

## 2. Model komunikasi Lasswell Model

Teori selanjutnya yang digunakan adalah Model komunikasi Lasswell, model ini termasuk ke dalam kelompok model komunikasi yang sifatnya linear. Model komunikasi linear biasanya merupakan komunikasi yang berjalan secara satu arah. Komunikasi satu arah dilakukan dengan pengirim mengirimkan pesan kepada penerima pesan. Sedangkan penerima pesan tidak memberi umpan balik maupun tanggapan pada sebuah pesan yang dikirimkan. Pada mulanya sinyal pesan diencode kemudian dikirimkan dengan menggunakan suatu media. Biasanya model komunikasi linear dilakukan pada sebuah media seperti online, radio, dan lain sebagainya.

Lasswell mencoba mengemukakan pendapat mengenai kekompleksan suatu komunikasi dalam sebuah tulisannya tersebut. Menurutnya, dalam menjelaskan kompleksitas dalam suatu kegiatan berkomunikasi yakni dengan menjabarkan jawaban dari sejumlah pertanyaan antara lain *Who Says What In Which Channel to Whom with What Effect?*

Lasswell memaparkan bahwa konsep dan jalan suatu model komunikasi adalah dengan penyampaian pesan yang berasal dari suatu media yang ditujukan kepada para komunikate dengan tujuan untuk memberikan suatu efek tertentu. Model komunikasi ini memfokuskan pada berbagai macam turunan yang ada dari beberapa elemen yang mana menjadi jawaban dari beberapa pertanyaan yang ia sebutkan. Beberapa elemen tersebut yakni :

a. Komunikator / pengirim pesan

- b. Pesan
- c. Media
- d. Komunikan / penerima pesan
- e. Efek

Kelima elemen dari model komunikasi ini antara lain :

- a. *Who*, kepada siapa komunikator menyampaikan atau mengirimkan pesan

Dalam teorinya, Lasswell menjelaskan bahwa bentuk dari komunikasi terdapat seorang atau suatu media yang memerankan komunikasi. Peran tersebut dinamakan komunikator yang mana bertugas sebagai pengirim pesan. Berkaitan dengan pembelajaran media, elemen ini bisa dikaji dengan menggunakan analisis kontrol yang mana studi tersebut berfokus hanya pada beberapa hal yang ada kaitannya dengan pemilik media masa, ideologi masa, dan lain – lain.

- b. *Says, What*, isi pesan

Elemen kedua dari model komunikasi ini berkaitan dengan isi pesan. Yang mana dari studi media, elemen ini dapat dikaji dengan menggunakan analisis isi. Analisis isi itu sendiri merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan pada isi pesan yang berupa beberapa pertanyaan yang sifatnya representasi.

Sebagai contoh, ada berapakah perempuan yang disebutkan di dalam media pers tabloid, bagaimana kaum minoritas dapat diilustrasikan ke dalam media online, dan lain-lain. Media penyiaran memiliki karakteristik yang memungkinkan para masyarakat dapat berpikir di dalam sebuah gambar visual ataupun suara.

- c. *In Which, Channel*, berkaitan dengan media yang dipakai dalam menyampaikan pesan

Elemen ketiga ini berkaitan dengan pemilihan sekaligus penggunaan media yang digunakan dalam pengiriman dan penyampaian pesan. Sehubungan dengan pembelajaran media, penelitian berfokus di media massa yang mana bernama analisis media.

Serupa dengan analisis isi, analisis media juga menggunakan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan ketersediaan suatu media yang tepat dalam mengirimkan suatu pesan kepada khalayak. Pertanyaan tersebut misalnya apakah media yang cocok untuk khalayak. Jika terjadi kesalahan dalam memilih media, akan mempengaruhi efek yang ditimbulkan dari suatu komunikasi dan bisa saja berbeda dengan harapan.

- d. *To, Whom*, berkaitan dengan penerima pesan

Elemen keempat merupakan elemen penerima pesan yang mana ditekankan pesan ditujukan kepada penerima maupun khalayak ramai dengan analisis khalayak. Pembelajaran mengenai penerima pesan ini

penting dalam mengetahui sasaran dalam kegiatan komunikasi, terutama bagi kehidupan sehari – hari.

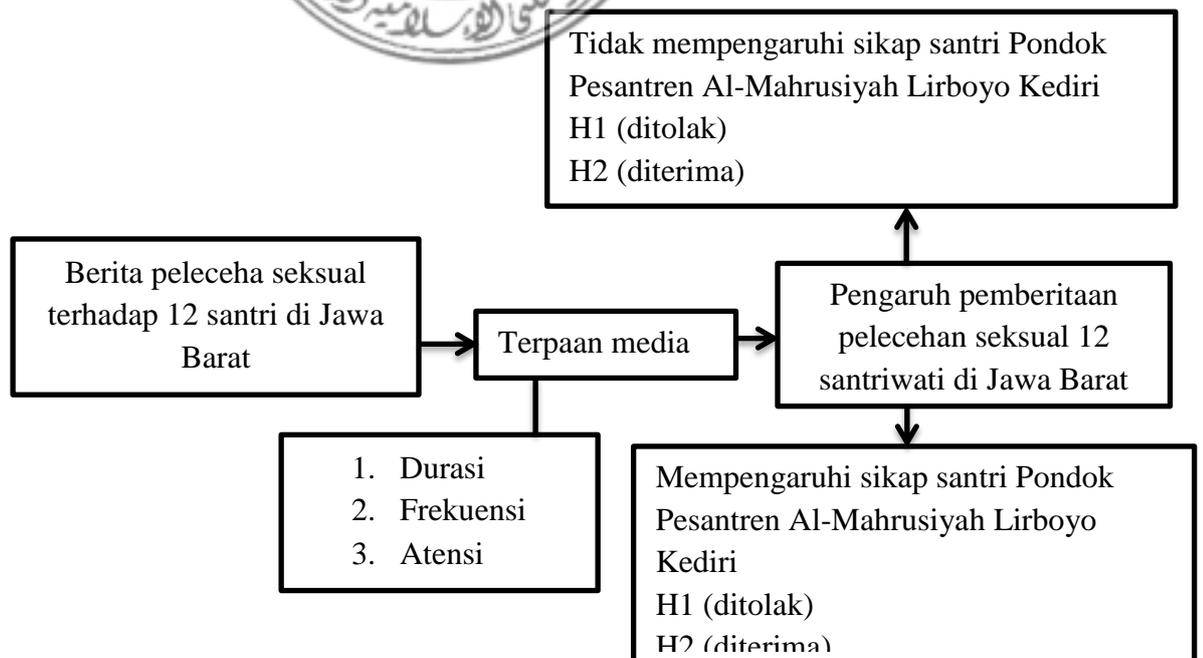
e. *With What, Effects*, berkaitan dengan efek yang timbul

Elemen yang terakhir adalah efek yang ditimbulkan dalam sebuah komunikasi yang dikaji dengan analisis efek. Tujuan dari komunikasi itu sendiri adalah mencapai suatu tujuan. Dalam suatu pengkajian, poin terpentingnya adalah bagaimana media massa dapat memberi pengaruh bagi khalayak ramai.

### C. Kerangka Pemikiran

Variabel X : Terpaan media mengenai pemberitaan pelecehan seksual 12 santriwati di Jawa Barat

Variabel Y : terhadap sikap santri putri Pondok Pesantren Al-Mahrusiyah 1 Lirboyo Kediri



Gambar 2.1 kerangka pemikiran

## D. Definisi Operasional

Kuesioner berdasarkan tabel operasionalisasi konsep berikut:

**Tabel 2.1 Definisi Operasional**

Variabel x	Sub variabel	skala	skor	
Pemberitaan Pelecehan Seksual Terhadap 12 Santriwati Di Jawa Barat	Durasi, (lamanya <i>responden</i> membaca berita) (dalam menit) (X1)	0 – 5 menit	1	
		6 – 11 menit	2	
		Lebih dari 11 menit	3	
	Durasi, lamanya <i>responden</i> membaca berita dan berapa lama <i>responden</i> mengikuti berita (dalam minggu) (X2)	Kurang dari 2 minggu	1	
		2 -4 minggu	2	
		Lebih dari 4 minggu	3	
	Frekuensi (seberapa sering <i>responden</i> membaca berita pelecehan seksual terhadap 12 santriwati di Jawa Barat) (X3)	2 – 3 kali	1	
		4 -5 kali	2	
		5 – 7 kali	3	
		8 – 10 kali	4	
		Lebih dari 10 kali	5	
		Atensi (Berapa judul berita yang dibaca mengenai peristiwa pelecehan seksual terhadap 12 santriwati di Jawa Barat) (X4)	Kurang dari 2 judul	1
			2 – 4 judul	2
5 - 7 judul	3			
8 – 10 judul	4			
Lebih dari 10 judul	5			
Atensi (berapa kali anda membahas berita mengenai peristiwa pelecehan seksual	Kurang dari 2 kali	1		
	2 – 4 kali	2		
	5 – 7 kali	3		

terhadap 12 santriwati di Jawa Barat) (X5)	8 – 10 kali	4
	Lebih dari 10 kali	5
Atensi (berapa paragraf yang anda baca mengenai berita pelecehan seksual terhadap 12 santriwati di Jawa Barat) (X6)	Kurang dari 1 paragraf	1
	1 – 2 paragraf	2
	3 – 4 paragraf	3
	5 – 6 paragraf	4
	Lebih dari 6 paragraf	5
Atensi (berapa kali anda mengkonsumsi berita mengenai peristiwa pelecehan seksual terhadap 12 santriwati di Jawa Barat) (X7)	Kurang dari 2 kali	1
	2 – 4 kali	2
	5 – 7 kali	3
	8 – 10 kali	4
	Lebih dari 10 kali	5
Atensi (berapa media yang anda konsumsi mengenai berita pelecehan seksual terhadap 12 santriwati di Jawa Barat) (X8)	Kurang dari 2 media	1
	2 – 4 media	2
	5 – 7 media	3
	8 – 10 media	4
	Lebih dari 10 media	5
Atensi (berapa kalimat yang anda baca mengenai berita pelecehan seksual terhadap 12 santriwati di Jawa Barat) (X9)	Kurang dari 2 kalimat	1
	2 – 4 kalimat	2
	5 – 7 kalimat	3
	8 – 10 kalimat	4
	Lebih dari 10	5

		kalimat	
--	--	---------	--

Variabel Y	Sub Variabel	Skala	Skor
Sikap Santri Pondok Pesantren Al-Mahrusiyah Lirboyo Kediri terhadap pemberitaan Pelecehan Seksual 12 Santriwati Di Jawa Barat	Efek kognitif (Y1)	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
		Tidak Setuju (TS)	2
		Setuju (S)	4
		Sangat Setuju (SS)	5
	Efek Afektif (Y2)	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
		Tidak Setuju (TS)	2
		Setuju (S)	4
		Sangat Setuju (SS)	5
	Efek konatif (Y3)	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
		Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)		4	
Sangat Setuju (SS)		5	

Pengukuran variabel X menggunakan skala interval. Sedangkan variabel Y peneliti menggunakan skala likert. Masing-masing variabel disusun kuesioner untuk menggali informasi lebih lanjut dari setiap variabel. Dalam pengukuran variabel Y tersebut terdapat pertanyaan yang memiliki lima opsi jawaban dan untuk keperluan analisis peneliti melakukan skoring, begitu juga pengukuran variabel X juga menggunakan skoring.

Dalam pengukuran variabel Y dilakukan pengilangan nilai tengah atau untuk jawaban netral dan ragu-ragu, agar dalam skala pengukuran lebih

simetrikal, yaitu jenjang kearah positif sama banyak dengan jenjang ke arah negative, selain itu pengilangan nilai ini juga ditunjukkan untuk menghindari kategori jawaban netral (ragu-ragu) yang cenderung akan dipilih oleh *responden*, sehingga data mengenai perbedaan diantara *responden* menjadi kurang informatif.<sup>28</sup>

### E. Hipotesis

Dalam penelitian ini hipotesis umum yang diajukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis kerja (Ha): Ada pengaruh terpaan media online tentang pemberitaan kasus pelecehan seksual 12 Santri di Jawa Barat terhadap santri Al-Mahrusiyah Lirboyo Kediri.
2. Hipotesis Nihil (Ho): Tidak ada pengaruh terpaan media online media online tentang pemberitaan kasus pelecehan seksual Santri di Jawa Barat terhadap santri Al-Mahrusiyah Lirboyo Kediri.

Peneliti akan meneliti variabel terpaan media online tentang pemberitaan pelecehan seksual 12 santriwati di Jawa Barat (Variabel X) dan sikap santri Putri Pondok Pesantren Al-Mahrusiyah 1 Lirboyo Kediri (Variabel Y). Apabila diperhatikan kedua variabel ini dapat diduga “terpaan media online tentang pemberitaan pelecehan seksual 12 santriwati di Jawa Barat” dapat memengaruhi sikap santri Putri Pondok Pesantren Al-Mahrusiyah 1 Lirboyo Kediri.

---

<sup>28</sup> Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), h.43