

BAB 2

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Efek Kekerasan di Media Massa terhadap Khalayak

Salah satu isu yang sangat penting di abad 20 yang menjadi perhatian publik adalah efek negatif dari terpaan konten-konten kekerasan yang hadir di media massa, terutama di kalangan anak-anak. Bertahun-tahun banyak penelitian yang mengungkapkan bahwa menonton kekerasan di televisi dapat memicu munculnya perilaku agresif. Baik orang dewasa maupun anak-anak telah menjadi partisipan dalam berbagai penelitian yang meneliti dampak dari konten-konten kekerasan yang disajikan di media massa (Bryant & Thompson, 2002, h. 171).

Dalam lingkup penelitian terhadap efek media, para sarjana komunikasi telah mengidentifikasi tiga level berbeda dari dampak psikologis yang dapat ditimbulkan oleh kekerasan yang ditampilkan di media massa terhadap khalayak. Level-level tersebut, kognisi, afeksi dan perilaku, juga merujuk pada perbedaan efek yang ditimbulkan oleh kekerasan di media massa (Bryant & Thompson, 2002, h. 177).

Beberapa penelitian yang meninjau efek media dari level kognisi menunjukkan bahwa “realita” yang digambarkan di program televisi tidak selalu merefleksikan kenyataan yang sebenarnya terjadi di dunia nyata. Beberapa ahli mempercayai bahwa terlalu banyak menonton televisi cenderung membentuk persepsi dan kepercayaan khalayak sehingga mereka akan lebih terhubung dengan dunia yang ditampilkan di televisi dibandingkan dunia yang sebenarnya. Efek media seperti inilah yang kemudian disebut sebagai fenomena konstruksi realitas oleh media (Bryant & Thompson, 2002, h. 76). Beberapa penelitian juga memperlihatkan bahwa khalayak cenderung mendapatkan konsep yang salah dari *stereotype* yang dihadirkan di televisi.

Di level perilaku, penelitian yang dilakukan oleh Universitas Washington menyimpulkan bahwa tanpa adanya televisi jumlah pembunuhan di Amerika hanya akan terjadi setengahnya. Penelitian ini dilakukan dengan membandingkan

jumlah tingkat pembunuhan sebelum dan sesudah munculnya televisi di kalangan masyarakat di Kanada dan Amerika Serikat, dan menunjukkan bahwa tingkat pembunuhan meningkat dua kali lipatnya di 25 tahun pertama televisi diperkenalkan. Hal yang serupa juga ditemukan di Afrika Selatan (Hiebert, 1995, h. 219-220).

2.1.2 *Cultivation Theory*

Penelitian mengenai efek media berkembang dari masa ke masa. Begitu banyak penelitian mengenai efek media yang dilakukan untuk memperlihatkan bagaimana media massa, termasuk televisi, telah menjadi bagian penting dari kehidupan manusia. Media massa baik secara sengaja maupun tidak telah mempengaruhi dan mengubah cara berpikir masyarakat. Hal ini dipertegas oleh pernyataan McLuhan bahwa televisi sebagai kekuatan dominan dapat membentuk masyarakat.

Hipotesis kultivasi dikembangkan sebagai salah satu cara untuk menjelaskan pengaruh televisi terhadap masyarakat. Hipotesis ini pertama kali diperkenalkan oleh George Gerbner dan koleganya dari Universitas Pennsylvania, Amerika Serikat, sekitar tahun 1960-an (Bryant & Thompson, 2002, h. 101).

Hipotesis ini menyatakan bahwa khalayak yang mengonsumsi televisi dengan waktu yang lama (*heavy viewer*) memandang dunia nyata sesuai dengan apa yang mereka lihat di televisi. “Dunia simbolis” yang ditampilkan oleh televisi sangat berbeda dengan realitas yang objektif, perbedaan inilah yang menjadi masalah penting bagi para peneliti kultivasi (Bryant & Thompson, 2002, h. 101).

Analisis kultivasi berhubungan erat dengan proses sosialisasi yang dilakukan oleh televisi, bukan hanya pada anak-anak tetapi juga terhadap orang dewasa. Analisa kultivasi dirancang untuk melihat perubahan sosialisasi suatu generasi secara bertahap dan dalam jangka waktu yang panjang (Bryant & Thompson, 2002, h. 105).

Analisis kultivasi berfokus terutama pada kontribusi televisi pada gambaran khalayak akan realitas sosial. Televisi adalah sistem pusat dari

Universitas Indonesia

penceritaan (*storytelling*). Melalui berbagai program seperti drama, iklan, berita dan lainnya membawa sistem yang saling berhubungan secara relatif dari gambar dan pesan ke dalam setiap rumah. Televisi telah menjadi sumber dasar yang umum dari sosialisasi dan informasi sehari-hari (Bryant & Zillman, 2002, h. 44)

Dalam penelitian kultivasi, Gerbner menemukan adanya suatu fenomena yang disebutnya sebagai *mainstreaming*. Konsep *mainstreaming* berarti mengikuti arus, maksudnya bahwa pemirsa berat dari berbagai kelompok yang berbeda mengembangkan pandangan yang serupa, perbedaan-perbedaan yang muncul karena faktor budaya dan sosial seakan berkurang (Dominick, 1996, h. 519)

Gerbner mengatakan bahwa mereka yang banyak menyaksikan tayangan kekerasan di televisi akan lebih percaya bahwa kekerasan dan kejahatan yang terjadi dalam kehidupan nyata jumlahnya jauh lebih tinggi bila dibandingkan dengan mereka yang jarang menonton televisi. Kecenderungan untuk menilai salah jumlah kejahatan di dunia luar disebut juga dengan *mean-world syndrome* (Dominick, 1996, h. 519).

Hal ini menunjukkan bahwa besarnya frekuensi menonton sebuah tayangan turut mempengaruhi besarnya terpaan yang diterima. Semakin sering seorang individu menerima terpaan sebuah tayangan maka akan turut mempengaruhi bagaimana pandangan seorang individu terhadap dunia yang dipandangnya melalui televisi. Jadi, jika seorang khalayak sering menyaksikan tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan Fakta dapat diasumsikan bahwa ia memiliki kecenderungan untuk memandang realitas peristiwa kejahatan yang diangkat dalam tayangan tersebut sebagai realitas peristiwa kejahatan yang juga terjadi dalam kehidupan nyata.

Proses perubahan keyakinan ataupun persepsi akibat adanya terpaan sebuah tayangan di televisi membutuhkan proses yang tidak sebentar. Artinya, efek kultivasi akan muncul dalam jangka waktu yang cukup panjang. Itulah sebabnya keberadaan tayangan Fakta yang eksistensinya sudah bertahan cukup lama dapat dilihat efeknya saat ini. Selain itu, efek kultivasi bukan hanya sekedar mengubah pandangan dalam waktu yang singkat tetapi justru menguatkan

Universitas Indonesia

pandangan yang sudah tertanam dalam benak khalayak. Hal ini berarti sebelum terjadi proses kultivasi akibat realitas yang dihadirkan tayangan reka ulang adegan kejahatan Fakta, seorang khalayak sudah memiliki pandangan tertentu mengenai realitas yang dihadirkan tayangan tersebut dan menguat seiring bertambahnya frekuensi dan intensitas khalayak terhadap tayangan Fakta.

Pemirsa yang tingkat frekuensi dan intensitasnya lebih besar terhadap tayangan Fakta akan lebih mudah menerima bahwa reka ulang adegan kasus kejahatan yang disajikan sama persis dengan kasus kejahatan yang sebenarnya terjadi. Hal ini pun akan mempengaruhi penafsiran realitas dalam pemikiran khalayak bahwa realitas televisi sebanding dengan realitas kehidupan nyata.

Fenomena lain yang ditemukan oleh Gerbner adalah *resonance*, yaitu suatu situasi dimana pengalaman responden sesuai dengan gambaran televisi, sehingga memperbesar efek kultivasi. Apabila tayangan televisi ternyata sesuai dengan pengalaman pribadi pemirsa maka daya penanaman ideologi televisi akan semakin kuat. Resonansi muncul ketika dunia nyata mendukung gambaran di televisi yang terdistorsi. Kapanpun pengalaman langsung sejalan dengan pesan yang disampaikan oleh televisi, pesan tersebut pun semakin kuat tertanam di benak khalayak, dan ketika itu pula efek kultivasi pun menjadi lebih jelas. Sebagai contoh, pemirsa yang tinggal di daerah yang penuh kejahatan akan semakin yakin bahwa adegan kekerasan dan kejahatan yang disajikan televisi adalah dunia yang sebenarnya (Bryant & Thompson, 2002, h. 104)

Gerbner menyatakan bahwa media massa membentuk sikap dan nilai yang sebenarnya sudah ada pada suatu kebudayaan. Media menyediakan dan melakukan propaganda terhadap khalayak dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat sekaligus menyatukannya. Dengan kata lain, media menguatkan tren nilai masyarakat. Hal ini diperkuat oleh L. J. Shrum yang menyatakan bahwa proses kultivasi semata hanya menguatkan kepercayaan pemirsa daripada mengubahnya (Bryant & Thompson, 2002, h. 109)

Khalayak yang sering menyaksikan televisi akan terpengaruh dalam cara pandangannya terhadap dunia, mereka melihatnya sebagaimana televisi telah

Universitas Indonesia

menyajikannya. Sementara mereka yang jarang menyaksikan televisi akan melihat dunia sebagai hal yang berbeda dengan mereka yang merupakan *heavy viewer*, terlebih lagi pada mereka yang menyaksikan suatu kejadian dengan mata kepala mereka sendiri. *Light viewer* mungkin memiliki sumber informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan *heavy viewer*. Hal ini bisa disimpulkan karena sedikitnya kontak dengan televisi berarti kontak dengan dunia nyata lebih banyak. Judith van Evra pernah menyatakan bahwa dengan kurangnya suatu pengalaman yang nyata, akan membuat pemirsa mudah bergantung pada televisi untuk mendapatkan informasi lebih banyak bila dibandingkan dengan pemirsa televisi lainnya (Evra, 1990, h. 167)

Hal ini memperlihatkan apabila seorang individu memiliki “jarak” yang dekat dengan realitas yang sama dengan yang disajikan di televisi maka ia akan cenderung mempercayai apa yang dilihatnya di televisi sebagai suatu representasi gambaran kehidupan nyata. Akan tetapi, ketika realitas yang dihadirkan ternyata tidak sesuai dengan pengetahuan khalayak tentang realitas tersebut maka ia cenderung menolak untuk menafsirkan apa yang dilihatnya sebagai gambaran realitas kehidupan nyata.

Dalam teori kultivasi, Gerbner melihat bahwa televisi adalah suatu lingkungan simbolik. Begitu pula halnya dengan McQuail dan Windahl yang menyatakan bahwa teori kultivasi menyajikan dunia televisi sebagai “bukanlah suatu jendela atas suatu gambaran akan dunia nyata, melainkan suatu dunia yang dibuatnya sendiri” (McQuail & Windahl, 1993, h. 100).

Gerbner mengatakan bahwa televisi telah mendominasi lingkungan simbolik masyarakat. Dominasi ini dilakukan dengan cara menggantikan pesannya tentang realita bagi pengalaman pribadi dan sarana mengetahui dunia lainnya. Menurut Gerbner, televisi tidak selalu menggambarkan kenyataan yang ada di dunia, namun karena tayangan dilakukan terus menerus, masyarakat menerimanya sebagai sebuah konsensus tentang realita masyarakat (Dennis McQuail, 2000, h. 464).

Menurut Gerbner, tekanan dalam jangka panjang terhadap tayangan televisi, dimana terdapat kekerasan di dalamnya menimbulkan kecenderungan pada diri pemirsanya untuk mengkultivasi gambaran dunia sebagai tempat yang berbahaya dan kejam seperti apa yang dihadirkan (Bryant & Zillman, 2002, h. 100). Hal ini dikarenakan menonton televisi akan membentuk satu persepsi tentang realitas dunia yang konsisten dengan realitas dunia yang digambarkan dalam televisi (Dominick, 1996, h. 481-484).

Menurut teori kultivasi, ketika televisi sedang menceritakan suatu kisah, maka hal yang lebih ditekankan adalah bagaimana cara untuk menyalurkan suatu sistem pesan yang sama berulang kali. Televisi membuat dan merefleksikan opini, citra, dan kepercayaan yang dipengaruhi oleh kebutuhan institusional mengenai keseluruhan cerita. Televisi juga membuat masyarakat menjadi terus-menerus memberikan perhatiannya pada isi media tersebut, dimana seperti halnya televisi berusaha memberikan suatu kepercayaan, citra yang disajikan sebelumnya, yang dilakukan melalui proses sunting (Windahl, Signitzer & Olson, 1992, h. 215).

Jadi dengan menonton televisi akan mempengaruhi bagaimana cara kita berpikir dan memandang sesuatu. Namun tidak semua orang yang menonton televisi akan memiliki persepsi yang sama tentang apa yang dihadirkan oleh kotak kaca tersebut. Hal ini tergantung pada seberapa sering terpapar (efek kultivasi) yang diterima oleh seorang khalayak.

2.1.3 Efek Pemberitaan Kriminal di Televisi

Hingga saat ini kebanyakan studi mengenai efek dari sebuah pemberitaan masih berfokus pada dampaknya terhadap khalayak. Penelitian-penelitian tersebut muncul untuk mengidentifikasi berapa banyak orang yang belajar dari berita yang mereka lihat, dengar dan baca serta faktor apa saja yang kemudian memfasilitasi atau menghambat pembelajaran khalayak dari berita dan efek apa yang timbul dari pemahaman maupun kesalahpahaman yang diterima khalayak (Bryant & Thompson, 2002, h. 240)

Penelitian lain juga menemukan bahwa ternyata pemahaman berita melebihi memori. Sebagai contoh, Gibson dan Zillman (1994) menemukan bahwa aspek tertentu dari berita berdampak pada pemahaman kita mengenai keadaan di dunia. Mereka melakukan penelitian terhadap sejumlah partisipan yang membaca artikel di surat kabar mengenai masalah perampokan mobil. Kebanyakan khalayak menilai masalah tersebut merupakan masalah yang sangat serius dan sering terjadi, terutama apabila dalam berita tersebut disajikan laporan yang cukup ekstrim, misalnya orang yang dibunuh saat terjadi kejahatan dibandingkan laporan yang biasa seperti orang terluka ringan saja. (Bryant & Thompson, 2002, h. 241)

Lippman dalam bukunya *Public Opinion* menjelaskan bahwa kita sebagai khalayak sangat bergantung pada “gambaran yang ada dalam kepala kita”, dan kebanyakan dari gambaran tersebut dibentuk melalui berita yang disajikan dalam media massa. Hal ini pun berdampak pada kehidupan kita, dimana cara untuk berperilaku dan mengonstruksikan masyarakat kita didasarkan pada gambaran tersebut. Lippmann percaya hal tersebut terjadi karena dunia terlalu luas untuk dapat dialami secara personal dan media-lah yang kemudian mengkomodirnya (Dorfman & Schiraldi, 2001, h. 5).

Selain itu, ternyata pemberitaan di televisi juga mengandung unsur-unsur kekerasan di dalamnya yakni dalam berita kriminal. Sehingga aspek kekerasan yang ada dalam berita kriminal yang ditayangkan di televisi pun dapat mempengaruhi kehidupan khalayaknya. Berikut ini merupakan beberapa contoh efek dari penggambaran kekerasan dan kriminalitas yang tersaji dalam berita kriminal, antara lain :

a) Efek Kekerasan dalam Berita

Penelitian terkini pada efek berita juga menyangkut reaksi ketakutan pada peliputan berita yang dialami anak-anak. Smith dan Wilson (2000) menemukan adanya perbedaan proses dalam ranah kognitif dari peliputan berita oleh anak-anak dalam usia tertentu. Anak-anak yang lebih tua yang berusia 10-11 tahun ternyata mengalami ketakutan yang lebih besar ketimbang anak-anak yang berusia

6-7 tahun. Selain itu ketakutan melalui kedekatan terhadap kejahatan terutama kasus lokal (Bryant & Thompson, 2002, h. 242).

b) Efek Kriminal dalam Berita

Gambaran akan kejahatan dalam benak khalayak sangat dipengaruhi oleh gambaran tentang kejahatan yang disajikan oleh media massa. Sebanyak 76 persen khalayak di Amerika mengatakan bahwa opini mereka mengenai kejahatan terbentuk dari hal-hal yang mereka lihat atau baca pada pemberitaan. Polling yang pernah dilakukan oleh *Los Angeles Times* melaporkan 80 persen dari responden menyatakan bahwa liputan media mengenai kekerasan kejahatan telah meningkatkan ketakutan dalam diri mereka terhadap munculnya kemungkinan mereka akan menjadi korban kejahatan (Dorfman & Schiraldi, 2001, h. 5).

2.1.4 Dramatic Fallacy of Television

Menurut Gerbner, menonton televisi akan membentuk satu persepsi tentang realitas dunia yang konsisten dengan realitas dunia yang digambarkan dalam TV (Dominick, 1996, h. 481-484). Hal tersebut berkaitan dengan yang dikatakan oleh Marcus Felson bahwa ada beberapa kesalahpahaman yang timbul atas kejahatan. Salah satunya disebut oleh Felson sebagai *the dramatic fallacy*. Di dalam bukunya ia menjelaskan bahwa *the dramatic fallacy* berkaitan erat dengan fungsi media massa khususnya televisi di dalam memberitakan kejahatan (Felson, 1998, h. 2).

Televisi mempunyai peranan di dalam menyesatkan kita dalam mempelajari kejahatan karena di dalam siarannya televisi memberikan sentuhan dramatis. Hal ini dilakukan oleh televisi karena mereka perlu membuat orang menonton acaranya. Televisi dan media lainnya menggunakan kejadian yang aneh ataupun berbau kekerasan untuk mendapatkan dan menjaga rating agar tetap tinggi. (Felson, 1998, h. 3)

Menurut Stephen Felson, ada tiga hal yang dijadikan pertimbangan oleh penulis naskah di televisi, yaitu temukan berita yang “menarik”, tonjolkan satu karakter di dalam konflik tersebut dan tunjukkan waktu dan tempat yang “tidak

Universitas Indonesia

biasa”. Televisi harus bisa menyiarkan ceritanya dengan jelas dan dramatis karena televisi perlu memenangkan hati para penontonnya. Untuk itu, penulis naskah tidak punya pilihan lain selain mengatur kembali realita yang ada. Tindak kejahatan yang terjadi sesungguhnya biasanya tidak terlalu dramatis, misalnya saja seseorang minum terlalu banyak lalu terlibat perkelahian. Walaupun memang terdapat sedikit konflik, tapi tidak banyak. (Felson, 1998, h. 6)

Sementara, berita kriminal lebih menekankan alur yang dramatis, pelaku yang “tidak biasa”, konflik, kejar-kejaran antara pelaku dan polisi dan yang lain di luar tindak kriminal biasa. Televisi jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan kehidupan itu sendiri. Sehingga televisi harus memiliki sesuatu yang dapat menarik perhatian individu, jika tidak tentu saja televisi tersebut akan ditinggalkan (Felson, 1998, h. 5).

Dalam memproduksi berita televisi, jaringan televisi hanya memiliki jumlah *airtime* yang terbatas untuk menyajikan berita yang mereka anggap penting. Oleh karena itu *story* dalam berita cenderung dibuat dengan format yang efisien untuk disajikan, tanpa kehilangan perhatian atau ketertarikan dari khalayak. Reuven Frank, mantan Produser Eksekutif NBC Evening News, mengutarakan bahwa setiap “cerita” dalam berita sebaiknya, tanpa mengorbankan prinsip kejujuran dan tanggung jawab, menampilkan baik fiksi maupun drama. Berita seharusnya memiliki struktur dan konflik, masalah dan solusi, naik dan turunya aksi, permulaan, pertengahan, dan akhir cerita. Hal tersebut tidak hanya merupakan prinsip dasar dari drama tapi juga untuk “cerita” yang melatarbelakangi berita. Presentasi objektif dari fakta dan analisis mendalam (*in-depth analysis*) dari sebuah isu dan tren telah tergantikan dengan penekanan pada penyampaian yang cepat, dekontekstualisasi mini drama (Milburn & McGrail, 1992, h. 614).

Epstein (1973) mengatakan unsur pertentangan lewat kekerasan yang tampak secara visual sangat penting untuk cerita aksi yang baik. Akibatnya adalah terkadang dalam sebuah cerita berita (*news story*) mengandung beberapa bentuk *stereotype* seperti ras hitam dan putih. David Altheide (1987) membedakan antara

Universitas Indonesia

dua jenis penyajian berita yakni *event-oriented* dan *topic-oriented*. Tipe penyajian *event* lebih memiliki konten yang dramatis karena adanya permintaan khusus dari format televisi. *Events* menarik dari segi emosi dan perasaan karena topik lebih abstrak. *Events* lebih terlihat dan lebih mudah untuk direkam sedangkan topik tidak karena hanya berupa ide. (Milburn & McGrail, 1992, h.616)

Gambar yang dramatis dianggap dapat akan berpengaruh pada proses kognitif dan proses mengingat kembali dapat muncul berlawanan dengan intuisi. Selain itu, gambar yang hidup akan dapat *me-recall* dibandingkan yang tidak. Walaupun begitu sangat penting untuk memikirkan bagaimana gambar hidup mempengaruhi proses penerimaan informasi dalam berita. Posner, Nissen dan Klein (1976) mengistilahkannya dengan "*visual superiority effect*". Pezdek dan Stevens (1984) menguji proses kognitif dari materi visual dan audio dari televisi dan menemukan bahwa pemahaman dari materi visual jauh lebih kuat daripada pemahaman materi audio. (Milburn & McGrail, 1992, h.618)

2.2 Definisi Konseptual

2.2.1 Pengertian dan Fungsi Media Massa

Istilah media massa dapat diartikan sebagai komunikasi yang beroperasi dalam skala besar, menjangkau dan melingkupi kehidupan setiap orang yang ada di masyarakat mulai dari tingkatan tinggi sampai rendah. Hal ini merujuk pada beberapa media yang kita kenal sehari-hari seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi dan *phonograph* (McQuail, 2000, h. 4). Media memberikan fungsi yang beragam bagi tiap individunya. Menurut Mc Quail, media massa memiliki beberapa fungsi antara lain (McQuails, 2000, h. 145):

- a) Fungsi informasi
 1. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat
 2. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan

Universitas Indonesia

3. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum
 4. Belajar, pendidikan diri sendiri
 5. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan
- b) Fungsi identitas pribadi
1. Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi
 2. Menemukan model perilaku
 3. Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media)
 4. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri
- c) Fungsi integrasi dan interaksi sosial
1. Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati sosial
 2. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki
 3. Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial
 4. Memperoleh teman selain manusia
 5. Membantu menjalankan peran sosial
 6. Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga, teman dan masyarakat
- d) Fungsi hiburan
1. Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan
 2. Bersantai
 3. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis
 4. Mengisi waktu
 5. Penyaluran emosi
 6. Membangkitkan gairah seks

Media massa juga memiliki peran mediasi (penghubung) antara realitas sosial yang objektif dengan pengalaman pribadi. Media menjadi perpanjangan indera kita untuk memperoleh pengetahuan tentang apa yang terjadi di luar persepsi dan kontak langsung dengan kita. Dalam upaya menghubungkan khalayak dengan realitas, media antara lain berperan sebagai berikut (McQuails, 2000, h. 66) :

- a) Jendela pengalaman yang meluaskan pandangan kita dan membuat kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar diri kita
- b) Pembawa atau pengantar informasi dan pendapat
- c) Papan penunjuk jalan yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan
- d) Penyaring yang memilih bagian pengalaman yang perlu diberi perhatian khusus dan menyisihkan aspek pengalaman lainnya
- e) Cermin yang memantulkan citra masyarakat terhadap itu sendiri, biasanya pantulan citra itu mengalami perubahan (distorsi) karena adanya penonjolan terhadap segi yang ingin dilihat atau dicela oleh masyarakat.
- f) Tirai atau penutup yang menutupi kebenaran demi pencapaian tujuan propaganda atau pelarian dari suatu kenyataan (*escapism*).

Selain itu, media massa juga memiliki peran sebagai "alat" transmisi nilai-nilai. Media massa memberikan gambaran mengenai masyarakat di sekeliling kita dan dengan melihat, mendengarkan serta membaca kita belajar bagaimana seseorang seharusnya berperilaku dan nilai-nilai apa yang dianggap penting. Media massa menunjukkan pada kita bagaimana orang lain berperilaku dan apa yang diharapkan dari orang tersebut. Dengan kata lain, media memberikan kita *role model* yang dapat kita observasi dan ikuti (McQuails, 2000, h. 42).

2.2.2 Televisi dan Efek Konstruksi Realitas

Sejarah munculnya televisi berawal dari ditemukannya *electriche teleskop* pada tahun 1883 – 1884 oleh seorang mahasiswa dari Berlin (Jerman Timur) yang bernama Paul Nipkov. Alat ini digunakan untuk mengirim gambar melalui udara dari satu tempat ke tempat lain. Inilah kemudian yang membuat Paul Nipkov pun diakui sebagai ‘bapak’ televisi (Kusnadi, 1996, h. 6).

Menurut Raymond B. Williams (1975), televisi memiliki perbedaan dengan jenis teknologi komunikasi terdahulu. Walaupun pada intinya televisi lahir dengan memanfaatkan semua medium yang sudah ada sebelumnya. Televisi merupakan sistem yang dirancang untuk kepentingan transmisi dan penerimaan yang merupakan proses yang abstrak dimana batasan isinya sangat terbatas atau bahkan sama sekali tidak ada (Kusnadi, 1996, h. 10).

Pada awalnya televisi hanya dipandang sebagai barang mainan yang kemudian dilihat sebagai sebuah penemuan serius. Lalu televisi pun dianggap sebagai sesuatu yang memberikan sumbangan terhadap kehidupan sosial dan memiliki peran sebagai sebuah alat pelayanan.

Dibandingkan penemuan lainnya pada abad ke-20, televisi merupakan penemuan yang paling banyak mempengaruhi dan mengubah kehidupan manusia sehari-hari. Bahkan pada taraf yang luar biasa, orang-orang berusaha mencocokkan jadwal pribadi mereka dengan jadwal televisi (Liebert, Sparfkin & Davidson, 1982, h. 1).

Sebagai sebuah medium, televisi berusaha menyampaikan pesan kepada khalayaknya. Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa televisi juga merupakan salah satu bentuk komunikasi. Televisi merupakan sebuah media yang berusaha mengkomunikasikan beragam hal seperti berita, hiburan atau informasi lain kepada khalayaknya sebagai penonton.

Sebagai media penyampai pesan, televisi memiliki efek tersendiri bagi pemirsanya. Pengaruh tersebut diantaranya dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, bahkan pertahanan dan keamanan negara (Kusnadi, 1996, h. 10). Pengaruh yang diberikan televisi terhadap khalayaknya disampaikan melalui

Universitas Indonesia

program atau tayangan yang dihidirkannya. Dalam sebuah penelitian disebutkan bahwa pesan-pesan dalam sebuah tayangan baik yang positif maupun negatif, dapat memberi efek yang membantu khalayak mempelajari dunia yang ada (Shoemaker & Resse, 1996, h. 27 - 28).

Menurut Marshall McLuhan, hal tersebut disebabkan karena televisi memiliki keunggulan dibandingkan jenis media lainnya, terutama dalam hal penyajian (audiovisualistik), fungsi (informasi dan hiburan) serta suasana komunikasi yang terbangun. Dengan kata lain, televisi memiliki karakteristik penyajian yang lengkap, multi-fungsi dan dapat dinikmati dalam suasana yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari

Menurut Effendy Onong Uchjana, daya tarik televisi terletak selain pada unsur kata-kata, musik dan *sound effect* juga unsur visual berupa gambar. Gambar tersebut bukanlah mati, melainkan gambar hidup yang menimbulkan kesan mendalam pada penonton (Onong, 1993, h. 177). Audiovisual yang digunakan oleh televisi merupakan cara televisi menggunakan bahasa dan simbol sebagai cara untuk menyampaikan informasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, audiovisual adalah sesuatu yang bersifat dapat dilihat dan dapat didengar. Informasi yang disampaikan oleh televisi dapat didengar dengan cara membahasakan informasi tersebut dan visual dapat dilihat melalui gambar-gambar yang disiarkan. Ada tiga karakteristik televisi, yaitu : (Elvinaro, 2004, h. 128)

1. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan, yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat (*audiovisual*). Jadi, apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Karena sifatnya yang audiovisual itu pula, maka acara siaran berita harus selalu dilengkapi dengan gambar, baik gambar diam seperti foto, gambar peta (*still picture*), maupun film berita, yakni rekaman peristiwa yang menjadi topik berita

2. Berpikir dalam gambar

Pihak yang bertanggung jawab atas kelancaran acara televisi adalah pengarah acara. Bila dia membuat naskah acara atau membaca naskah acara, ia harus berpikir dalam gambar (*think in picture*). Ada dua tahap yang dilakukan dalam proses berpikir dalam gambar. *Pertama*, adalah visualisasi, yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. *Kedua*, adalah penggambaran, yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa, sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

3. Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Untuk menayangkan acara siaran berita yang dibawakan oleh dua orang pembaca berita saja dapat melibatkan sepuluh orang. Mereka terdiri dari produser, pengarah acara, pengarah teknik, pengarah studio, pemandu gambar, dua atau tiga orang juru kamera, juru video, juru audio, juru rias, juru suara, dan lain-lain. Peralatan yang digunakan pun lebih banyak dan mengoperasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih.

Televisi dengan keunggulannya sebagai media audiovisual kinematografik (pandang, dengar, dan gambar bergerak) memiliki dampak yang lebih dahsyat bila dibandingkan dengan media cetak atau radio. Hal ini dikarenakan televisi memiliki dampak identifikasi optik yang tajam bagi pemirsa. Dengan kata lain, pemirsa seolah-olah sedang berada di tempat peristiwa yang ditayangkan di televisi. Seakan-akan melihat dengan mata kepala sendiri, padahal hanya merupakan berita yang disiarkan dari jarak yang sangat jauh (Muis, 2001, h. 56). Dengan kata lain, televisi juga dapat disebut sebagai “Jendela Dunia Besar” karena realitas sosial yang berhasil ditayangkannya (Kuswandi, 1996, h. 32).

Dibandingkan dengan media cetak, televisi memiliki keunggulan dalam hal lebih efektif dalam membentuk pengalaman dan kesan atas realitas sosial yang

Universitas Indonesia

dipersepsikan khalayak (Dominick, 1996, h. 350). Keunggulan ini terjadi karena berita televisi lebih banyak mengandung dimensi visual atau gambar daripada kata-kata. Dimensi visual ini merupakan senjata ampuh dan utama dalam setiap peliputan jurnalistik televisi. Dominick pernah mengatakan “pembunuhan dan kekerasan yang terjadi di belahan dunia lain, dan ditampilkan di televisi Amerika tidak disebabkan karena nilai berita yang sangat penting namun karena dari sudut gambar dan unsur dramatisnya”.

Namun dibalik kelebihanannya televisi dengan sifatnya yang audiovisual lebih berpeluang untuk memberikan efek-efek tertentu, baik positif maupun negatif, pada khalayaknya, baik secara sengaja maupun tidak. Dengan pemilihan gambar dan manipulasi suara, televisi bisa mempengaruhi sikap, persepsi dan keyakinan seorang khalayak (Dominick, 1996, h. 528).

Televisi adalah media yang didominasi oleh dimensi visual. Oleh karena itu, produser televisi cenderung untuk mencari cerita yang terbaik untuk mengeksploitasi aspek dari medium ini. *Shot* yang secara visual sangat menarik akan cenderung untuk dipilih. Dan lagi, ini akan mengarahkan pada penyederhanaan yang berlebihan dan penyimpangan dari realitas yang tergambarkan. Aksi sangat penting untuk efek dramatis, walaupun hal tersebut tidak menolong khalayak untuk dapat memahami.

Lebih jauh lagi, berita televisi yang didramatisasi penting untuk dirubah (jalan ceritanya) dengan tujuan mendapatkan perhatian selektif dari khalayak. Dengan memilih informasi yang tepat untuk permintaan dan keterbatasan televisi, cerita berita penting untuk dibuat lebih simpel dalam penyajian dan isinya. Kebanyakan berita televisi memanfaatkan “melodrama” sebuah bentuk dramatis yang bergantung pada bangkitnya emosi dan penyederhanaan dari karakter dan alur (Milburn & McGrail, 1992, h.617).

2.2.3 Pemberitaan di Televisi

Dalam buku teknik mencari dan menulis berita, berita berasal dari bahasa sansekerta yaitu *Vrit* yang dalam bahasa inggris disebut *write*, arti sebenarnya adalah ada atau terjadi. Ada juga yang menyebut dengan *vritta* yang berarti kejadian atau peristiwa yang telah terjadi, selanjutnya *vritta* dalam bahasa Indonesia ditafsirkan menjadi berita atau warta (Muslimin & Djuroto, 1999, h. 1).

Menurut Water Lipmann peliputan berita adalah sebuah pencarian dari isyarat objektif yang jelas yang menandakan adanya sebuah peristiwa yang terjadi. Oleh karena itu, berita bukanlah sebuah cerminan atau refleksi dari kondisi sosial yang ada, tapi merupakan laporan dari aspek tertentu yang terlihat lebih menonjol (McQuail, 2000, h. 338). Itulah sebabnya tidak semua laporan dari sebuah peristiwa atau permasalahan dapat dimuat atau ditayangkan sebagai sebuah berita. Hal ini dikarenakan adanya kriteria tertentu dalam menyeleksi peristiwa atau permasalahan tertentu yang dapat diangkat menjadi berita atau lebih dikenal dengan nilai berita. Ada beberapa kriteria atau unsur-unsur nilai berita yang dipakai dalam memilih berita. Unsur-unsur nilai berita tersebut adalah (Budyatna, 2005, h. 61):

1. Aktualitas (*Timeliness*)

Berita tak ubahnya seperti es krim yang gampang meleleh: bersamaan dengan berlalunya waktu nilainya semakin berkurang. Persaingan antar media massa pun membutuhkan kecepatan. Bagi sebuah surat kabar, semakin aktual berita-beritanya, artinya semakin baru peristiwanya terjadi, semakin tinggi nilai beritanya.

2. Kedekatan (*Proximity*)

Peristiwa yang mengandung unsur kedekatan dengan pembaca, akan menarik perhatian. Stieler dan Lippman menyebutnya sebagai kedekatan secara geografis. Unsur kedekatan ini tidak harus dalam pengertian fisik seperti disebutkan Stieler dan Lippman itu, tapi bisa juga berupa kedekatan emosional. Selain itu, unsur-unsur lokal, terutama bagi surat kabar daerah merupakan unsur berita yang paling

Universitas Indonesia

kuat menarik perhatian pembaca dari hari ke hari. Semakin dekat pembaca dengan berita tersebut maka akan semakin menarik berita itu.

3. Keterkenalan (*Prominence*)

Kejadian yang menyangkut tokoh terkenal (*prominent names*) memang akan banyak menarik pembaca. Dalam ungkapan jurnalistiknya: “*personage make news*” dan “*news about prominent person make copy*”. Nama-nama terkenal ini tidak harus diartikan orang saja. Demikian pula tempat-tempat terkenal, peristiwa-peristiwa terkenal dan situasi-situasi terkenal memiliki pula nilai berita yang tinggi.

4. Dampak (*Consequence*)

Seringkali diungkapkan bahwa “*news*” itu adalah “*history in a hurry*”, berita adalah sejarah dalam keadaannya yang tergesa-gesa. Tersirat dalam ungkapan itu pentingnya mengukur luasnya dampak dari suatu peristiwa.

5. *Human Interest*

Definisi mengenai istilah *human interest* senantiasa berubah-ubah menurut redaktur surat kabar masing-masing dan menurut perkembangan zaman. Tetapi, yang pasti adalah bahwa dalam berita *human interest* terkandung unsur yang menarik empati, simpati, atau menggugah perasaan khalayak yang membacanya. Kata *human interest* secara harfiah artinya menarik minat orang. Ada beberapa kategori berita yang mengandung unsur *human interest* yakni :

a. Ketegangan (*Suspense*)

Berita yang mengandung keputusan akan sesuatu atau kejadian yang belum bisa terprediksi oleh khalayak. Sehingga membuat khalayak bertanya-tanya dan merasakan ketegangan sebelum ada kepastian dari berita tersebut.

b. Ketidaklaziman (*Unusualness*)

Kejadian yang tidak lazim atau sesuatu yang aneh akan memiliki daya tarik kuat untuk dibaca.

Universitas Indonesia

- c. *Minat Pribadi (Personal Interest)*
Segala sesuatu yang berkaitan dengan hobi atau minat seorang individu akan memiliki nilai berita yang tinggi bagi individu yang menyukainya.
- d. *Konflik (Conflict)*
Peristiwa atau kejadian yang mengandung pertentangan senantiasa menarik perhatian pembaca. Para sosiolog, berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian mereka, berpendapat bahwa pada umumnya manusia memberikan perhatian terhadap konflik. Apalagi kalau mereka tidak mengalaminya sendiri. Sebab itu, orang suka membaca berita tentang perang, kriminalitas atau olahraga atau persaingan dalam bidang apapun karena di dalamnya terkandung unsur konflik dan drama.
- e. *Simpati (Sympathy)*
Berita-berita yang sifatnya dapat mengundang keharuan khalayak juga senantiasa dapat menarik perhatian individu.
- f. *Kemajuan (Progress)*
Laporan yang memberitakan mengenai masalah perkembangan baik di bidang sosial, politik, ekonomi, teknologi, dll dapat menyedot perhatian pembaca.
- g. *Seks (Sex)*
Cerita mengenai skandal dan hal-hal yang berbau seks mampu menjadi berita yang dapat menarik pembaca untuk mengikutinya.
- h. *Usia (Age)*
Berita mengenai seseorang dengan umur tertentu yang melakukan pencapaian tertentu juga bisa menjadi berita yang menarik bagi para pembaca berita.
- i. *Binatang (Animals)*
Tingkah polah binatang yang luar biasa bisa menjadi sebuah laporan yang diangkat dalam berita yang disajikan pada khalayak

Universitas Indonesia

j. Humor (*Humor*)

Kelucuan yang terkandung dalam sebuah peristiwa yang serius dapat muncul menjadi sebuah berita yang bahkan bisa mengalahkan peristiwa itu sendiri.

Unsur-unsur berita yang disebutkan di atas tidak pernah berdiri-sendiri dalam satu berita. Biasanya unsur-unsur berita tersebut ditemukan dalam kombinasi-kombinasi. Selain unsur-unsur berita di atas, sebenarnya masih ada unsur lain dari berita, yakni unsur *magnitude*. Peristiwa yang memiliki *magnitude* akan bernilai sebagai berita untuk layak dimuat.

Hachten (2001) mengungkapkan bahwa berita tidaklah selalu menjadi bagian yang terpisah (memiliki ciri tersendiri) atau peristiwa yang sifatnya tunggal, walaupun berita televisi selalu memberikan kesan seperti itu. Berita adalah proses yang melibatkan peristiwa yang sedang terjadi di masa lalu, masa sekarang dan masa depan. Dari sinilah, pentingnya untuk memberikan latar belakang dan konteks pada sebuah cerita dalam berita sepadan dengan menyiapkan cerita lanjutannya. Jika diibaratkan menjadi sebuah zat maka berita adalah zat cair dan bukan zat padat.

Berita, sebagai pengetahuan masyarakat yang berguna, sangat jauh berbeda dengan rumor, sensasi, hiburan, gosip dan skandal. Walaupun demikian ada beberapa unsur tadi dapat memiliki nilai penting dari sebuah berita dan sayangnya seringkali dimasukkan dalam pemberitaan. Berita memiliki sejarah yang panjang dan mengesankan. Berita seseorang dapat menjadi sensasi, hiburan dan propaganda bagi orang lain (Bryant & Thompson, 2002, h. 234).

Melalui penelitiannya yang mencoba membandingkan berita dengan “bentuk pengetahuan lain” seperti sejarah, Robert Parks menemukan beberapa sifat-sifat penting yang dimiliki oleh berita yakni (McQuail, 2000, h. 338):

1. Berita bersifat erat dengan waktu (*timely*); berita adalah mengenai sebuah peristiwa yang sedang terjadi atau yang berulang
2. Berita tidaklah sistematis; berita berkaitan dengan peristiwa atau kejadian yang berbeda-beda, dan dunia yang dilihat melalui berita pun

Universitas Indonesia

terdiri dari banyak kejadian yang tidak berhubungan, yang mana bukan merupakan tugas utama dari berita itu sendiri untuk menginterpretasikannya

3. Berita memiliki sifat mudah “basi” – sebuah berita masih berlaku jika peristiwa atau masalah yang dilaporkan sedang terjadi atau masih terkini, dan untuk tujuan perekaman dan kemudian referensi pengetahuan dalam bentuk lain yang akan menggantikan posisi berita.
4. Peristiwa yang diliput sebagai sebuah berita seharusnya merupakan hal yang tidak biasa atau paling tidak sesuatu yang tidak terduga, kualitas berita lebih penting daripada “arti nyata”
5. Terlepas dari sesuatu yang tidak terduga (*unexpectedness*), peristiwa yang menjadi berita dikarakteristikan oleh nilai-nilai berita lainnya yang selalu bersifat relatif dan menyangkut penilaian subjektivitas mengenai ketertarikan seperti apa yang dimiliki khalayak
6. Berita terutama lebih bertujuan untuk pengarahannya orientasi dan perhatian dan bukanlah merupakan pengganti dari ilmu pengetahuan
7. Berita itu terprediksi (*predictable*)

Jamieson dan Campbell membuat lima karakteristik utama yang dimiliki oleh sebuah peristiwa atau permasalahan yang bernilai berita (Jamieson & Campbell, 1988, h. 20):

1. *Personalized* – terjadi dalam kehidupan yang nyata dan menimpa orang lain
2. Dramatis, terdapat konflik di dalamnya, mengandung kontroversi, dan ada unsur kekerasan
3. Aktual dan konkrit, tidak teoritis atau abstrak
4. Sesuatu yang baru atau menyimpang
5. Berhubungan dengan isu yang menjadi perhatian yang berkelanjutan dari media berita tersebut.

Maury Green yang menyatakan bahwa siaran berita televisi memiliki kekhasan dibandingkan berita media cetak atau media radio, yaitu (Green, 1969, h. 80):

1. Memiliki keterbatasan waktu, sehingga membuat siaran berita televisi sangat selektif, karena dalam waktu 25 menit, misalnya harus dipilih topik yang betul-betul layak tayang. Selain itu sifat sajiannya ringkas, sehingga hampir tidak ada *in-depth reporting*.
2. Hanya dapat dikonsumsi pada waktu ditayangkannya saja, sehingga harus ditonton saat itu juga atau kehilangan siaran tersebut sama sekali.
3. Jangkauannya tergantung *signal area*, sehingga mereka yang potensial menonton berita adalah mereka yang memiliki televisi yang berada dalam jangkauan sinyal stasiun televisi tersebut.
4. Mementingkan elemen visual sehingga berita yang dipilih sedapat mungkin memiliki visual yang memadai; jauh lebih baik, teknik editing, kualitas gambar, informasi dalam gambar juga menjadi perhatian pemirsa.
5. Disampaikan melalui penyaji berita (orang tertentu) sehingga kepribadian dan kualitas penyampaian berita menjadi perhatian dan penilaian khalayak.

Perbedaan antara berita televisi dengan berita lainnya seperti berita radio dan media cetak adalah bahwa berita televisi merupakan gabungan dari ketiga unsur gambar, naskah dan audio (suara) (Tebba, 2005, h. 67):

1. Gambar

Gambar merupakan unsur pertama dalam berita televisi. Gambar itulah yang menjadi kekuatan berita televisi, karena gambar ikut berbicara, bahkan kadang lebih berbicara daripada naskah dan audio. Tetapi gambar berita televisi harus memiliki sejumlah unsur agar menarik yakni adanya aktualitas, sinkronisasi, simbolis, ilustrasi, dokumentasi, dan estetika

2. Narasi

Unsur kedua dalam berita televisi ialah naskah. Naskah berita televisi sebagaimana naskah berita pada umumnya juga harus memenuhi unsur berita 5W + 1H (*what, who, where, when, why, and how*). Dilihat dari bentuk penyajiannya naskah berita televisi terbagi dua, yaitu naskah *reading* dan naskah *voice over*. Naskah *reading* adalah naskah berita yang seluruh isinya mulai dari *lead* sampai tubuhnya dibaca oleh presenter. Sementara *voice over* ialah naskah berita yang *lead*-nya di-*dubbing*, yaitu dibaca dan direkam oleh orang lain, biasanya reporter.

3. Audio atau Suara

Unsur terakhir dalam berita televisi adalah audio atau suara. Audio tidak kalah pentingnya dibanding naskah dan gambar. Walaupun suatu berita ada naskah dan gambarnya, namun jika tidak ada bunyi (on), maka bisa jadi berita tersebut tidak jelas maksudnya. Ada dua unsur audio dalam berita televisi, yaitu atmosfer dan narasi

Ketiga elemen tersebut mempengaruhi efek pada khalayak karena merupakan bagian dari penyajian program yang ditangkap oleh indera atau dikonsumsi khalayak. Kekhasan lainnya dari televisi adalah pada visualisasi berita. Sebagaimana ditegaskan oleh McAndrew, kekuatan televisi ialah pada kesegaran dan kemampuannya menyampaikan gambar maupun suara pada khalayak yang tersebar luas. Gambar televisi dapat begitu hidup, realitas semu ini langsung berbicara pada individu (Rivers & Matthew, 1994, h. 240).

Visualisasi juga merupakan kekuatan jurnalisme televisi karena gambar bisa menjadi berita itu sendiri. Bahkan tanpa kata-kata, gambar adalah kata-kata itu sendiri sehingga visualisasi dapat mempengaruhi persepsi khalayak. Visualisasi juga menjadi salah satu pendukung objektivitas utama dalam pemberitaan televisi sehingga dalam penyajiannya siaran berita haruslah mengutamakan atau memperbanyak informasi secara visual dan menyajikan sinkronisasi antara gambar dan suara. Dengan demikian informasi tersebut mudah dipahami (Rivers & Matthew, 1994, h. 235).

Universitas Indonesia

Menurut Epstein (1973) berita televisi menaruh perhatian lebih besar pada tampilan dari sebuah peristiwa dibandingkan nilai berita yang dimilikinya. Oleh sebab itu, pada berita televisi ada penekanan pada berita-berita yang sifatnya *soft* atau *human interest story*. Berita-berita yang sifatnya *hard* akan dipilih apabila memiliki dua hal. *Pertama*, menginformasikan peristiwa yang berupa kekacauan parah atau mengancam masyarakat. *Kedua*, apabila dapat disajikan dengan cara pendramatisasian ataupun *action* di dalamnya serta ditampilkan secara *live*. (Sheley & Ashkins, 1981, h. 494).

Penggunaan drama dalam berita televisi memiliki dua aspek penting yaitu membangkitkan emosi dan sebagai dasar pondasi dari cerita yang dibuat. Kedua aspek tersebut dapat menyumbang pada pemikiran yang sederhana. Dalam perbandingan yang dibuatnya antara teater drama dan epik, Bertolt Brecht (1957) mendiskusikan bagaimana drama dapat menarik khalayak, memberikan sensasi tertentu, membuat penonton merasa terlibat dan ada penekanan pada emosi daripada pemikiran. Karakteristik drama yang kedua adalah ketergantungannya pada beberapa cerita yang mendasari cerita tersebut. Cerita ini dapat dimainkan dalam berita televisi dengan memilih secara hati-hati yang sesuai dengan perspektif budaya setempat terhadap kehidupan sehari-hari (Milburn & McGrail, 1992, h. 615-616).

2.2.4 Terpaan Tayangan Reka Ulang Adegan Kasus Kejahatan

Adegan reka ulang kasus kejahatan yang merupakan bagian dari tayangan kriminal digunakan untuk membantu mengupas sebuah kasus terkadang ditayangkan terlalu mendetail. Dimana mendetail yang dimaksud disini adalah mulai dari cara pembuatan alat-alat kejahatan, langkah-langkah operasional, dan modus kejahatan, juga terdapat alur dalam melakukan reka ulang kejahatan (Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia no. 03 tahun 2007 pasal 33 dan 34).

Kegiatan reka ulang yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan kegiatan menyusun kembali sebuah peristiwa yang kemudian “diadopsi” oleh para jurnalis dalam rangkaian peliputan dan menjadi bagian tayangan berita acara

Universitas Indonesia

kriminal. Dengan didukung keterampilan dalam bidang dokumenter drama dan sumber-sumber informasi yang dirasa cukup dipercaya, maka dibuatlah sebuah reka adegan televisi yang seolah-olah menceritakan kembali kejadian yang terjadi.

Reka ulang kasus kejahatan atau rekonstruksi merupakan bagian dalam proses identifikasi kejahatan. Rekonstruksi juga dilakukan untuk memperjelas posisi masing-masing orang yang berada di tempat kejadian (KompasCyberMedia, 2008, h. 1).

Dalam lingkup penyidikan identifikasi kejahatan adalah proses penarikan kesimpulan dari karakteristik pelanggar melalui pemeriksaan perilaku kejahatan secara hati-hati. Identifikasi kejahatan telah digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola perilaku kejahatan yang mengarah ke aspek sadistik. Adapun metode-metode yang digunakan untuk menggambarkan profil kejahatan meliputi berbagai langkah seperti :

1. Analisis Forensik : mencakup penilaian bukti fisik secara keseluruhan, rekonstruksi TKP dan analisis pola luka jika memungkinkan. Fase ini menuntun perilaku penyidik bahwa mereka harus menilai kebenaran bukti-bukti yang ada
2. *Victimology* : cerita lengkap dari setiap korban termasuk 24 garis batas dan penilaian risiko dari sisi pandang korban dan pelanggar
3. *Evaluasi karakteristik TKP* : termasuk penilaian berbagai faktor terjadinya kasus kejahatan, termasuk pemilihan tempat, metode penyerangan, metode pendekatan, sifat bahan-bahan yang digunakan, sifat aktivitas seksual, tindakan pencegahan, perilaku modus operandi, dan perilaku khas.

Tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan merupakan penyiaran dari ketiga metode identifikasi kejahatan tersebut diatas. Proses penggalian informasi yang dilakukan oleh reporter televisi terhadap metode identifikasi terhadap sebuah kasus kejahatan kemudian diinterpretasikan oleh *newsroom* untuk kemudian dibuat sebuah tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan. Tayangan tersebut dibuat dengan beragam variasi, entah itu menjadi bagian dari sebuah program

Universitas Indonesia

berita kriminal harian (*daily news*) maupun dibuat program tersendiri khusus untuk reka ulang kasus kejahatan (*in-depth news*).

Tayangan reka ulang diangkat untuk melengkapi berita mengenai sebuah kasus kejahatan. Dalam tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan diperlihatkan secara detail bagaimana cara si tersangka melakukan tindak kejahatannya. Sehingga tidak pelak lagi muncul adegan-adegan yang berbau kekerasan di dalamnya. Tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan berusaha mengangkat kejahatan atau kriminalitas sebagai sebuah topik yang menarik untuk disajikan dan dikaitkan dengan kasus kejahatan yang sedang hangat dibahas.

2.2.5 Kejahatan dan Kekerasan

Kejahatan atau kriminalitas memang merupakan bagian dari permasalahan kehidupan manusia sehari-hari. Emile Durkheim menyatakan bahwa kejahatan merupakan gejala normal dalam setiap kehidupan masyarakat yang memiliki heterogenitas dan perkembangan sosial. Masalah kejahatan telah menduduki tempat tujuan utama sebagai sasaran pembahasan dalam berbagai pertemuan ilmiah, pemberitaan media massa, dan perbincangan masyarakat. Masalah ini kian mengedepan oleh karena realitas meluasnya korban langsung maupun tidak langsung dari kejahatan, dan mungkin pula sebagai hasil penggambaran terjadinya peningkatan kejahatan oleh media massa (Kusumah, 1993, h. 1).

Kata kejahatan atau kriminalitas berasal dari kata *crime* yang artinya kejahatan. Dapat disebut kriminalitas karena menunjukkan suatu perbuatan atau tingkah laku kejahatan (Abdulsyani, 1987, h. 11). Menurut W.A. Bonger, kejahatan adalah perbuatan yang sangat anti sosial, yang memperoleh tantangan dengan sadar dari negara berupa pemberian penderitaan (hukuman atau tindakan). Lebih lanjut Bonger menyatakan bahwa kejahatan merupakan sebagian dari perbuatan tidak bermoral (*immoral*). Oleh sebab itu, perbuatan *immoral* adalah perbuatan anti sosial (Abdulsyani, 1987, h. 12).

Sedangkan menurut J. E. Sahetapy dan B. Mardjono Reksodiputro, kejahatan adalah setiap perbuatan (termasuk kelalaian) yang dilarang oleh hukum

Universitas Indonesia

publik untuk melindungi masyarakat dan diberi sanksi berupa pidana oleh negara. Perbuatan tersebut diberi hukuman pidana karena dianggap melanggar norma sosial masyarakat, yaitu harapan masyarakat mengenai tingkah laku yang patut dari seorang warga negaranya (Abdulsyani, 1987, h. 13).

Tipologi dalam kejahatan terbagi menjadi tipologi hukum kejahatan dan tipologi sosial kejahatan. Tipologi hukum kejahatan adalah perumusan tentang tindakan sebagai kejahatan dalam hukum (pidana) dan tidak termasuk tindakan yang merugikan pihak lain yang tidak atau belum dirumuskan sebagai kejahatan oleh hukum. Tipologi dari kejahatan yang biasa dikenal (Mustofa, 2007, h. 120):

1. Kejahatan terhadap orang, yang meliputi penganiayaan, perkosaan, dan pembunuhan. Dapat juga dimasukkan dalam kategori ini adalah pelecehan seksual
2. Kejahatan terhadap benda, seperti penipuan, pencurian, perampokan, penggelapan dan perusakan
3. Kejahatan terhadap ketertiban umum, seperti pemabukan, pelacuran dan perjudian
4. Kejahatan terhadap negara, seperti makar

Selain tipologi hukum kejahatan, Clinard dan Quinney (1972) merumuskan tipologi kejahatan dalam dimensi sosiologis, karena mereka mempelajari kejahatan sebagai gejala sosial. Menurut mereka, dalam mempelajari kejahatan sebagai gejala sosial perlu menguraikan tipe-tipe tingkah laku kejahatan menurut konteks sosial si pelaku dan bentuk tindakannya (Mustofa, 2007, h. 121)

Clinard dan Quinney sendiri merumuskan tipologi gejala kejahatan berdasarkan lima dimensi teoritis yang meliputi (1) aspek hukum, (2) karir kriminal, (3) dukungan kelompok, (4) hubungan tingkah laku jahat dengan tingkah laku legal, (5) reaksi sosial dan proses hukum.

Tipologi gejala kejahatan yang dikelompokkan berdasarkan lima dimensi teoritis tersebut meliputi (Mustofa, 2007, h. 121):

1. Kejahatan kekerasan personal
2. Kejahatan biasa terhadap harta benda
3. Kejahatan terhadap ketertiban umum
4. Kejahatan konvensional
5. Kejahatan politik
6. Kejahatan pekerjaan (*occupational*)
7. Kejahatan korporasi
8. Kejahatan terorganisasi
9. Kejahatan profesional

Selain kejahatan, aspek kekerasan juga merupakan salah satu aspek yang utama yang dikaji dalam tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan “Fakta”, dalam penelitian ini. Gerbner (1972) mendefinisikan kekerasan sebagai ekspresi dari tindak kejahatan dari pemaksaan secara fisik terhadap orang lain atau diri sendiri, atau tindakan yang berusaha memaksakan terhadap keinginan seseorang dengan cara menyakitinya mulai dari melukai maupun membunuh (Bryant & Zillmann, 2002, h. 271). Kekerasan juga dapat didefinisikan sebagai semua bentuk tindakan, intensional dan/ataupun karena pembiaran dan kemasa-bodohan, yang menyebabkan manusia (lain) mengalami luka, sakit, penghancuran, bukan cuma dalam artian fisik (Poerwandari, 2004, h. 13-14).

Dari pengertian tersebut dapat terlihat bahwa kekerasan tidak hanya merujuk pada yang bersifat fisik saja. Ada beberapa bentuk-bentuk dari kekerasan, yaitu (Poerwandari, 2004, h. 12):

1. Fisik : pemukulan, pengeroyokan, penggunaan senjata untuk menyakiti, melukai, penyiksaan, penggunaan obat untuk menyakiti, penghancuran fisik, pembunuhan, dalam banyak manifestasinya.
2. Seksual atau reproduksi : serangan atau upaya fisik untuk melukai pada alat seksual/reproduksi; ataupun serangan psikologis (kegiatan merendahkan, menghina) yang diarahkan pada penghayatan seksual

Universitas Indonesia

subjek. Misal: manipulasi seksual pada anak (atau pihak yang tidak memiliki posisi tawar setara), pemaksaan hubungan seksual/perkosaan, pemaksaan bentuk-bentuk hubungan seksual, sadisme dalam relasi seksual, mutilasi alat seksual, pemaksaan aborsi, penghamilan paksa, dan bentuk-bentuk lain.

3. Psikologis : penyerangan harga diri, penghancuran motivasi, perendahan, kegiatan mempermalukan, upaya membuat takut, teror dalam banyak manifestasinya. Misal: makian kata-kata kasar, ancaman, penguntitan, penghinaan; dan banyak bentuk kekerasan fisik/seksual yang berdampak psikologis, misalnya penelanjangan atau pemerkosaan.
4. Deprivasi : penelantaran (misal: anak); penjauhan dari pemenuhan kebutuhan dasar (makan, minum, buang air, udara, bersosialisasi, bekerja, dll) dalam berbagai bentuknya. Misal: pengurungan, pembiaran tanpa makanan dan minuman, pembiaran orang sakit serius.

2.2.6 Persepsi

Persepsi yaitu proses dimana manusia tetap berhubungan dengan lingkungannya (Gibson, 1959, h. 457). Persepsi adalah proses yang aktif, bukan pasif. Hal ini disebabkan karena orang melakukan sesuatu (*active process*). Menurut Desidertaot, persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2000, h. 51).

Menurut Gordon E. Allport, persepsi adalah pengalaman fenomenologis tentang objek, yakni bagaimana objek atau situasi itu tampak oleh pelaku persepsi (Rakhmat, 2000, h. 80). Definisi lain dari persepsi adalah “*complex processes by which people select, organize, and interpret sensory stimulation into meaningful and coherent pictures of the world*” (Severin & Tankard Jr., 1992, h. 58).

Sedangkan menurut Crider, persepsi adalah suatu proses dimana otak manusia memilih, menyeleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasi informasi tentang sesuatu hal atau objek. Persepsi juga dapat berarti proses dimana manusia menerima stimuli sehingga ia dapat mengartikannya (Kollat, Blackwell & Engel, 1970, h. 43). Suatu proses dimana seseorang memperoleh informasi, menerjemahkan, kemudian masuk dalam memorinya.

Dari definisi ini muncul peran aktif individu dalam proses persepsi. Individu dengan sengaja mencari kategori yang tepat sehingga ia dapat mengenali atau memberi arti pada masukan tersebut. Dengan demikian persepsi bersifat inferensial (menarik kesimpulan). Persepsi juga merupakan bagian dari sikap. Banyak ahli yang menyatakan bahwa persepsi mendasari terbentuknya sikap individu. Dalam tahap pembentukan sikap, persepsi tidak termasuk dalam domain afektif melainkan dalam domain kognitif (Muhadjir, 1994, h. 102).

Joseph DeVito juga menyatakan bahwa dalam membentuk sebuah persepsi, seseorang melalui lima tahap. Ketika seorang individu mengindra sesuatu, ia memilih stimuli tertentu (seleksi), lalu mengorganisasikan stimuli tersebut dengan cara-cara tertentu (organisasi). Kemudian, ia menginterpretasi dan mengevaluasi apa yang anda amati (interpretasi-evaluasi). Setelah itu ia menyimpannya di dalam pikiran dan menggunakan kembali persepsi tersebut ketika dibutuhkan (memori). Terakhir ia memanggil kembali memori yang telah disimpan (DeVito, 2004, h. 91). Proses penerimaan persepsi bersifat kontinyu, bercampur-baur dan bertumpang-tindih satu sama lain. Berikut ini merupakan tahapan penerimaan persepsi ke dalam diri individu :

1. Seleksi

Pada tahap pertama, indera berstimulasi melalui adanya suatu rangsangan dari luar yang merangsang indera kita. Sebagai contoh, ketika seorang individu mencium aroma parfum, menyaksikan film terbaru, ataupun mendengarkan musik. Pada saat mengenai indera kita dan kita menyerapnya, maka timbullah sensasi. Persepsi adalah memberikan makna pada stimuli inderawi (sensory stimuli). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas.

Universitas Indonesia

Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori. Selain itu, tidak semua rangsangan yang datang dapat diterima oleh seorang individu. Hal ini disebabkan seorang individu melakukan persepsi selektif (*selective perception*), yang meliputi perhatian selektif (*selective attention*) dan terpaa selektif (*selective exposure*) (DeVito, 2004, h. 91).

Persepsi selektif berarti kecenderungan untuk mempersepsi apa yang ingin kita persepsi. Pandangan seseorang mengenai stimuli yang mereka terima, merupakan persepsi selektif (*selective perception*) atau pemilihan persepsi yang dilakukan oleh seseorang. Pemilihan persepsi dipengaruhi oleh kebutuhan, keinginan, sikap dan faktor psikologis lainnya. Persepsi selektif memiliki makna bahwa orang yang berbeda dapat bereaksi pada pesan yang sama dengan cara yang berbeda (Severin & Tankard Jr., 1992, h. 57)

Melalui perhatian selektif, kita hanya memperhatikan hal-hal yang menarik dan sesuai kebutuhan kita. Kita cenderung memperhatikan hal-hal tertentu yang penting, menonjol atau melibatkan diri kita sendiri (Rakhmat J., 2001, h. 53). Sebagai contoh ketika seseorang sedang melamun maka ia tidak mendengar apapun yang dikatakan orang sekitar hingga orang tersebut memanggilnya.

Perhatian (*attention*) sangat mempengaruhi persepsi seseorang. Menurut Kenneth E. Andersen (1972), perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain (Rakhmat J. , 2001, h. 52).

Dalam menyajikan sebuah tayangan di televisi, seorang produser program perlu memikirkan bagaimana caranya menarik perhatian khalayak agar tayangannya dapat ditonton. Apa yang diperhatikan oleh khalayak ditentukan oleh faktor-faktor situasional dan personal. Faktor situasional

Universitas Indonesia

disebut sebagai penarik perhatian (*attention getter*). Sebuah stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol yang disebut faktor-faktor penarik perhatian. Ada beberapa faktor yang dapat menarik perhatian diantaranya (Rakhmat J., 2001, h. 52) :

a) Gerakan

Seperti organisme yang lain, manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. Kita senang melihat huruf-huruf dalam *display* yang bergerak menampilkan nama barang yang diiklankan. Pada tempat yang dipenuhi benda-benda mati, kita akan tertarik hanya kepada tikus kecil yang bergerak.

b) Intensitas Stimuli

Kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain. Warna merah pada latar belakang putih, tubuh jangkung di tengah-tengah orang yang pendek, suara keras di malam sepi, iklan setengah halaman di surat kabar, atau tawaran pedagang yang paling nyaring di pasar malam, sukar lolos dari perhatian kita.

c) Kebaruan

Hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda akan menarik perhatian. Beberapa eksperimen juga membuktikan stimuli yang luar biasa lebih mudah dipelajari atau diingat. Karena alasan inilah orang mengejar novel yang baru terbit, film yang baru beredar, atau kendaraan yang memiliki rancangan mutakhir. Pemasang iklan sering memanipulasikan unsur kebaruan ini dengan menonjolkan yang luar biasa dari barang atau jasa yang ditawarkannya. Media massa juga tidak henti-hentinya menyajikan program-program baru. Tanpa hal-hal yang baru, stimuli menjadi monoton, membosankan, dan lepas dari perhatian.

d) Perulangan

Hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi akan menarik perhatian. Disini, unsur *familiarity* berpadu

Universitas Indonesia

dengan unsur *novelty*. Perulangan juga mengandung unsur sugesti : mempengaruhi bawah sadar kita. Bukan hanya pemasang iklan yang mempopulerkan produk dengan mengulang-ulang *jingles* atau slogan-slogan, tetapi juga kaum politisi memanfaatkan prinsip perulangan. Emil Dofivat (1968), tokoh aliran publisistik Jerman, bahkan menyebut perulangan sebagai satu di antara tiga prinsip penting dalam menaklukkan massa.

Di lain sisi, melalui terpaan selektif, kita menerima stimuli yang memiliki intensitas lebih besar daripada stimuli sekeliling dan stimuli tersebut memiliki nilai kebaruan (DeVito, 2004, h. 91). Kita menaruh perhatian kepada hal-hal tertentu atau orang tertentu sesuai dengan kepercayaan, sikap, nilai, kebiasaan dan kepentingan kita. Kita cenderung memperkokoh kepercayaan, sikap, nilai dan kepentingan yang ada dalam mengarahkan perhatian kita.

2. Organisasi

Pada tahap selanjutnya, seorang individu mengorganisasi informasi yang diterima oleh indera. Ia mengatur stimuli-stimuli yang datang secara selektif. Stimuli diatur berdasarkan pada skema dan harapan yang berbeda. Perbedaan dalam mengorganisasi rangkaian stimuli adalah inti dari perbedaan persepsi mereka (Tubbs & Moss, 2003, h. 39). *Sensory stimulation* diorganisasikan di pikiran manusia. Pengaturan ini didasarkan pada berbagai prinsip, yang sering digunakan adalah prinsip proksimitas atau kedekatan.

3. Interpretasi-Evaluasi

Setelah stimuli diterima dan diorganisasi secara selektif, stimuli-stimuli tersebut kemudian diinterpretasi secara selektif. Stimuli diberikan makna-makna unik oleh penerimanya. Interpretasi pribadi didasarkan pada pengalaman masa lalu penerima stimuli, asumsi tentang perilaku manusia, pengetahuan tentang lingkungan lain, *mood* saat menerima stimuli, keinginan

Universitas Indonesia

dan harapan ((Tubbs & Moss, 2003, h. 39). Dengan begitu, dapat kita simpulkan bahwa interpretasi yang dilakukan oleh seorang individu itu sifatnya subjektif. Meski terekspose oleh stimulus eksternal yang sama namun cara menginterpretasi dan mengevaluasinya akan berbeda pada tiap individu. Ketika kita memberikan evaluasi dan interpretasi, maka tidak mungkin melihat secara subjektif karena sudah dipengaruhi oleh nilai-nilai kita.

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang diperoleh melalui indera-indera. Akan tetapi, seorang individu tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung melainkan menginterpretasikan makna informasi yang dipercayainya mewakili objek tersebut (Mulyana, 2001, h. 169-170).

Dalam proses persepsi banyak rangsangan sampai kepada kita melalui panca indera kita, namun kita tidak mempersepsi semua itu secara acak melainkan kita mengenali objek-objek tersebut sebagai spesifik dan kejadian-kejadian tertentu sebagai memiliki pola tertentu. Alasannya, karena persepsi kita adalah suatu proses aktif yang menuntut suatu tatanan dan makna atas berbagai rangsangan yang kita terima (Mulyana, 2001, h. 170). Pada tahap inilah, proses interpretasi terjadi.

Pesan dapat sampai kepada penerima atau tepat pada sasaran dan tetap gagal untuk menangkap apa yang menjadi tujuan sang pengirim karena perbedaan interpretasi penerima pesan (Severin & Tankard Jr., 1992, h. 57).

4. Memori

Persepsi dan hasil interpretasi yang telah anda lakukan, diletakkan ke dalam memori anda. Hasil persepsi tersebut disimpan hingga pada saat tertentu anda membutuhkannya, hasil persepsi tersebut dapat diperoleh kembali. Pemanggilan informasi yang disimpan dalam memori dengan cara merekonstruksi kembali apa yang anda dengar dan apa yang anda lihat. Jenis Memori yang dimaksud disini meliputi *recognition* dan *recall*. *Recognition*

berarti khalayak sadar bahwa telah melihat iklan. *Recall* berarti khalayak dapat mengingat informasi tertentu.

Pada penelitian ini penulis hanya mengukur tingkat persepsi khalayak hingga pada tahap *interpretation* yaitu dimana khalayak mencoba menafsirkan realitas kejahatan yang dihadirkan di televisi melalui tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan “Fakta”, dan mengasosiasikannya dengan realitas kejahatan yang sebenarnya terjadi.

Selain itu terdapat faktor-faktor fungsional yang turut mempengaruhi persepsi seseorang terhadap sesuatu yakni kerangka rujukan (*frame of reference*). *Frame of reference* adalah pola pemikiran yang diterima oleh seseorang yang sesuai dengan apa yang diduga dan dianggap benar atau salah sesuai dengan pikiran orang lain yang telah mengalami hal yang sama sebelumnya (Sunarjo dan Sunardjo, 1995, h. 87-88). Dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan mempengaruhi bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterimanya. Dalam kegiatan komunikasi kedudukan *frame of reference* sejajar kedudukannya dengan *field of experience* (pengalaman individu) (Sunarjo&Sunarjo, 1995, h. 87).

2.2.7 Narapidana

Salah satu responden yang diambil dalam penelitian ini adalah responden khalayak narapidana, untuk itu penulis akan memaparkan definisi konseptual mengenai Narapidana. Pengertian Narapidana apabila mengacu pada pasal 7 Undang-Undang No. 12/ 1995 tentang Pemasyarakatan yaitu :

“Narapidana adalah Terpidana yang menjalani pidana hilang kemerdekaan di LAPAS”.

Jadi Narapidana merupakan seorang individu yang sudah tervonis hukum pidana dan sudah ada ketetapan hukumnya serta tidak lagi menjalani proses persidangan. Idealnya, narapidana memang ditempatkan di Lembaga Pemasyarakatan atau LP. Akan tetapi, banyak juga narapidana yang ditempatkan di rumah tahanan, seperti di Rumah Tahanan Pondok Bambu dan Salemba. Hal ini

Universitas Indonesia

disebabkan kapasitas LP itu sendiri yang tidak mencukupi (Hasil wawancara dengan Iqrah Sulihin, Pakar Lembaga Pemasyarakatan).

2.2.8 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Khalayak tentang Realitas Kejahatan

2.2.8.1 Pengalaman Individu

Pengalaman individu adalah suatu peristiwa atau gejala sosial yang dialami individu dalam kehidupan bermasyarakat (Sarwono, 1982, h. 89). Pengalaman individu seseorang dapat mempengaruhi cara orang tersebut dalam memandang suatu permasalahan. Tiap-tiap manusia selalu mempunyai ciri-ciri sifat tersendiri yang membedakannya dari manusia-manusia lainnya.

Luas pengalaman seseorang akan mempengaruhi bobot seseorang dalam menerima pesan yang diterimanya dan kemudian mencernanya (Gunadi, 1998, h. 48). Pengalaman-pengalaman masa lalu dan aspirasi-aspirasinya untuk masa yang akan datang juga turut menentukan tingkah laku seseorang di masa kini (Sarwono, 1976, h. 31). Pengalaman individu dapat dibedakan dalam dua bentuk yaitu (Rakhmat, 1988, h. 89):

1. Pengalaman Umum, yaitu yang dialami oleh tiap-tiap individu dalam kebudayaan tertentu. Pengalaman ini erat hubungannya dengan fungsi dan peranan seseorang dalam masyarakat
2. Pengalaman Khusus, yaitu yang khusus dialami oleh individu sendiri. Pengalaman ini tidak tergantung pada status dan peranan orang yang bersangkutan dalam masyarakat.

Pengalaman dapat mempengaruhi kecermatan seseorang dalam pembentukan persepsi (Rakhmat, 1988, h. 89). Suatu konsep yang dapat menjelaskan hal tersebut adalah konsep *resonance* yang dinyatakan oleh Gerbner sebagai temuan dari penelitian kultivasinya. Gerbner mengatakan bahwa pengalaman individu dapat menguatkan efek kultivasi pada seseorang.

Resonance merupakan suatu keadaan dimana pengalaman responden sesuai dengan kenyataan sehingga penggambaran televisi menguatkan persepsi

Universitas Indonesia

mereka akan realitas. Bila yang disajikan televisi ternyata cocok dengan apa yang disajikan lingkungan pada khalayak, maka daya penanaman ideologi dari televisi ini akan semakin kuat.

David Considine menyatakan bahwa pada saat khalayak tidak memiliki pengalaman langsung terhadap seorang tokoh, institusi, isu ataupun tempat yang digambarkan oleh media, maka media akan cenderung menjadi sarana informasinya (Considine, 1995 h. 3).

Orangtua, teman sepermainan, teman sekolah, pengalaman individu dan media adalah sumber yang potensial untuk sosialisasi. Dari sumber inilah individu menerima informasi serta belajar tentang sikap dan perilaku (Dominick, 1996, h. 513). Media secara simultan bekerja dengan agen sosialisasi lainnya dalam pembentukan sikap dan opini.

Jadi, dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana pengalaman individu yang terkait dengan pengalaman melakukan reka ulang adegan kasus kejahatan akan mempengaruhi persepsi mereka terhadap tayangan Fakta. Dalam hal ini pengalaman yang pernah dilakukan oleh individu diasumsikan akan melemahkan efek kultivasi dari televisi. Hal ini disebabkan dengan adanya pengalaman pernah melakukan reka ulang adegan kasus kejahatan atau mengetahui bagaimana kasus kejahatan terjadi maka khalayak tidak akan melihat realitas yang disajikan di televisi melalui tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan sebagai realitas yang sebenarnya.

2.2.8.2 Media Literacy

Menurut Paul Messaris, *media literacy* adalah pengetahuan tentang bagaimana fungsi media dalam masyarakat. Sedangkan menurut Justin Lewis dan Sut Jhally, *media literacy* adalah tentang bagaimana mengerti suatu kebudayaan, ekonomi, politik dan batasan teknologi pada suatu penciptaan, produksi, dan transmisi pesan.

Media literacy adalah kemampuan untuk memilih, memahami (bentuk atau gaya, dampak, industri, dan produksi) untuk mempertanyakan, mengevaluasi,

Universitas Indonesia

menciptakan dan atau memproduksi dan merespon dengan sadar atas media yang kita konsumsi. Namun *media literacy* tidak hanya berkutat soal atau lebih dari sekedar konsumsi informasi. Seorang individu yang *media literate* dianggap mampu memproduksi, menciptakan dan dapat mengkomunikasikan segala bentuk informasi dalam berbagai bentuk media, tidak hanya cetak.

Media literacy juga kemudian diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengakses, menganalisa, mengevaluasi serta menciptakan pesan dalam berbagai format media, termasuk cetak dan non-cetak (Considine, 1995, h. 1). Definisi lain dari *media literacy* biasanya juga memasukkan unsur mempelajari bentuk formal dari suatu media, secara kritis memproses isi media dan membandingkan isi tersebut dengan kenyataan yang terjadi di dunia luar.

Seluruh definisi itu pada dasarnya adalah menekankan pada suatu pengetahuan, kewaspadaan dan rasionalitas dari suatu proses pengolahan informasi secara kognitif. Jadi, *media literacy* adalah tentang bagaimana mengerti sumber dan teknologi komunikasi, kode-kode yang digunakan, pesan-pesan yang diproduksi dan seleksi, interpretasi serta pengaruh dari pesan-pesan itu. Seseorang dapat dikatakan sebagai orang yang *media literate* apabila ia bisa mengevaluasi, menganalisa, dan memproduksi baik media cetak maupun media elektronik.

Fungsi utama dari *media literacy* adalah untuk membangun kekebalan atau pertahanan dari pengaruh-pengaruh media massa. Salah satu pendekatan tradisional mengenai *media literacy* didasarkan pada suatu kepercayaan bahwa media membuat seseorang melakukan sesuatu, atau terdapat hubungan antara apa yang kita lihat dan dengar dengan apa yang kita pikir dan lakukan. *Media literacy* berasumsi bahwa konsumsi yang kritis akan menghasilkan produksi yang kritis pula. Prinsip atau konsep-konsep utama dari *media literacy* adalah (Considine, 1995, h. 4):

1. *Media are construction*

Semua media secara hati-hati menyusun, mengedit, menyeleksi dan mendesain konstruksi. Media menampilkan gambaran dunia kepada

kita namun gambaran itu telah melalui seleksi dan kadang tidak representatif walau tampaknya seperti kenyataan yang sesungguhnya.

2. *Media representation construct reality*

Prinsip ini melibatkan hubungan antara bagaimana dunia ditampilkan oleh media dan bagaimana khalayak sebagai konsumen mempersepsikan hal tersebut. Disaat khalayak tidak memiliki pengalaman langsung terhadap suatu hal yang ditampilkan media maka media cenderung mengambil alih persepsi akan hal tersebut.

3. *Audiences negotiate their own meaning*

Khalayak bukanlah penerima pasif dari pesan media. Khalayak menyaring isi dan pesan melalui jaringan yang kompleks dalam dirinya, dan dalam jaringan ini termasuk kedalamnya sistem keyakinan dan kepercayaan.

4. *Media constructions have commercial purposes*

Isi media tidak dapat dipisahkan dari konteks ekonomi dan keuangan yang menjalankan industri media. Media hanya memberikan apa yang khalayak inginkan.

5. *Media contains values and ideologies*

Program televisi pada dasarnya membentuk, mengandung dan membawa suatu bentuk keyakinan dan kepercayaan. Televisi bisa menjadi sistem pengajaran terbesar yang membentuk budaya suatu Negara. Seperti halnya Negara Dunia I dan Negara Dunia III, mereka masing-masing sosiopolitikal dan kulutral tersendiri sehingga masing-masing juga memiliki kurikulummedia yang berbeda. Sebagai individu yang *media literate*, maka ia bisa membedakan apa yang tersirat dari tayangan media agar tidak mudah dimanipulasi oleh ideologi lain yang bukan ideologinya.

6. *Media messages have social and political consequences*

Prinsip ini berbicara seputar hubungan antara konotasi dan pengaruhnya, isi dan akibatnya. Media menampilkan dan membentuk,

Universitas Indonesia

merefleksi dan memperkuat realitas. Media memberikan gambaran, baik kualitas maupun kuantitas, dari kelompok maupun individu yang ada di sekitar kita.

7. *Each medium has unique aesthetic form*

Prinsip *media literacy* ini berhubungan dengan bagaimana individu mengerti karakteristik yang unik dari setiap media dan bagaimana karakteristik itu dapat mempengaruhi isi yang ditampilkan. Misalnya, televisi dengan kelebihan visual dan audionya dapat memberikan gambaran lengkap tentang sebuah peristiwa dibandingkan dengan radio yang hanya mengandalkan kelebihan audio saja.

Terpaan media merupakan faktor resiko dan *media literacy* merupakan faktor pelindungnya (Brown, 1998, h. 45). Terpaan yang bertubi-tubi dari pemberitaan kriminal dapat mempengaruhi persepsi khalayak tentang banyak hal, termasuk persepsi tentang realitas peristiwa kejahatan yang dihadirkan oleh tayangan tayangan reka ulang kasus kejahatan “Fakta”,. Dengan mengetahui latar belakang produksi dan konsekuensi dibelakangnya maka resiko khalayak untuk terkena pengaruh yang buruk akan semakin rendah.

Media massa merupakan suatu sarana komunikasi yang terkonstruksi, namun sekaligus juga dikontrusikan. Media massa berusaha mengkonstruksikan pesan dari kejadian yang sesungguhnya, itulah sebabnya mengapa dikatakan bahwa media menampilkan *second hand reality* (realitas tangan kedua).

Seperti yang sudah diungkapkan sebelumnya bahwa tampilan yang ada di media merupakan interaksi segitiga dari stasiun penyiaran, khalayak penonton dan pemasang iklan oleh sebab itulah media massa memiliki implikasi-implikasi komersial, ideologi dan politik.

Seseorang dapat dikatakan sebagai *media literate* atau tidak buta media apabila ia dapat menguraikan isi pesan, mengevaluasi, menganalisa dan atau memproduksi baik media cetak maupun media elektronik. Hal ini berarti jika khalayak memiliki tingkat *media literacy* yang tinggi dapat diasumsikan khalayak tersebut dapat lebih resisten terhadap terpaan media massa ketimbang khalayak

Universitas Indonesia

dengan tingkat *media literacy* yang rendah. Jadi dengan begitu khalayak yang memiliki tingkat *media literacy* yang tinggi tidak akan melihat realitas peristiwa kejahatan yang tersaji dalam tayangan Fakta sebagai suatu realitas peristiwa kejahatan yang sesungguhnya terjadi.

2.2.8.3 Hubungan antar Individu

Hubungan antar individu diartikan sebagai interaksi sosial yaitu hubungan timbal balik antara baik individu dengan individu, kelompok dengan kelompok maupun individu dengan kelompok (Soekanto, 1982, h. 7).

Seperti yang kita ketahui bahwa manusia adalah makhluk sosial yang akan selalu membutuhkan manusia lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam hal pemenuhan kebutuhan akan informasi dan realitas di sekitarnya, individu selain membutuhkan media massa juga membutuhkan individu lain melalui komunikasi interpersonal.

Informasi, perilaku dan persepsi mengenai apa yang baik dan buruk dikomunikasikan kepada masyarakat setiap hari baik melalui media massa maupun secara informal dalam komunikasi interpersonal. Keluarga dan teman biasanya adalah sumber-sumber informasi yang penting untuk hal-hal yang demikian (Dominick, 1996, h. 254).

Hubungan sosial yang dilakukan oleh khalayak akan berpengaruh terhadap efek media. Salah satu teori klasik dari efek persuasi komunikasi adalah *the multistep flow model of influence* yang menyarankan bahwa media massa sendiri akan sulit mengubah pendapat khalayak akan suatu masalah karena pengaruh media disaring melalui jaringan sosial (Dominick, 1996, h. 480).

Dalam penelitian ini, hubungan yang dimaksud adalah diskusi atau pembicaraan yang dilakukan oleh khalayak baik yang umum maupun narapidana dengan keluarga dan teman mengenai realitas yang hadir dalam tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan.

2.3 Hubungan Antar Variabel

Variabel independen atau variabel bebas adalah suatu variabel yang ada atau terjadi mendahului variabel terikatnya. Variabel ini adalah variabel penyebab (Neuman, 2003, h. 149). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah terpaan isi tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan “Fakta”,. Konsumsi tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan “Fakta”, merupakan identifikasi dari pola menonton tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan “Fakta”, oleh responden.

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini adalah hasil atau *outcome* dari variabel lain (Neuman, 2003, h. 149). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah perspsi khalayak tentang realitas kejahatan.

Variabel kontrol yang muncul antara variabel terpaan tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan “Fakta”, dan variabel perspsi khalayak tentang realitas kejahatan adalah variabel pengalaman individu, *media literacy* dan hubungan antar individu. Ketiga variabel ini dianggap sebagai variabel *intervening* yang nantinya akan mempengaruhi tingkat hubungan variabel *independent* dan variabel *dependent*.

Antara variabel independen dengan variabel dependen, sifat hubungan yang terjadi adalah hubungan yang asimetris atau hubungan satu arah, dimana suatu variabel akan menyebabkan atau mempengaruhi variabel lainnya, tetapi tidak berlaku sebaliknya. Dan antara kedua variabel tersebut terdapat variabel *intervening* yang akan mempengaruhi tingkat hubungan keduanya.

2.4 Hipotesis

2.4.1 Hipotesa Teoritis

1. Terdapat pengaruh antara terpaan tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan dengan persepsi khalayak terhadap realitas kejahatan
2. Terdapat faktor-faktor seperti pengalaman individu, tingkat *media literacy* dan hubungan antar individu yang turut mempengaruhi hubungan antara terpaan tayangan Fakta terhadap persepsi khalayak akan realitas kejahatan.
3. Terdapat perbedaan persepsi antara kedua kelompok khalayak (khalayak masyarakat biasa dan narapidana) terhadap tayangan Fakta

2.4.2 Hipotesa Penelitian

1. Semakin tinggi skor terpaan isi tayangan reka ulang adegan kasus kejahatan maka khalayak akan semakin melihat bahwa realitas kejahatan yang ada di media massa khususnya televisi sebagai sebuah realitas yang sesungguhnya.
2. Variabel kontrol pengalaman individu akan melemahkan pengaruh dari terpaan tayangan Fakta terhadap persepsi khalayak akan realitas kejahatan.
3. Variabel kontrol media literacy akan melemahkan pengaruh dari terpaan tayangan Fakta terhadap persepsi khalayak akan realitas kejahatan.
4. Variabel kontrol hubungan antar individu akan melemahkan pengaruh dari terpaan tayangan Fakta terhadap persepsi khalayak akan realitas kejahatan.
5. Pada kelompok khalayak narapidana nilai rata-rata persepsi tentang realitas kejahatan yang ditampilkan dalam tayangan Fakta akan lebih rendah dari khalayak umum (Hal ini berarti pada kelompok khalayak umum lebih menganggap realitas kejahatan yang ditayangkan dalam tayangan Fakta sebagai sebuah realitas yang sesungguhnya)

Universitas Indonesia

dibandingkan kelompok narapidana. Atau dengan kata lain pada kelompok Narapidana akan melihat realitas kejahatan yang ditayangkan dalam tayangan fakta bukan sebagai sebuah realitas yang sesungguhnya).

2.5 Model Analisa

