

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. KAJIAN PUSTAKA

##### a. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak melalui sejumlah media massa seperti koran, majalah, radio, televisi, dan media on line (Internet) dengan sajian berbagai peristiwa yang memiliki nilai berita ringan sampai berita tinggi, mencerminkan proses komunikasi massa yang selalu menerpa kehidupan manusia.<sup>14</sup>

##### 1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is message communicated through a mass medium a to large number of people). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Erdianto Elvinaro, Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

<sup>15</sup> Erdianto Elvinaro, Komala Lukiati, dan Karlinah Siti. 2007. *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar edisi revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media hal 3

Definisi Komunikasi massa yang lebih perinci dikemukakan oleh George Gerbner. Menurut Gerbner (1967) Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies. (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.<sup>16</sup>

Dari definisi diatas tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan – pesan komunikasi. Produk tersebut disebarakan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

## 2. Ciri-ciri Komunikasi Massa

Ciri komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik media audio visual dan media cetak. Komunikasi massa selalu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Apabila pesan itu disampaikan melalui media pertelevisian maka prosesnya komunikator melakukan suatu penyampaian pesan melalui teknologi audio visual secara verbal

---

<sup>16</sup> Erdianto Elvinaro, Komala Lukiati, dan Karlinah Siti. 2007. *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar edisi revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media hal 3

maupun non verbal dan nyata. Adapun beberapa ciri –ciri komunikasi massa sebagai berikut:

a) Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karena itu komunikasi massa bersifat untuk umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa, atau, opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi disekeliling kita dapat dimuat di media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk hal apapun harus memenuhi kriteria penting atau kriteria yang menarik.

b) Komunikannya Anonim dan Hetrogen

Pada komunikasi antarpersona, komunikator akan mengenal komunikannya dan menegtahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka secara langsung. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah hetrogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor usia, faktor jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan, tingkat ekonomi.

c) Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama.

Effendy (1981) mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.<sup>17</sup>

d) Komunikasi Lebih Mengutamakan Isi Dari Pada Hubungan

Salah satu prinsip komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000:99). Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi. Yaitu apa yang dikatakan dan apa yang dilakukan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu. Sementara Rakhmat (2003) menyebutnya sebagai proporsi unsur isi dan unsur hubungan.

e) Komunikasi Massa yang Bersifat Satu Arah

---

<sup>17</sup> Erdianto Elvinaro, Komala Lukiati, dan Karlinah Siti. 2007. *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar edisi revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media hal 9

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya melalui media massa, yang bersifat satu arah, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak secara langsung.

f) Stimulasi Alat Indra Yang Terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah pembaca hanya melihat, pada radio siaran dan rekaman auditif audience hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film audience menggunakan indra penglihatan dan pendengar.

g) Umpan Balik Tertunda (Delayed) dan Tidak Langsung (Indirect).

Dalam dunia komunikasi komponen umpan balik atau yang lebih populer disebut dengan feedback merupakan faktor penting dalam proses komunikasi. Begitupula dengan komunikasi massa, efektivitas komunikasi seringkali dibutuhkan guna mendapatkan feedback yang disampaikan oleh komunikannya.

Umpan balik sebagai respons mempunyai volume yang tidak terbatas artinya, komunikator komunikasi massa tidak

dapat dengan segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampikannya. Tanggapan khalayak (Audience) bisa diterima lewat telepon, e-mail, Twitter, Facebook, dsb. Dengan demikian proses penyampaian feedback dalam media massa menggambarkan feedback komunikasi massa bersifat indirect.

Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan telepon, e-mail, facebook, twitter, dsb, menunjukkan bahwa feedback dalam komunikasi massa bersifat tertunda (Delayed).

### 3. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Robert K. Merton mengemukakan bahwa fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yaitu:

- a) Fungsi nyata (manifest function), adalah fungsi nyata yang diinginkan.
- b) Fungsi tidak nyata atau tersembunyi (latent function), yaitu fungsi tidak diinginkan. Sehingga pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat itu memiliki efek fungsional dan disfungsional.

Selain manifest function dan latent function, setiap aktivitas sosial juga berfungsi melahirkan (beiring function) fungsi-fungsi sosial lain, bahwa manusia memiliki kemampuan beradaptasi yang sangat sempurna. Sehingga setiap fungsi sosial yang dianggap

membahayakan dirinya, maka ia akan mengubah fungsi-fungsi sosial yang ada.<sup>18</sup>

#### 4. Proses Komunikasi Massa

Proses merupakan suatu peristiwa yang berlangsung secara kontinyu. Dalam operasionalnya proses memerlukan berbagai komponen (elemen penunjang). Demikian pula dengan komunikasi yang pada hakikatnya merupakan suatu proses penyampaian pesan. Schramm mengatakan untuk berlangsungnya suatu kegiatan komunikasi, minimal diperlukan tiga komponen yaitu, source, message, destination (komunikator, pesan, dan komunikan).<sup>19</sup> Sedangkan menurut Everett M. Rogers dalam kegiatan komunikasi ada empat elemen yang harus diperhatikan yaitu, source, message, channel, dan receiver.

#### **b. Media Massa**

Media massa pada dasarnya dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi sebagai media massa adalah radio siaran, televisi, film, media on-line (internet).

---

<sup>18</sup> Depari, Eduard dan Colin MacAndrews. 1978. *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press. hal

<sup>19</sup> Erdianto Elvinaro, Komala Lukiati, dan Karlinah Siti. 2007. *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar edisi revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media hal. 103

## 1. Definisi Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV (Cangara, 2002). Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi. Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.

Media massa memberikan informasi tentang perubahan, bagaimana hal itu bekerja dan hasil yang dicapai atau yang akan dicapai. Fungsi utama media massa adalah untuk memberikan informasi pada kepentingan yang menyebarluas dan mengiklankan produk. Ciri khas dari media massa yaitu tidak ditujukan pada kontak perseorangan, mudah didapatkan, isi merupakan hal umum dan merupakan komunikasi satu arah.

## 2. Karakteristik Media Massa



Media massa memiliki ciri dan karakteristik tersendiri yang membedakan antara satu dengan yang lain. Ciri ini melekat dalam diri media itu sehingga menjadi penanda kekuatan dan kelemahan masing-masing media.

Dalam teori media, selama ini dikenal dengan media dingin dan media hangat. Ini mengacu pada cara komunikasi masing-masing media. Media dingin disebut demikian karena dampak komunikasi yang ditimbulkan tidak langsung. Ada jeda yang cukup lama antara komunikasi menerima pesan sinyal hingga bereaksi. Lazimnya media seperti ini dibatasi oleh jenis media itu sendiri.

Jenis media seperti ini tidak bisa memberi feedback yang langsung saay sebuah isu dilemparkan oleh media itu sendiri. Misalnya mereka terkendala jarak maupun secara peralatan. Feedback baru bisa terungkap setelah melalui terpaan media lain atau melalui jeda sekian saat.

Sebaliknya dengan media hangat, jenis media ini memiliki kekuatan daya langsung dalam menggaet feedback pemirsa atau komunikannya. Saat sebuah isu sampai ke komunikasi, maka saat itulah feedback bisa terjadi. Pemirsa (audience) bisa langsung memberikan tanggapannya dalam berbagai cara, mulai dari e-mail, sms, atau telepon secara interaktif dan bisa langsung ditanggapi oleh media yang bersangkutan.

### c. **Televisi Sebagai Komunikasi Massa**

#### 1. Ruang Lingkup Televisi

Perkembangan televisi sesudah perang dunia II demikian pesatnya. Bukan saja perubahan dari hitam putih ke berwarna, melainkan juga sistem penyiarannya, yang sebelumnya menggunakan sistem darat baik satelit komunikasi domestik, internasional maupun DBS (Direct Broadcast Satellite). Perkembangan pertelevisian semakin pesat karena televisi sebagai media massa sangat dirasakan manfaatnya, karena dalam waktu yang relatif singkat dapat menjangkau wilayah dan jumlah penonton yang tidak terbatas.

#### 2. Fungsi Televisi

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya seperti surat kabardan radio siaran, yakni memberi informasi, mendidik, dan menghibur.

#### 3. Karakteristik Televisi

Ditinjau dari stimulasi alat indra, yakni dalam radio siaran, surat kabar dan majalah hanya satu alat indra yang mendapatkan stimulus. Radio siaran menggunakan indra pendengaran, surat kabar dan majalah dengan penglihatan. Sedangkan dalam dunia televisi yang dibutuhkan lebih dari satu

alat indra yakni menggunakan penglihatan dan pendengaran atau yang lebih populer disebut dengan Audio Visual.<sup>20</sup>

a. 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 dalam dunia televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Namun, tidak berarti gambar lebih penting dari kata-kata. Keduannya harus ada kesesuaian secara harmonis.

Karena sifatnya yang audiovisual itu pula, maka secara siaran berita harus selalu dilengkapi dengan gambar, baik gambar diam, seperti foto, gambar peta (still image), maupun film berita, yakni rekaman peristiwa yang menjadi topik berita. Apabila siaran televisi tidak dilengkapi dengan dengan unsur visual, sama saja dengan radio siaran. Jadi, penayangan dalam dunia televisi secara audiovisual untuk memanfaatkan karakteristik televisi.

b. Berfikir dalam gambar

---

<sup>20</sup> Erdianto Elvinaro, Komala Lukiati, dan Karlinah Siti. 2007. *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar edisi revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media hal. 137

Pihak yang bertanggung jawab atas kelancaran acara televisi adalah pengarah acara. Bila ia membuat naskah acara atau pembaca naskah acara, ia harus berfikir dalam gambar (*think in picture*). Begitu pula bagi seorang komunikator yang akan menyampaikan informasi, pendidikan atau persuasi, sebaiknya ia dapat melakukan berfikir dalam gambar. Ada dua tahap yang dilakukan dalam proses berfikir dalam gambar, yakni:

a. Visualisasi (*Visualization*)

Yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Dalam proses visualisasi, pengarah acara harus berusaha menunjukkan objek-objek tertentu menjadi gambar yang jelas dan menyajikan sedemikian rupa, sehingga mengandung suatu makna. Objek tersebut bisa manusia, benda, kegiatan dan lain sebagainya (Effendy, 1993: 96).

b. Penggambaran (*Picturization*).

*Picturization* merupakan kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa, sehingga kontinuitasnya mengandung makna

tertentu. Dalam proses penggambaran ada gerakan – gerakan kamera tertentu yang dapat menghasilkan gambar sangat besar (big close up), gambar diambil dari jarak dekat (Close up), dan lain-lain. Perpindahan dari satu gambar ke gambar lainnya juga bermacam-macam, bisa secara menyamping (panning), dari atas kebawah atau sebaiknya (tilting), dan sebagainya.

#### **d. Pengaruh Tayangan Televisi**

Disadari atau tidak, tayangan televisi itu ibarat 2 bilah mata pisau yang tajam kedua sisinya artinya di sisi lain televisi memang memberikan manfaat yang positif bagi kemajuan perkembangan teknologi seiring dengan perkembangan suatu bangsa, tapi di sisi lainnya pula televisi juga memberikan manfaat yang negative bila tayangan televisi tidak mendapatkan proses filterisasi, apalagi dampak dan pengaruh negatif yang akan menimpa pada kekurangan psikologi jiwa anak.

#### **e. Program Tayangan Televisi**

Pengertian Program Televisi Kata “program” itu sendiri berasal dari bahasa Inggris programme atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk.

Dengan demikian pengertian program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiencenya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audience tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi.<sup>21</sup>

### 1. Sinetron

Sinetron merupakan istilah populer dari sinema elektronik. Sinetron adalah sandiwara bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi. Dalam bahasa Inggris, sinetron disebut *soap opera* (opera sabun). Dan dalam bahasa Spanyol, sinetron biasa disebut *telenovela*. Sebelum tayangan sinetron menjamur seperti saat ini, *telenovela* terlebih dahulu ditayangkan di stasiun televisi di Indonesia. Namun kini, *telenovela* tidak lagi ditayangkan dan Indonesia mempunyai tayangan sendiri yang merupakan hasil produksi dalam negeri, yaitu sinetron.<sup>22</sup>

### 2. Sinetron Damarwulan

Sinetron laga yang di siarkan oleh Indosiar. Sinetron dengan mengangkat legenda lama yang tentunya sudah sangat dikenal rakyat Indonesia. Indosiar mencoba menarik perhatian pemirsa lewat cerita yang menarik serta pemain-pemain yang lebih *fresh*. Sinetron yang tayang berdurasi dua jam yang tayang setiap hari senin sampai jumat di mulai pukul 20.00 WIB.

---

<sup>21</sup> [http. wordpress.com/2009/04/28/mengenal-program-televisi/](http://wordpress.com/2009/04/28/mengenal-program-televisi/) di akses pada 11 mei 2013

<sup>22</sup> Abdul Aziz Saefudin, *Republik Sinetron* ( Yogyakarta: Leutika, 2010 ), hlm. 22-23.

### 3. Indosiar

Indosiar adalah salah satu stasiun televisi swasta nasional di Indonesia. Stasiun televisi ini beroperasi dari Daan Mogot, Jakarta Barat. Indosiar awalnya didirikan dan dikuasai oleh PT. Prima Visualindo melalui PT. Indosiar Karya Media Tbk. (sebelumnya PT. Indovisual Citra Persada) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (dahulu Bursa Efek Jakarta). Pada 13 Mei 2011, mayoritas saham PT. Indosiar Karya Media Tbk. dibeli oleh PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk., pemilik SCTV (melalui SCM sebelum bergabung dengan IDKM) dan O Channel, menjadikan ketiga stasiun televisi berada dalam satu pengendalian.<sup>23</sup> Kini, stasiun televisi ini resmi dikuasai oleh SCM pasca bergabung dengan IDKM dan "bersaudara" dengan SCTV.

#### f. Pengertian Kekerasan

Kekerasan atau yang disebut Violence yang berarti kekuasaan atau berkuasa adalah prinsip dasar dalam hukum publik dan privat Romawi yang merupakan sebuah ekspresi baik yang dilakukan secara fisik ataupun secara verbal yang mencerminkan pada tindakan agresi dan penyerangan pada kebebasan atau martabat seseorang yang dapat dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang.<sup>24</sup> Umumnya berkaitan dengan kewenangannya yakni bila diterjemahkan secara bebas dapat

---

<sup>23</sup> <http://id.wikipedia.org/wiki/Indosiar>

<sup>24</sup> Santoso, Thomas. 2002. *Teori-teori Kekerasan*. Surabaya, Ghalia. hal 11

diartinya bahwa semua kewenangan tanpa mengindahkan keabsahan penggunaan atau tindakan kesewenang-wenangan.

### 1. Kekerasan Non Verbal

Kekerasan non verbal merupakan bentuk kekerasan melalui fisik yang mana pengaruhnya dapat terlihat secara langsung berupa tindakan fisik.

### 2. Kekerasan Verbal

Kekerasan verbal akan berpengaruh pada situasi perasaan tidak aman dan nyaman, menurunnnya harga diri serta martabat korban. Wujud konkret kekerasan atau pelanggaran jenis ini adalah penggunaan kata-kata kasar, penyalahgunaan kepercayaan, mempermalukan di depan orang lain, melontarkan ancaman dengan kata-kata dan sebagainya”.

### 3. Kekerasan di Media Massa

Kekerasan merupakan tindakan yang mampu mempengaruhi daya pikir dan pola perilaku seseorang. Melalui media televisi, kekerasan telah menjadi fenomena tersendiri. Fenomena kekerasan timbul melalui proses transfer nilai di mana ketika khalayak menyaksikannya, khalayak merasa terkesan karenanya.<sup>25</sup> Dalam Undang – undang Komisi Penyiaran Indonesia telah mengeluarkan Undang-Undang tentang Pelarangan adegan kekerasan yakni Pasal 24 ayat (1)

---

<sup>25</sup> Chen, Milton. 1996. *Anak-anak dan Televisi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.



yang berbunyi “*Program siaran dilarang menampilkan ungkapan kasar dan makian, baik secara verbal maupun nonverbal, yang mempunyai kecenderungan menghina atau merendahkan martabat manusia, memiliki makna jorok/ mesum/cabul/vulgar, dan/atau menghina agama dan Tuhan*”.

Melalui kesan-kesan tersebut kekerasan di mata khalayak seolah menjadi suatu hal yang biasa saja, dan justru menarik. Oleh karenanya, tidak mengherankan kekerasan dalam media televisi kerap kali ditampilkan secara berlebihan. Fenomena kekerasan dalam program televisi seolah telah menjadi bagian yang tak terpisahkan serta sangat menguntungkan, sehingga *rating* program yang cukup tinggi dapat diperoleh, dan keuntungan financial pun diraih. Istilah kekerasan digunakan untuk menggambarkan perilaku, baik yang terbuka (*overt*) atau tertutup (*covert*), dan baik yang bersifat menyerang (*offensive*) atau bertahan (*defensive*) yang disertai penggunaan kekuatan pada orang lain.

#### **g. Pengertian Perilaku Menyimpang**

Beberapa ahli berbeda-beda dalam memberikan pengertian tentang “perilaku menyimpang”. Perbedaan ini dikarenakan mereka berbeda-beeda dalam memberikan penekanan pada pengertian “perilaku menyimpang”

untuk mendapatkan pengertian yang lebih menyeluruh mengenai perilaku menyimpang, maka kami paparkan pendapat para ahlinya diantara :

Menurut Kartini Kartono, mengatakan bahwa deviasi atau perilaku menyimpang di artikan sebagai tingkah laku yang menyimpang dari tendensi sentral atau ciri-ciri karakteristik rata-rata dari rakyat kebanyakan atau populasi. Sedangkan menurut Imam Asy'ari menyatakan bahwa perilaku menyimpang itu dimaksudkan sebagai tingkah laku yang menyimpang dari kecenderungan umum atau ciri karakteristik rata-rata di masyarakat kebanyakan. Dari beberapa pendapat jelaslah bahwa yang di maksud dengan penyimpangan perilaku adalah tindakan atau perilaku tersebut menyimpang dari norma-norma dan nilai-nilai kebanyakan. Dari beberapa pendapat jelaslah bahwa yang dimaksud dengan perilaku menyimpang adalah suatu tindakan atau perilaku tersebut menyimpang dari norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat.

Dikatakan menyimpang perilaku dalam skripsi ini adalah perilaku menyimpang pada masyarakat di Kelurahan Geluran yang tak wajar atau sebagaimana mestinya. Perlakuan masyarakat tersebut sangatlah mempengaruhi jiwa dan perkembangannya, dan perilaku menyimpang tersebut sangatlah bertentangan atau tidak sesuai baik dipandang dari segi ajaran Islam, segi psikologis, maupun norma yang ada pada umumnya.

#### 1. Ciri-ciri Perilaku Menyimpang

Menurut Kartini Kartono bahwa ciri-ciri dari perilaku menyimpang itu dibedakan dengan tegas, yaitu :

- a) Aspek lahiriyah, yang bisa kita amati dengan jelas. Aspek ini bisa dibagi dalam dua kelompok, yakni berupa :
  - Perilaku menyimpang yang verbal dalam bentuk (lahiriyah) : kata-kata maki-makian, kata kotor tidak senonoh dan cabul, sumpah serapa atau dialek-dialek tidak senonoh.
  - Perilaku menyimpang dalam bentuk non verbal : yaitu semua tingkah laku yang non yang nyata kelihatan.
- b) Aspek-aspek simbolik yang tersembunyi. Khususnya mencakup sikap-sikap, emosi-emosi, sentimen-sentimen dan motivasi-motivasi yang mengembangkan tingkah laku menyimpang. Yaitu berupa mens-rea (pikiran yang paling tersembunyi) ; atau itikad di balik semua aksi-aksi kejahatan dan tingkah laku menyimpang.

## 2. Macam-macam penyimpangan dan lingkungannya

Perilaku menyimpang itu bisa tunggal, dan bisa jamak. Yang tunggal, seperti : kriminal saja atau pecandu narkoba atau peminum alkohol saja. Sedangkan yang jamak, seperti seorang Wanita Tuna Susila (WTS) sekaligus kriminal, penjudi juga pelacur dan pencuri, jadi ada beberapa tindakan yang dilakukan.

Perilaku menyimpang menurut Kartini Kartono (1992 : 15) dapat dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu :

- a) Individu-individu dengan tingkah laku yang menjadi “masalah” merugikan dan destruktif bagi orang lain, akan tetapi tidak merugikan diri sendiri
- b) Individu-individu dengan tingkah laku menyimpang yang menjadi “masalah” bagi diri sendiri, akan tetapi tidak merugikan orang lain.
- c) Individu-individu dengan tingkah laku menyimpang yang menjadi “masalah: bagi diri sendiri dan orang lain.

Dari ketiga aspek tersebut mencakup kehidupan emosi dan lingkungan sekitar yang mempunyai masalah.

### 3. Faktor Penyebab Perilaku Menyimpang

Pada dasarnya tingkah laku manusia itu terbentuk dari perpaduan antara tenaga dan individu itu sendiri, kedua tersebut dapat berpadu menjadi tingkah laku yang selaras dengan lingkungan, yaitu apabila tingkah laku yang terbentuk dapat diterima oleh individu yang bersangkutan. Sebaliknya perpaduan tenaga dan individu tersebut dapat menghasilkan tingkah laku yang tidak dapat diterima baik oleh lingkungannya maupun individu yang bersangkutan. Hal yang kedua ini menyebabkan munculnya kesulitan dalam kehidupan individu yang bersangkutan, ialah yang disebut tingkah laku yang salah atau menyimpang. Tindakan yang menyimpang tidak akan terjadi apabila orang-orang memiliki kecenderungan

untuk lebih mementingkan kaidah-kaidah yang dominan dan disertai kesadaran untuk melaksanakannya. Pudarnya kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap suatu norma akan menyebabkan masyarakat tersebut hidup dalam ketidakteraturan (anomie) dan dihadapkan pada berbagai masalah sosial.

## **B. KAJIAN TEORI**

### **1. Teori Jarum Suntik (Hypodermic Needle).**

Dampak (efek) komunikasi massa bisa dibagi dua: Efek yang bersifat umum dan efek khusus. Efek umum menyangkut efek dasar yang diperkirakan dapat terjadi akibat pesan-pesan yang disiarkan melalui media massa. Dapat disimpulkan bahwa terpaan media massa pada waktunya akan menimbulkan perubahan-perubahan yang mengejutkan. Efek khusus menyangkut efek yang diperkirakan akan timbul pada individu-individu dalam suatu massa audiens pada perilaku mereka, dalam menerima pesan-pesan media massa.

### **2. Konsep Teori Jarum Suntik (Hypodermic Needle).**

Teori yang populer pada sekitar tahun 1930-an ini mengatakan, pesan media berdampak pada orang secara langsung, bisa diukur, dan dampak itu bersifat segera (immediate) kepada khalayak. Jadi, dampaknya seperti peluru yang menghantam tubuh, atau seperti tubuh yang ditusuk jarum suntik. Model jarum suntik pada dasarnya adalah aliran satu tahap (one step flow).

Pendekatan ini sangat simplistik, karena mengasumsikan bahwa individu itu hanya bersikap pasif. Individu dianggap akan menyerap semua yang disodorkan media massa tanpa sikap kritis dan tanpa syarat. Padahal kenyataannya para individu membaca koran, mendengarkan siaran radio, dan menonton acara TV dengan cara yang berbeda. Bahkan para individu juga terekspos pada banyak media, sehingga yang diterima bukan cuma satu suara atau pesan tunggal.<sup>26</sup>

Model *Hypodermic Needle* tidak melihat adanya *variable-variable* antara yang bekerja diantara permulaan stimulus dan respons akhir yang diberikan oleh *mass audience*. Elihu Katz dalam bukunya, “The Diffusion of New Ideas and Practices” menunjukkan aspek-aspek yang menarik dari model *hypodermic needle* ini, yaitu:

- a. Media massa memiliki kekuatan yang luar biasa, sanggup menginjeksikan secara mendalam ide-ide ke dalam benak orang yang tidak berdaya.
- b. *Mass audience* dianggap seperti atom-atom yang terpisah satu sama lain, tidak saling berhubungan dan hanya berhubungan dengan media massa. Kalau individu-individu *mass audience* berpendapat sama tentang suatu persoalan karena mereka memperoleh pesan-pesan yang sama dari suatu media.

---

<sup>26</sup> Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung PT. Remaja Rosdakarya Offset.