

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi memiliki berbagai macam bentuk, salah satunya yaitu Komunikasi Massa. Terdapat berbagai macam pengertian dari komunikasi massa oleh para ahli. Komunikasi massa menurut Bittner yaitu penyampaian pesan yang dilakukan oleh media massa. Sedangkan, pengertian komunikasi massa menurut Gerbner yaitu sebuah komunikasi yang menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut kemudian didistribusikan oleh lembaga kepada khalayak umum dengan jadwal yang teratur, seperti harian, mingguan dan bulanan (Romli, 2016: 2).

Dari pengertian komunikasi massa yang disebutkan oleh para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan kepada khalayak luas melalui berbagai media massa, media massa yang umumnya digunakan dapat berupa media cetak, media elektronik maupun media online. Komunikasi massa memiliki beberapa tujuan diantaranya yaitu menyampaikan informasi, menyajikan konten yang menghibur, mengedukasi dan mempengaruhi opini publik (Dwi, 2023). Sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi massa memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat. Apabila penyampaian komunikasi tidak dilakukan dengan tepat maka komunikasi massa dapat berdampak negatif bagi khalayak.

2.2 Efek Komunikasi Massa

Efek dari komunikasi massa yaitu perubahan yang terjadi pada khalayak yang disebabkan oleh pesan-pesan yang disampaikan oleh media. Menurut Romli (2016) dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Massa terdapat 3 dimensi efek dari komunikasi massa yaitu: *Kognitif*, *Afektif* dan *Behavioral*

- **Efek Kognitif**

Efek ini terjadi apabila terdapat perubahan bagi pengetahuan, peningkatan kesadaran dan pemahaman khalayak. Dalam efek ini, media massa berperan

penting dalam membantu masyarakat untuk memahami informasi yang disampaikan serta mengembangkan keterampilan berpikir atau kognitif masyarakat. Efek kognitif yang terjadi dalam media massa memiliki dampak yang berkaitan dengan penyebaran informasi, pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan pada masyarakat.

- Efek Afektif

Komunikasi massa tidak hanya bertujuan untuk membuat khalayak mengetahui sebuah informasi, namun juga menginginkan khalayak untuk dapat ikut merasakan dan terlibat secara emosional dengan informasi yang diterima. Efek afektif terjadi ketika pesan yang disampaikan berhasil mempengaruhi perasaan, kesukaan atau ketidaksukaan khalayak, sehingga efek afektif berhubungan dengan aspek emosional seperti perasaan, penilaian, rangsangan emosional dan perubahan sikap.

- Efek Behavioral

Efek ini memiliki tingkat yang lebih tinggi daripada efek kognitif dan afektif karena dampak yang muncul tidak hanya mempengaruhi pengetahuan dan perasaan khalayak saja, tetapi juga mendorong untuk bertindak atau melakukan sesuatu. Efek media yang terjadi dapat berbeda pada setiap individu, informasi yang disampaikan dapat memberi manfaat positif, namun jika media gagal menyampaikan pesan dengan tepat, hal tersebut dapat memicu tindakan yang tidak diinginkan.

2.3 Pengertian Media Massa

Media massa merupakan sarana komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak ataupun masyarakat luas. Kata “massa” dalam media massa merujuk pada jumlah orang yang bisa dicapai oleh media tersebut. Santoso menyatakan bahwa media massa memiliki kelebihan dibandingkan dengan media lainnya, seperti kemampuan media massa dapat mengatasi kendala ruang dan waktu. Selain itu, media massa dapat

menyebarkan pesan secara serentak dan cepat kepada khalayak yang sangat luas dan beragam (Rifa'i dkk. 2023)

Media massa menurut Bungin yaitu alat komunikasi dan informasi yang menjangkau khalayak secara luas dan dapat diakses oleh masyarakat di berbagai tempat dan waktu, media massa biasanya dimanfaatkan untuk menyebarluaskan berita, komentar, opini dan beberapa konten lainnya kepada publik (Habibie, 2018). Dengan kemampuan menjangkau audiens dalam jumlah besar, media massa dapat memainkan peran yang cukup penting dalam membentuk opini publik dan menyediakan berbagai perspektif mengenai isu-isu yang sedang marak dibicarakan.

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, media massa berkembang dengan sangat pesat. Adanya platform baru dari media massa yang lebih interaktif dan responsif memberikan pengalaman baru bagi khalayak, seperti membangun koneksi dan interaksi bagi khalayak. Hal ini menjadikan media massa memiliki peranan penting dalam membentuk dinamika sosial dan budaya masyarakat.

2.4 Media Online Bentuk Dari Media Massa

Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, media massa di Indonesia turut mengalami perkembangan dengan menciptakan sebuah inovasi berupa media online. Media massa yang sebelumnya hanya terdiri dari media cetak dan media siaran, saat ini telah mengalami perkembangan seperti media online.

Media online adalah sebuah media komunikasi yang dapat diakses menggunakan internet. Menurut Ashadi Siregar, Media online merupakan sebuah media yang berbentuk telekomunikasi dan multimedia (Sugiyono & Hadi, 2020). Media online memiliki berbagai macam jenis diantaranya situs web, portal berita, televisi dan radio online dan email. Diantara berbagai jenis media online, situs berita merupakan salah satu yang paling diminati oleh masyarakat saat ini, kelebihan yang dimiliki oleh situs berita dibanding dengan

media lainnya yaitu menawarkan fitur interaktif berbasis teknologi online seperti notifikasi, kolom komentar, dan lainnya. Media online juga menjadi salah satu media pilihan masyarakat karena mampu menyajikan informasi yang cepat, akurat dan mudah di akses dimanapun hanya dengan menggunakan jaringan internet. Media online memiliki keunggulan serta ciri khas jika dibandingkan dengan media konvensional, seperti media cetak atau elektronik. Berikut merupakan beberapa karakteristik media online menurut Asep Syamsul M. Romli (Pamuji, 2019) :

- Multimedia : Media online mampu menyajikan informasi dengan menyatukan berbagai macam konten seperti teks, foto, video dan grafis secara bersamaan sehingga masyarakat dapat menikmati berita dan informasi yang lebih menarik.
- Aktualitas : Kemudahan dan kecepatan dalam menyajikan berita secara online membuat media online menjadi media yang bersifat aktual sehingga masyarakat dapat mengonsumsi berita secara *real-time*.
- Cepat : Setelah informasi atau konten dari media online diunggah, informasi dapat di akses oleh masyarakat secara luas dan dapat menjangkau audiens lebih banyak.
- Update : Pembaruan informasi pada media online dapat dilakukan sesegera mungkin baik dari segi isi maupun redaksional seperti memperbaiki kesalahan dalam mengetik ataupun ejaan, sehingga pengguna dapat mengonsumsi informasi terbaru tanpa menunggu lama.
- Kapasitas luas : Situs web memiliki kapasitas yang dapat menampung teks dalam jumlah yang sangat banyak, sehingga dapat menyajikan naskah secara rinci tanpa keterbatasan ruang.
- Fleksibilitas : Penulisan, pengeditan, penerbitan maupun pembaruan berita atau informasi bisa dilakukan kapan saja dan dimanapun.
- Luas : Media online dapat menjangkau audiens di berbagai penjuru dunia sehingga informasi yang disampaikan dapat diakses oleh masyarakat lintas negara.

- Interaktif : Media Online menyediakan fitur interaktif seperti kolom komentar dan ruang obrolan (*room chat*) yang memungkinkan bagi audiens untuk berinteraksi langsung dan membentuk komunikasi dua arah.
- Terdokumentasi : Informasi di media online tersimpan dalam bentuk arsip digital yang berfungsi sebagai “bank data”, selain itu terdapat fitur pencarian untuk memudahkan pengguna dalam menemukan informasi tertentu.
- Hyperlinked : Media online dapat menyajikan informasi yang terhubung langsung dengan sumber-sumber lain melalui hyperlink.

2.5 Terpaan Media

Terpaan media menurut Kasten, media tidak hanya diukur dari sejauh mana individu mengenali media massa, tetapi juga mencakup tingkat kesadaran, perhatian, penerimaan individu terhadap informasi yang disebarkan oleh media (Ihsan, 2016). Terpaan media mempengaruhi bagaimana seseorang menyerap, memproses dan terpengaruh oleh informasi yang diterima yang dapat berdampak pada pengetahuan, sikap atau perilaku mereka.

Pengertian media exposure menurut pendapat Larry Shore “*media exposure is more complicated than access, because it's deal not only with whether a person is actually range of the particular mass media, but also whether a person is actually expose to the message, exposeis hearing, seeing, reading or more generally experiencing with least a minimal amount of interest the media message*” (Aly dan Shabana, 2023). Terpaan Media atau media exposure akan terjadi apabila khalayak dapat menerima secara sungguh terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa.

Pengukuran terpaan media adalah proses untuk mengetahui sejauh mana individu atau kelompok terpapar pesan-pesan dari media massa dan seberapa besar pengaruh pesan yang diterima terhadap sikap, perilaku dan pemikiran

individu. Rosengren (dalam Rakhmat, 2009) terpaan media dapat diukur melalui dimensi-dimensi seperti berikut:

1. Frekuensi

Pengukuran frekuensi dilihat dari seberapa sering individu terkena paparan atau terlibat dengan pesan media dalam periode waktu tertentu. Pengukuran frekuensi mencakup seberapa sering seseorang menonton program televisis, mengakses berita secara online, dan mendengarkan radio.

2. Durasi

Pengukuran durasi dilakukan dengan melihat seberapa lama individu terlibat dan berinteraksi dengan media massa. Durasi dapat dihitung dari jumlah waktu yang dihabiskan oleh individu baik dalam hitungan jam ataupun menit saat mereka terlibat dengan informasi atau pesan dari media massa.

3. Atensi

Atensi dapat diukur melalui sejauh mana individu memberi perhatian dan tertarik terhadap informasi yang disampaikan oleh media massa.

2.6 Persepsi Bunuh Diri

Persepsi merupakan sebuah proses individu dalam menerima, mengorganisasi dan menafsirkan informasi atau pesan yang diterima melalui pancaindra untuk membentuk pemahaman dan makna tertentu. Menurut Davidoff, persepsi memungkinkan individu untuk memahami dan menyadari keadaan sekitarnya, persepsi dapat berasal dari lingkungan eksternal maupun kondisi internal diri sendiri. Persepsi ini berfungsi sebagai cara individu memproses dan menafsirkan berbagai rangsangan atau stimulus yang diterimanya. Meskipun beberapa individu mungkin menerima stimulus yang serupa, interpretasi mereka terhadap stimulus tersebut dapat berbeda-beda. Perbedaan ini terjadi karena setiap individu memiliki pengalaman hidup, kemampuan berpikir, dan kerangka acuan yang unik.

Bunuh diri adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk melukai dirinya sendiri dengan niat mengakhiri hidupnya. Peristiwa ini biasanya muncul karena adanya gangguan psikologi dari seseorang seperti depresi, bunuh diri akan dianggap menjadi suatu penyelesaian sebuah masalah yang sedang dihadapi oleh korban. Bunuh diri merujuk pada tindakan mengakhiri hidup sendiri karena keputusan yang dialami oleh seseorang dalam menghadapi masalah atau kesulitan yang terlalu berat untuk diatasi (Mukharromah, 2014)

Tindakan bunuh diri dimulai dengan adanya pemikiran pasif tentang bunuh diri sehingga bisa menyebabkan individu melakukan tindakan menghilangkan nyawanya sendiri. Pemikiran atau tingkat keparahan dari bunuh diri bervariasi, dimulai dari adanya ide bunuh diri, ancaman bunuh diri, percobaan bunuh diri hingga tindakan bunuh diri (*completed suicide*) (Zulaikha, 2018)

Terdapat teori *Three-Step Theory (3ST)* milik Klonsky dan May (2015) yang menjelaskan mengenai langkah-langkah sebelum terjadinya bunuh diri. Terdapat tiga tahapan yang dilalui oleh individu yang pada akhirnya memutuskan untuk melakukan bunuh diri. Tahap pertama yaitu pengembangan ide bunuh diri, pada tahap ini dimulai dari pengalaman rasa sakit dan penderitaan secara terus menerus yang dialami oleh individu sehingga memunculkan pemikiran dan dorongan untuk mengakhiri hidup. Tahap kedua yaitu dapat diukur melalui keterhubungan individu dengan lingkungan sekitarnya (orang terdekat, pekerjaan dan kehidupan sosial), apabila keterhubungan tersebut lemah maka individu akan memiliki ide bunuh diri yang kuat sehingga ide pasif berubah menjadi keinginan aktif. Tahap terakhir dalam teori ini yaitu peralihan ide bunuh diri menjadi tindakan bunuh diri, pemikiran bunuh diri yang sebelumnya hanya berupa ide berkembang menjadi tindakan nyata, hal tersebut dipengaruhi oleh pengalaman individu seperti rasa sakit, penderitaan emosional, kecemasan dan perasaan bahwa kematian merupakan satu satunya jalan keluar (Karisma & Fridari, 2021).

Persepsi bunuh diri dapat diartikan dengan cara individu dalam memahami, merasakan dan menanggapi sebuah perilaku bunuh diri. Persepsi ini mencerminkan pandangan seseorang terhadap bunuh diri sebagai sebuah fenomena, termasuk penyebab dan dampaknya. Persepsi bunuh diri dilihat dari sejauh mana individu menunjukkan pikiran, sikap atau keyakinan terhadap bunuh diri sebagai solusi dari sebuah permasalahan yang dihadapi oleh seseorang.

Persepsi negatif mengenai bunuh diri dapat memicu terjadinya perilaku bunuh diri, perilaku atau tindakan bunuh diri di mulai dengan munculnya sebuah ide bunuh diri sehingga alat ukur yang digunakan penelitian ini yaitu *suicide ideation scale*. *Suicide Ideation* atau ide bunuh diri menurut Rudd (1989) yaitu sebuah pikiran yang berawal dari pemikiran bunuh diri yang tertutup (*covert*) hingga pemikiran yang lebih terbuka dan intens (*overt*) yang berujung pada upaya bunuh diri yang sebenarnya. Ide bunuh diri dapat diukur menggunakan beberapa alat ukur salah satunya yaitu SIS (*Suicide Ideation Scale*) yang terdiri dari 10 item pertanyaan. SIS adalah alat penyaringan dan penilaian yang memberikan informasi penting tentang ada atau tidaknya pemikiran untuk bunuh diri, intensitas pemikiran tersebut, dan ada tidaknya pemikiran sebelumnya (Rudd, 1989).

Menurut Rudd (2011) terdapat 2 dimensi untuk mengukur ide bunuh diri, diantaranya:

1. Keinginan bunuh diri (*Suicidal Desire*), keinginan individu untuk mengakhiri hidupnya.
2. Rencana atau persiapan untuk bunuh diri (*Resolved Plans/Preparation*), riwayat percobaan bunuh diri, kepercayaan bahwa kehidupannya akan berakhir dengan bunuh diri, percaya bahwa masalah dapat terselesaikan ketika melakukan bunuh diri.

2.7 Dampak Berita Bunuh Diri Terhadap Perilaku Bunuh Diri

Saat ini media massa tidak hanya menyajikan berita melalui televisi radio maupun surat kabar namun juga melalui media online. Pemberitaan yang disebarkan melalui media online lebih cepat tersampaikan kepada masyarakat dan mudah diakses kapanpun dan dimanapun. Media online menyajikan berbagai macam berita salah satunya yaitu pemberitaan mengenai bunuh diri. Berita bunuh diri yang disajikan oleh media memiliki dampak bagi masyarakat. Meskipun berita bunuh diri yang disajikan oleh media pada umumnya bertujuan untuk memberikan edukasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai perilaku bunuh diri, namun tak sedikit juga pembaca yang menafsirkan pesan yang disampaikan secara berbeda.

Detail-detail spesifik dari pemberitaan bunuh diri di media massa dapat membentuk pola pikir individu untuk melakukan proses imitasi bahkan menjadikan pelaku bunuh diri sebagai role model ketika individu tersebut merasa bahwa masalah yang dihadapi adalah serupa dengan pelaku. Di Indonesia, penyiaran secara langsung kasus bunuh diri dinyatakan berdampak buruk terhadap kesehatan mental masyarakat. Hal tersebut diatur oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Bab VII Pasal 17 yang berisi bahwa media massa atau pers diawasi oleh elemen masyarakat, meskipun belum terdapat undang-undang pasti yang mengatur pedoman pemberitaan bunuh diri secara kompleks (Ratnasari, 2018).

2.8 Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and gratification* dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974. Teori ini muncul karena ketiga ilmuwan tersebut menyadari bahwa khalayak memiliki dorongan, baik dari faktor psikologis dan sosial, untuk secara aktif memilih apa yang ingin mereka peroleh dari sebuah terpaan media (Karunia, et al., 2021). Teori *Uses and Gratification* menyatakan bahwa khalayak merupakan pengguna aktif media yang memiliki kontrol atas bagaimana mereka menggunakan media dan

memproses informasi berdasarkan dengan kebutuhan mereka (Nabilla, et al., 2024).

Menurut Morissan teori uses and gratification memiliki gagasan bahwa setiap individu memiliki perbedaan faktor sosial dan psikologi sehingga khalayak dapat menanggapi, mencari dan menggunakan media secara berbeda juga. Audiens menggunakan media dengan tujuan yang jelas dan menunjukkan sifat aktif dan komunikatif (Zahrah, et al., 2022)

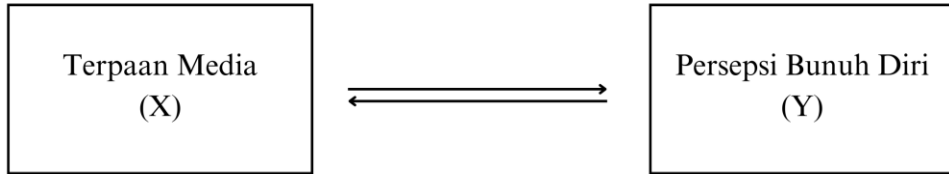
2.9 Teori Efek Terbatas (*Limited Effect Theory*) dan Teori Fenomenistik

Teori efek terbatas dikemukakan Lazarsfeld pada tahun 1945 sampai 1960. Menurut teori efek terbatas, media massa memiliki pengaruh yang lemah dan jarang memberikan dampak secara langsung terhadap individu yang mengonsumsinya, sehingga perubahan perilaku atau sikap pada individu yang terpapar media jarang terjadi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lazarsfeld dan Hovland, jarang sekali ditemukan bahwa media dapat mempengaruhi opini dan perilaku publik, pengaruh media kurang penting daripada faktor status sosial, pendidikan dan lainnya. Kekuatan media bukan terletak pada teknologi media itu sendiri melainkan pada bagaimana individu memberi ruang bagi media untuk mempengaruhi hidup dan sikap mereka (Baran, et al., 2010)

Teori efek terbatas juga diperkuat oleh Joseph Klapper pada teori fenomenistik tahun 1960 pada karyanya yang berjudul *The Effect of Mass Communication*. Teori fenomenistik menyatakan bahwa media bahkan media massa memiliki dampak yang lemah jika dibandingkan dengan faktor sosial dan psikologis yang dimiliki oleh individu seperti status sosial, sikap yang telah diyakini dengan kuat, *member group* (umur, tingkat pendidikan, identitas regional) dan faktor lainnya. Teori yang dikemukakan oleh Klapper juga sering disebut dengan teori penguatan (*reinforcement theory*) karena menurut teori ini media hanya memberi penguatan terhadap individu bukan merubah sikap dan perilaku yang diyakini (Baran & Davis, 2010)

2.10 Kerangka Konseptual

Sesuai dengan fokus pada penelitian ini, tujuan yang akan dicapai yaitu untuk mengetahui Hubungan pemberitaan bunuh diri di media detikcom dengan persepsi perilaku bunuh diri. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel X (Terpaan pemberitaan bunuh diri) dan variabel Y (Persepsi bunuh diri)



2.11 Operasional Variable

Tabel 2. 1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item
Terpaan Pemberitaan Bunuh Diri di media Detikcom- Variabel X	Frekuensi	Tingkat keseringan individu dalam mengakses pemberitaan bunuh diri di Detikcom
	Durasi	Seberapa lama individu mengakses, membaca dan mengonsumsi pemberitaan bunuh diri di Detikcom
	Atensi	Tingkat perhatian dan ketertarikan dalam mengonsumsi pesan pemberitaan bunuh diri di Detikcom
Persepsi Bunuh	<i>Suicidal desire</i>	Keinginan individu untuk

Diri - Variabel Y		mengakhiri hidupnya
	<i>Resolved plans/preparation</i>	Riwayat percobaan bunuh diri, kepercayaan bahwa kehidupannya akan berakhir dengan bunuh diri, percaya bahwa masalah dapat terselesaikan ketika melakukan bunuh diri.

2.12 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang digunakan untuk menjawab sebuah permasalahan yang kebenarannya harus diuji, Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka ideologis, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. H_0

Tidak ada hubungan pemberitaan bunuh diri di media Detikcom dengan persepsi bunuh diri pada mahasiswa Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang peminatan Jurnalistik 3.

b. H_1

Ada hubungan pemberitaan bunuh diri di media Detikcom dengan persepsi bunuh diri pada mahasiswa Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang peminatan Jurnalistik 3.

2.13 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Risma Amelia Widiyawati, Afif Kurniawan	Pengaruh Paparan Media Sosial terhadap Perilaku <i>Self-Harm</i> pada pengguna Media Sosial <i>Emerging Adulthood</i>	Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa: Terpaan atau paparan dari media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku <i>self-harm</i> di kalangan individu yang sedang berada pada masa <i>emerging adulthood</i> . Berdasarkan hasil uji korelasi menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Paparan dari media sosial memiliki kontribusi yang besar terhadap kecenderungan	Perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan yaitu obejek yang digunakan pada penelitian terdahulu menggunakan paparan media sosial sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan terpaan pemberitaan media online.

			imitasi perilaku <i>self harm</i> diantara sejumlah pengguna.	
2.	Atari Dian Pratiwi, Novia Adibatus Shofah	Bahasa Sensasional Dalam Membangun Wacana <i>Copycat Suicides</i> Pada Detikcom Daerah Edisi September-Oktober 2023	Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa: Dalam menyajikan informasi, Detikcom mengedepankan kecepatan dan menjadi hal paling terdepan sehingga tak jarang ditemukan melanggar aturan. Selain itu Detikcom juga menggunakan bahasa sensasional sehingga apabila dikonsumsi berlebihan dapat mendorong seseorang yang rentan mendapatkan ide bunuh diri atau meniru bunuh diri.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada metode penelitian dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan penelitian yang akan diteliti menggunakan metode kuantitatif.