

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah segala jenis ekspresi yang bertujuan untuk menjangkau sekelompok besar orang yang memiliki kesamaan atau perbedaan dalam beberapa hal. Berbagai bentuk media dapat digunakan untuk mendukung komunikasi massa. Media audiovisual, cetak, dan media luar ruang termasuk dalam kategori ini.

Cherry memberikan sejarah etimologis dari kata “komunikasi” sebagai berikut: Istilah "comminis" merujuk pada tindakan mendekatkan dua individu atau lebih.,’ merupakan asal kata dari bahasa Latin ‘communicatio’ (Cangara, 2017: 20). Sebagai makhluk sosial dan komunikatif, manusia mendiami lingkungan yang kaya akan simbol-simbol, baik yang alami maupun buatan manusia. Bentuk komunikasi verbal dan nonverbal adalah dua definisi yang paling luas dari istilah tersebut. Cangara (2017) menyatakan bahwa meskipun penggunaan bahasa merupakan komponen dari komunikasi verbal, Ada perbedaan antara bahasa tertulis dan komunikasi nonverbal, yang memiliki berbagai nama.

Komunikasi massa terutama dikaitkan dengan proses atau teori, menurut Jay Back dan Frederick dalam (Nurudin, 2017:5), meskipun dapat juga dicirikan sebagai pesan yang disampaikan kepada banyak orang melalui media massa. Ketika sejumlah besar pesan ditransmisikan ke sejumlah besar individu yang beragam dan anonim, proses ini disebut komunikasi massa.

2.1.1 Komponen Komunikasi Massa

Adapun beberapa kategori yang menjadi komponen utama pada komunikasi massa yaitu sumber (komunikator), pesan (isi), khalayak (audience), saluran atau media (yang menanggapi), gatekeeper dan efek (Nurudin, 2017: 96).

1. Sumber (Komunikator)

Sumber komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai organisasi, badan, atau organisasi yang menerbitkan surat kabar, majalah, saluran televisi, radio, dan sebagainya.

2. Pesan (Isi)

Pesan yang dipublikasikan ke masyarakat lewat media massa disebut pesan komunikasi massa. Media bisa menyajikan informasi dalam skala besar dan mencapai audiensi yang sangat luas.

3. Khalayak (Audience)

Masyarakat umum adalah penerima pesan yang disebarkan melalui berbagai bentuk komunikasi massa.

4. Media atau Saluran

Pesan yang ditujukan untuk khalayak luas dapat disebarluaskan melalui berbagai media massa. dan Surat kabar, majalah, dan media cetak lainnya, serta sumber daya daring seperti media sosial dan radio, digunakan.

5. Gatekeeper

Komunikasi media dapat disaring oleh penjaga gerbang. Reporter, editor, copy editor, dll., termasuk dalam kategori ini.

6. Efek

Efek komunikasi massa menggambarkan pengaruh atau hasil yang dialami pengguna sebagai konsekuensi dari menelan informasi melalui media massa. Dampak ini berkaitan dengan bagaimana khalayak berubah karena pesan atau informasi yang tersebar melalui media massa.

2.1.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Menurut (Nurudin 2017:19), ada ciri-ciri tertentu yang dimiliki oleh semua bentuk komunikasi massa:

1. **Komunikasikan di media massa yang bersifat heterogen**
Khalayak televisi beragam dalam hal tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, status sosial dan ekonomi, agama, dan kepercayaan, tetapi mereka adalah komunikan.
2. **Komunikasi massa menciptakan kekompakan**
Karena komunikasi massa terjadi secara bersamaan sepanjang proses penyampaian pesan, masyarakat luas dapat mengalami media massa sekaligus.
3. **Pesan yang bersifat umum**
Karena sifatnya yang mudah diakses, komunikasi massa tidak terbatas pada demografi tertentu. Meskipun tidak semua fakta atau kejadian yang terjadi di dunia ini dapat dilaporkan di media, komunikasi massa mencakup fakta, kejadian, dan pandangan umum. Pesan media haruslah signifikan dan menarik agar efektif.
4. **Komunikasi massa satu arah**
Komunikasi massa memiliki aspek positif dan negatif. Alasannya adalah karena ketika orang berkomunikasi melalui media massa, komunikasi tersebut selalu berlangsung satu arah. Baik komunikator maupun komunikan tidak dapat melakukan percakapan dua arah.
5. **Komunikasi mengutamakan isi daripada hubungan**
Faktor konten dan relasional membentuk prinsip-prinsip komunikasi. Substansi dari sebuah komunikasi, termasuk kata-kata dan tindakan, ditunjukkan oleh aspek konten. Gaya penyampaian dan sifat hubungan para peserta satu sama lain ditunjukkan oleh komponen relasional komunikasi.

2.1.3 Pengaruh dan Efek Komunikasi Massa

Seperti yang dinyatakan oleh Keith dan John (Nurudin, 2017: 206), pengaruh dan dampak komunikasi massa antara lain:

1. Efek kognitif, mengubah tingkat kesadaran, pemahaman, dan pengetahuan seseorang. Efek ini melibatkan perubahan pengetahuan, keyakinan dan juga informasi.
2. Efek afektif, merupakan efek yang terjadi dengan perubahan emosi, berupa apa yang disukai, dan apa yang tidak disukai.
3. Efek perilaku, merupakan perubahan perilaku, tindakan, dan juga aktivitas.

2.2 Media Massa

Menurut Nuruddin (2017: 30), media massa adalah Media yang digunakan pembicara untuk menyampaikan gagasannya kepada pendengar. Sebaliknya, media massa dapat menyebarkan pengetahuan dalam jumlah yang tidak terbatas dan menjangkau khalayak yang banyak dengan cepat (Nurudin, 2017: 30).

Pengelolaan media massa tidak dilakukan oleh individu melainkan oleh organisasi, karena media massa merupakan media yang bersifat institusional. Karena tidak mungkin untuk mengetahui reaksi publik dengan segera. Hasilnya adalah hanya ada satu arah komunikasi: dari komunikator ke komunikan.

Pada saat yang sama, media bertujuan untuk massa. Televisi, radio, surat kabar, dan bentuk-bentuk komunikasi massa lainnya juga menggunakan instrumen mekanis dan teknologi. Di antara banyak peran media, seperti yang diuraikan oleh Denis McQuail (1987), adalah mendukung dan mendorong pertumbuhan sektor-sektor terkait serta sektor-sektor yang secara langsung menghasilkan produk dan jasa. Selain itu, media memfasilitasi kegiatan komunal yang berkontribusi pada pertumbuhan budaya, standar, gaya, cara hidup, persepsi sosial dan individu, dan bertindak sebagai alat untuk kontrol sosial, manajemen, dan inovasi (Nurudin, 2017: 34).

2.2.1 Jenis-jenis Media Massa

1. Media Cetak

Lembaran kertas dengan sejumlah teks, gambar, atau foto berwarna yang telah ditentukan sebelumnya, bersama dengan halaman kosong,

membentuk media cetak, yang sering dianggap sebagai media statis yang mentransmisikan informasi. Berita dan hiburan adalah dua tujuan utama media cetak. Media cetak juga berperan sebagai catatan peristiwa yang direkam oleh jurnalis dan ditransformasikan ke dalam berbagai bentuk konten tertulis dan visual.

2. Media Elektronik

Segala jenis komunikasi massa yang menggunakan teknologi mekanik atau elektrik disebut media elektronik. Salah satu jenis media elektronik adalah internet, yang juga mencakup radio dan televisi.

1. Televisi

Televisi menonjol di antara bentuk-bentuk media audiovisual lainnya sebagai jenis media massa yang paling banyak dikonsumsi. Para pengiklan menyukai televisi karena dekat dengan pemirsa dan mengandung unsur audiovisual; akibatnya, siaran komersial di televisi menghasilkan banyak uang.

2. Radio

Radio adalah alat untuk berkomunikasi melalui suara. Orang yang mendengarkan radio cenderung berpikiran terbuka, dan acaranya sering kali menyertakan nomor musik dan efek suara untuk menyampaikan maksud mereka.

3. Media digital online

Perkembangan internet-sebuah platform yang menjembatani kesenjangan antara manusia, ide, dan informasi-menyebabkan kebangkitan media. Kecepatan, interaktivitas, dan kemampuan multimedia dari media komunikasi internet adalah manfaat utamanya. Ada banyak pilihan yang tersedia bagi mereka yang memanfaatkan internet untuk memenuhi kebutuhan mereka. Orang dapat menikmati berbagai macam media melalui Internet, termasuk buku, majalah, jurnal, dan surat kabar dalam bentuk digital, serta musik, televisi, radio, dan film.

2.2.2 Fungsi Media Massa

Menurut Alexis S. Tan (1981), fungsi media massa adalah sebagai berikut (Nurudin, 2017:66):

1. Fungsi Informasi

Penyebaran informasi kepada publik difasilitasi oleh media massa. Akibatnya, laporan berita yang mencakup banyak topik, seperti politik, ekonomi, dan banyak lagi, disebarkan oleh media dan bukan oleh institusi pendidikan. Buku-buku sejarah adalah contoh media cetak, sedangkan film dokumenter adalah contoh media elektronik.

2. Fungsi Pendidikan

Ada banyak sekali konten instruksional tertulis dan tidak tertulis yang disajikan oleh media. Tujuan ini dapat disajikan melalui drama, cerita, esai, dan percakapan. Visualisasi, bukan ekspresi langsung, digunakan untuk menyampaikan cita-cita pendidikan.

3. Fungsi Memengaruhi

Publikasi seperti iklan dan artikel dapat digunakan untuk tujuan persuasi. Memotivasi, mengajak, atau mendiskusikan hasil yang diinginkan dengan masyarakat umum akan berdampak pada tindakan mereka.

2.3 Kekerasan Dalam Media

Kekerasan didefinisikan sebagai setiap tindakan yang dapat merusak aspek penting dari kehidupan seseorang. Kerusakan ini dapat fatal atau hanya meninggalkan goresan. Kekerasan telah menjadi hal biasa di media kita. Kebiasaan tersebut muncul karena perasaan terpesona yang muncul saat melihat adegan kekerasan. Kekerasan memang dapat menyenangkan orang yang menyaksikannya.

Kekerasan ditampilkan dengan berlebihan di media elektronik. Di dalamnya, penonton sering kesulitan membedakan antara rekayasa teknologi dan realitas. Sebaliknya, adegan mana yang manusiawi dan mana yang "bohongan" (Kurniasari, 2009).

Kekerasan sulit untuk dihilangkan. Kekerasan membangkitkan perasaan campur aduk, kekaguman dan rasa jijik. Meskipun ada unsur kekerasan, rasa keindahan tetap terbangkitkan. Kecemasan, euforia, dan agresivitas semuanya saling berhubungan terbalik. Keduanya merupakan hasil dari yang pertama. Gaya kekerasan ini adalah penghasil uang bagi bisnis media. Kekerasan dalam film dan iklan adalah penghasil uang, menarik banyak penonton dan membuat para produser senang. Tayangan kekerasan yang menghasilkan kenikmatan jelas mengabaikan faktor-faktor lain, seperti pendidikan dan dampak trauma yang disebabkan. (Kurniasari, 2009).

2.3.1 Tipe-tipe Kekerasan di dalam Media

1. Kekerasan riil (dokumen)

Kekerasan dalam film adalah nama lain dari kekerasan yang sesungguhnya (Haryatmoko, 2007: 126). Kebrutalan ini dilihat oleh pemirsa sebagai sesuatu yang nyata. Program yang menggambarkan peristiwa kekerasan atau bermuatan sosial, seperti pembunuhan atau perkelahian, berpotensi membangkitkan emosi yang kuat pada pemirsa. Emosi seperti kesedihan, kemarahan, atau empati yang mendalam adalah konsekuensi sampingan yang mungkin terjadi dari serangan semacam ini. Jenis kekerasan grafis ini mungkin memiliki efek yang baik bagi pemirsa karena membuat mereka merasa kasihan pada korban. Pemirsa mungkin akan terdorong untuk berpikir tentang isu-isu di luar diri mereka sendiri oleh media yang mengandung kekerasan.

2. Kekerasan fiktif

Ada banyak kekerasan seperti ini di TV. Salah satu contohnya adalah kemiripan antara konflik kehidupan nyata dan film laga. Mereka yang melihat hal-hal seperti itu mungkin mengalami trauma dan bertindak agresif sebagai akibatnya. Ada rekayasa teknis dan “penipuan” dalam tayangan ini. Meskipun olahraga kekerasan seperti tinju dan karate memiliki dampak pada jiwa penonton, namun hal ini memiliki dampak yang jauh lebih besar.

3. Kekerasan simulasi

Tingkat pertumpahan darah ini terlihat dalam video game online dan offline. Ketika seorang pemain dalam video game menggunakan senjata mesin untuk menghabisi gerombolan musuh, itulah salah satu contohnya. Peristiwa semacam itu, alih-alih menakutkan, justru menambah keseruan dan kenikmatan permainan.

2.4 Kekerasan Politik

Kekerasan yang digunakan untuk mencapai tujuan politik dikenal sebagai kekerasan politik. Jenis kekerasan ini dapat meliputi kekerasan yang dilakukan oleh sebuah negara terhadap negara lain (perang), kekerasan yang dilakukan oleh negara terhadap warga sipil dan aktor non-negara (penculikan, pembunuhan terarah, penyiksaan, kekerasan etnis, pembersihan, atau genosida), serta kekerasan yang digunakan oleh negara terhadap warga sipil dan aktor non-negara. Kegagalan pemerintah untuk bertindak, seperti menolak untuk meringankan kelaparan atau menolak sumber daya untuk kelompok politik tertentu di wilayah mereka, juga dapat dianggap sebagai kekerasan politik.

Kekerasan politik sering kali mengambil bentuk perang asimetris karena ketidakseimbangan kekuasaan antara aktor negara dan non-negara. Ini berarti bahwa tidak ada pihak yang dapat menyerang pihak lain secara langsung, dan taktik seperti terorisme dan perang gerilya sering digunakan. Serangan ini biasanya ditargetkan pada sasaran non-tempur atau sipil. Orang-orang mungkin menjadi sasaran secara kolektif berdasarkan persepsi bahwa mereka termasuk dalam kelompok sosial, etnis, agama, atau politik tertentu, atau secara pribadi menargetkan individu tertentu karena tindakan yang dianggap menantang atau membantu lawan mereka.

Kekerasan politik mencakup berbagai bentuk, mulai dari unjuk rasa atau protes individu atau kelompok hingga pemberontakan spontan dan sporadis, pemberontakan yang terencana dan berlanjut, kudeta, insurjensi, hingga revolusi. Perang saudara atau perang dalam negeri, yang kadang-kadang melibatkan

kekuatan-kekuatan luar, juga termasuk dalam kategori ini. Dalam konteks kekerasan politik, ini juga mencakup penggunaan atau ancaman pemerintah untuk menggunakan kekerasan terhadap rakyatnya atau sebagian dari rakyatnya sendiri.

Dalam konteks pemberitaan menjelang Pemilu 2024, kekerasan politik yang dilaporkan di Kompas.com dapat dikategorikan menjadi beberapa tema utama. Setiap kategori menggambarkan bentuk dan sifat kekerasan politik yang dilaporkan dalam media, yang mencerminkan ketegangan politik yang ada serta dampaknya terhadap proses pemilu.

1. Kekerasan Fisik

Kekerasan fisik adalah bentuk kekerasan yang paling terlihat dan sering kali menjadi sorotan dalam pemberitaan. Jenis kekerasan ini melibatkan serangan langsung terhadap individu yang terlibat dalam proses politik, seperti kandidat, relawan kampanye, atau pendukung kelompok politik tertentu. Kekerasan fisik umumnya terjadi dalam bentuk pemukulan, serangan, atau perusakan properti.

Salah satu contoh nyata dari kekerasan fisik ini adalah insiden penganiayaan terhadap relawan pasangan calon presiden Ganjar-Mahfud oleh anggota TNI di Boyolali. Dalam artikel Kompas.com berjudul "Oknum TNI Aniaya Relawan Ganjar, KSAD: Ada Aksi, Ada Reaksi" yang diterbitkan pada 5 Januari 2024, dijelaskan bagaimana beberapa relawan mengalami kekerasan fisik saat menjalankan kampanye di lapangan. Insiden ini mendapat kecaman keras dari berbagai tokoh politik dan organisasi masyarakat yang mengancam penggunaan kekerasan fisik sebagai alat intimidasi politik.

Kekerasan fisik memiliki dampak langsung pada psikologis korban dan pendukung mereka, serta berpotensi memperburuk ketegangan politik di lapangan. Kejadian seperti ini sering menjadi perhatian utama media karena sifatnya yang sensitif dan potensinya untuk memicu aksi balasan dari pihak lain.

2. Kekerasan Non Fisik (Psikologis)

Ancaman dan intimidasi merupakan bentuk kekerasan politik yang sering dilakukan secara tidak langsung, namun tetap mampu menimbulkan rasa takut atau kecemasan di kalangan targetnya. Ancaman ini bisa ditujukan kepada kandidat, pemilih, atau kelompok politik tertentu, dengan tujuan mempengaruhi pilihan mereka atau menghalangi partisipasi mereka dalam proses pemilu.

Ancaman dapat disampaikan melalui berbagai media, seperti media sosial, pesan teks, atau dengan kehadiran fisik di lokasi kampanye. Contoh ancaman ini bisa berupa pesan ancaman pembunuhan yang diterima oleh seorang kandidat atau ancaman kekerasan terhadap pemilih di wilayah yang merupakan basis politik lawan. Dalam banyak situasi, ancaman dan intimidasi dilakukan oleh kelompok pendukung yang ingin menghalangi kandidat lawan memperoleh dukungan besar di suatu daerah.

Meskipun ancaman dan intimidasi tidak selalu berakhir dengan kekerasan fisik, tindakan ini tetap merupakan bentuk kekerasan yang serius karena dapat membatasi kebebasan individu dalam berpartisipasi dalam politik. Intimidasi politik dapat menurunkan tingkat partisipasi pemilih dan mendorong mereka untuk membuat keputusan berdasarkan rasa takut, bukan atas dasar pilihan yang rasional.

Pesan kekerasan psikologis bertujuan untuk menciptakan trauma atau stres mental pada individu atau kelompok tertentu. Ini bisa terjadi melalui penggunaan ancaman atau ketakutan yang terus-menerus, yang menyebabkan penerima pesan merasa terancam atau tertekan. Kekerasan psikologis sering kali digunakan dalam konteks manipulasi emosional, di mana pesan-pesan tersebut menciptakan ketidakamanan atau kecemasan untuk mempengaruhi keputusan atau perilaku audiens.

Contoh:

1. Mengancam untuk merusak kehidupan pribadi atau karier seseorang jika mereka tidak mengikuti kehendak pengirim pesan.
2. Penyebaran propaganda yang menimbulkan rasa takut yang berlebihan terhadap musuh politik, seperti kampanye yang berfokus pada ketakutan terhadap ancaman yang tidak jelas.

3. Kekerasan Simbolis

Kekerasan simbolis mengacu pada penggunaan simbol, gambar, atau retorika untuk merendahkan atau menyerang lawan politik tanpa melibatkan kekerasan fisik secara langsung. Dapat dilihat sebagai bentuk penghancuran simbol yang memiliki nilai atau makna tertentu dalam politik. Meskipun tidak melibatkan kekerasan fisik langsung terhadap individu, tindakan semacam ini tetap memiliki dampak yang kuat dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pihak-pihak yang terlibat. Pembakaran bendera atau poster merupakan penyampaian pesan melalui simbol yang berusaha mengekspresikan penolakan atau perlawanan terhadap sesuatu yang diwakili oleh simbol tersebut.

Bendera partai atau poster calon memiliki makna simbolik yang kuat. Bendera partai politik adalah simbol identitas dan ideologi politik tertentu, sementara poster calon mencerminkan identitas dan citra seorang calon pemimpin. Ketika simbol-simbol ini dibakar atau dihancurkan, ini menjadi bentuk ekspresi simbolis yang secara langsung menyerang citra atau identitas partai atau calon tersebut.

Contoh:

1. Pembakaran bendera partai politik tertentu selama kampanye politik atau protes terhadap kebijakan partai tersebut. Tindakan ini sering kali dilakukan oleh kelompok yang merasa bahwa kebijakan atau calon dari partai tersebut merugikan mereka. Pembakaran bendera dalam hal ini bukan hanya sebuah tindakan fisik, tetapi juga pesan simbolis yang

mengkomunikasikan perlawanan terhadap ideologi atau kepemimpinan yang diwakili oleh bendera tersebut.

Pembakaran bendera atau poster juga berfungsi untuk menghina atau mendiskreditkan pihak yang diwakili oleh simbol tersebut. Dalam hal ini, kekerasan simbolis terjadi ketika simbol yang biasanya dihormati atau dianggap sakral (seperti bendera atau gambar calon pemimpin) dihancurkan atau dihina untuk menurunkan kredibilitas atau martabat pihak tersebut di mata publik.

Contoh:

1. Pembakaran poster calon presiden atau anggota legislatif oleh kelompok oposisi sebagai bentuk protes terhadap calon tersebut. Tindakan ini bertujuan untuk merusak citra calon yang diwakili oleh gambar atau poster tersebut, dengan harapan untuk mengurangi dukungan publik terhadap mereka. Ini adalah bentuk kekerasan simbolis yang berfungsi untuk menurunkan status atau citra dari individu atau kelompok politik yang terkait.

2.5 Pemilihan Umum 2024

Untuk masa jabatan lima tahun yang dimulai pada tahun 2024 dan berakhir pada tahun 2029, rakyat Indonesia akan pergi ke tempat pemungutan suara dalam apa yang secara resmi dikenal sebagai Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024 (Pilpres 2024). Pada tanggal 14 Februari 2024, pemilihan ini dilakukan di seluruh Indonesia secara serentak. Presiden petahana, Joko Widodo, tidak dapat bersaing untuk dipilih kembali karena telah menjabat dua periode penuh; oleh karena itu, tujuan utama pemilihan ini adalah untuk memilih penggantinya.

Sejak tahun 2014, dua kandidat telah mendominasi pemilihan presiden Indonesia: Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa, yang didukung oleh partai-partai yang mendukung pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono, dan Joko Widodo dan Jusuf Kalla, yang didukung oleh pihak oposisi. Dengan 55,5% suara, Joko Widodo-yang berkampanye melawan Prabowo pada tahun 2014 dan 2019-memenangkan

kursi kepresidenan. Namun, hanya ada satu pesaing dalam pemilu kali ini, tidak seperti pada tahun 2004 dan 2009.

Pemilih di Indonesia memilih kepala negara baru setiap lima tahun. Presiden Joko Widodo dan pendahulunya, Susilo Bambang Yudhoyono, dilarang mencalonkan diri sebagai presiden pada tahun 2024 berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945. Oleh karena itu, Indonesia akan menyelenggarakan pemilihan umum untuk memilih wakil rakyat dan kepala negara untuk masa jabatan 2024–2029 pada tanggal 20 Oktober 2024, tepat sebelum pergantian pemerintahan.

Joko Widodo dan Ma'ruf Amin terpilih kembali menjadi presiden dan wakil presiden pada pemilu sebelumnya. Setelah berdamai dengan Prabowo Subianto pada bulan Juli 2019, Joko Widodo mengangkat Prabowo Subianto sebagai menteri pertahanan, mengakhiri perseteruan politik mereka dan memicu dinamika politik baru ketika Gerindra dan PAN bergabung dengan Koalisi Indonesia Maju.

Jadwal pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden diatur dalam Pasal 6A dan 22E Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Dua putaran pemungutan suara akan diadakan untuk pemilihan presiden dan wakil presiden di Indonesia jika tidak ada pasangan calon yang memperoleh 50% suara secara keseluruhan, dengan 20% atau lebih tersebar di lebih dari 50% provinsi. Hanya ada dua putaran pemilihan umum yang pernah dilakukan di Indonesia, yaitu pemilihan presiden dan wakil presiden pada tahun 2004.

2.6 Analisis Isi

Analisis isi adalah teknik untuk menguraikan materi tertulis. Lebih jauh, analisis konten adalah metode investigasi yang berupaya mengkarakterisasi teks secara statistik dan objektif. Analisis semacam ini disebut semantik kuantitatif oleh H. D. Laswell. Peneliti dapat memperoleh wawasan berharga tentang masyarakat melalui analisis media populer seperti surat kabar, terbitan berkala, acara televisi, dan musik. Analisis konten tidak tertarik pada individu semata, tetapi pada pesan yang disampaikan orang ke dunia. Metode ini paling sering digunakan dalam

bidang ilmu politik, jurnalisme, dan psikologi sosial. Aspek budaya dan laju perubahan budaya juga dapat dipelajari menggunakan analisis konten. Dan sosiolog menggunakannya sebagai cara tidak langsung untuk mengetahui bagaimana individu melihat kelompok sosial yang berbeda. Penggambaran wanita dalam iklan atau orang Afrika-Amerika di televisi akan menjadi salah satu bidang yang dapat mereka cermati.

Bidang ilmu komunikasi mengandalkan analisis konten sebagai salah satu alat utamanya. Penelitian yang meneliti materi media (termasuk media cetak, siaran, dan daring) memanfaatkannya. Peneliti dapat menyelidiki deskripsi materi, kualitas pesan, dan pola dalam perkembangan melalui analisis konten. Penelitian di bidang komunikasi yang menggunakan pendekatan analisis konten mencakup karya Benoit. Fokus mereka adalah pada liputan New York Times tentang pemilihan presiden AS tahun 2016. Apakah surat kabar lebih banyak memberitakan tentang sifat kandidat, kebijakan, skandal, karakter kandidat, atau informasi pemilih.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan isi dari teks yang diwakili oleh lambang dikenal sebagai pendekatan analisis isi. Koran, berita radio, berita televisi, dan berbagai jenis materi lainnya dapat memperoleh manfaat dari proses analisis konten ini. Komputer, selain tenaga manusia, kini dapat membantu dalam proses penelitian analisis konten menggunakan dua jenis program yang sering disebut sebagai alat bantu generik: penghitungan kata dan kamus yang diberi tag. Secara tidak langsung menggambarkan dan memahami perilaku manusia, analisis konten dapat digunakan untuk berbagai karya sastra dan bahasa, termasuk tetapi tidak terbatas pada: buku teks sekolah, esai, novel, cerita pendek, drama, terbitan berkala, artikel, pidato, manual, dan berita media massa. Dimungkinkan untuk mengevaluasi dan menganalisis konten komunikasi apa pun karena konten tersebut sering kali mengungkapkan keyakinan, sikap, nilai, dan perspektif individu atau kelompok.

Analisis isi adalah penelitian ilmiah tentang isi komunikasi. Secara teknis, analisis isi mencakup hal-hal berikut: (1) mengorganisasikan simbol atau lambang yang digunakan dalam komunikasi, (2) menggunakan tolok ukur sebagai dasar

untuk mengorganisasikan, dan (3) menggunakan teknik analisis sebagai alat untuk membuat prediksi. Pada dasarnya, analisis isi adalah metode sistematis untuk mengurai isi dan mengolah pesan. Selain itu, analisis isi dapat dipandang sebagai alat untuk mengamati variasi dalam komunikasi.

Sejarah analisis konten sangat luas. Penggunaan analisis konten sudah ada sejak empat ribu tahun lalu, tepatnya pada zaman Romawi kuno, menurut Neuendorf. Analisis konten merupakan bagian dari teori retorika Aristoteles, yang menyiratkan bahwa pesan dibentuk dan dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan dan konteks pendengar. Krippendorff menunjukkan bahwa analisis konten pertama kali digunakan pada abad ke-18 di Swedia, terkait kontroversi seputar koleksi populer yang disebut "lagu Sion" yang berisi 90 lagu yang tidak terpengaruh oleh negara.

Analisis isi berlandaskan pada premis bahwa studi tentang proses komunikasi dan isi membentuk dasar ilmu sosial. Melalui komunikasi di berbagai lembaga sosial, sikap dan perilaku dibentuk, dikembangkan, dan diwariskan dari generasi ke generasi, terutama melalui komunikasi lisan. Nilai-nilai budaya juga diwariskan dari generasi ke generasi. Lebih jauh lagi, komunikasi verbal yang produktif yang didasarkan pada pemahaman bersama tentang situasi dan kondisi membantu meredakan pertikaian sosial dan politik.

Meskipun analisis isi memanfaatkan bahan yang tersedia, penelitian juga dapat mengumpulkan data sendiri. Oleh karena itu, angket terbuka dapat digunakan pada kelompok siswa untuk mengumpulkan informasi tentang perasaan, pandangan, dan sikap mereka terhadap kurikulum yang baru dikenalkan. Selanjutnya, peneliti akan menganalisis tanggapan siswa.

Analisis isi juga dapat dilihat sebagai alat untuk mengamati dan mengurai tindak komunikasi yang terbuka dari komunikator tertentu. Pada dasarnya, analisis isi adalah teknik yang sistematis untuk mengurai dan mengolah pesan.

Untuk membuat fenomena isi komunikasi menjadi fenomena sosial yang dapat dibaca secara umum, analisis isi membutuhkan peneliti yang memiliki dan dapat memanfaatkan kekuatan analisisnya. Sekarang kita tahu bahwa makna dan

interaksi lambang sangat berbeda, yang memungkinkan berbagai interpretasi untuk objek yang berupa lambang atau simbol kebahasaan. Oleh karena itu, kredibilitas peneliti termasuk keberadaan peneliti sebagai instrumen dalam pengumpulan data sangat penting dalam analisis isi, terutama analisis isi kualitatif. Sangat penting bagi peneliti untuk memahami kultur yang membentuk konteks komunikasi.

Analisis isi membantu menjelaskan kecenderungan isi komunikasi, baik tulis maupun lisan, yang disajikan pada media cetak atau elektronik. Misalnya, penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana tokoh-tokoh pemerintah berinteraksi dengan media massa. Dengan cara submisif atau agresif, mereka cenderung mengalah. Apakah pemberitaan media tentang konflik politik bersifat imparial atau partisan? Selain itu, penelitian tentang perbedaan makna cantik di tahun 1980-an dan 2000-an dilakukan dengan membandingkan model iklan dari tahun 1980-an dan 2000-an, antara lain dengan melihat rambut model iklan keriting, ikal, lurus, panjang, dan pendek, kuning, kecoklatan, sawo, putih, atau hitam

Seperti yang disebutkan sebelumnya, sebagian besar pengetahuan yang kita ketahui tidak diperoleh melalui komunikasi langsung; sebaliknya, sumber informasi seperti buku, koran, dan karya manusia lainnya adalah sumbernya. Salah satu keuntungan terbesar dari analisis isi adalah kerendahhatiannya. Karena kehadiran peneliti tidak mempengaruhi isi yang dianalisis, peneliti dapat "mengamati" tanpa "diamati". Analisis buku, teks berita, atau alat komunikasi lainnya dapat memperoleh informasi yang mungkin sulit, bahkan mustahil, untuk diperoleh melalui pengamatan langsung. Namun, penulis atau penerbit tidak merasa bahwa mereka sedang melakukan penelitian.

2.7 Landasan Teoritis

2.7.1 Kajian Teori

Teori komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Laswell, yang dikenal dengan model "Who says what, in which channel, to whom, with what effect?" (siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan efek apa), pada dasarnya lebih berfokus pada **proses komunikasi secara keseluruhan** daripada hanya pada **pesan** itu sendiri. Namun, dalam

konteks ini, model Laswell tetap relevan untuk analisis pesan karena membantu mengidentifikasi dan memahami elemen-elemen yang mempengaruhi bagaimana pesan dikirim, diterima, dan diterjemahkan oleh penerima.

Berikut adalah bagaimana elemen-elemen dalam model Laswell terkait dengan analisis pesan:

1. **Who (Siapa)** – Elemen ini merujuk pada komunikator atau pengirim pesan. Dalam analisis pesan, penting untuk memahami siapa yang mengirim pesan karena identitas pengirim dapat mempengaruhi cara pesan diterima dan interpretasi penerima.
2. **What (Apa)** – Ini adalah isi pesan yang sebenarnya. Pada bagian ini, analisis pesan lebih menekankan pada **konten pesan**, seperti kata-kata, simbol, atau informasi yang disampaikan oleh komunikator.
3. **Which Channel (Melalui Saluran Apa)** – Saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan sangat penting karena mempengaruhi cara pesan diterima dan dipahami. Saluran bisa berupa komunikasi verbal, tulisan, media sosial, televisi, atau bentuk komunikasi lainnya.
4. **To Whom (Kepada Siapa)** – Penerima pesan atau audiens adalah elemen yang menentukan bagaimana pesan akan diterima. Karakteristik audiens, seperti latar belakang budaya, pengetahuan, atau pengalaman mereka, dapat mempengaruhi pemahaman dan respons terhadap pesan.
5. **With What Effect (Dengan Efek Apa)** – Efek atau dampak dari pesan adalah hal yang ingin dicapai oleh komunikator. Dalam analisis pesan, bagian ini berfokus pada **hasil** yang diinginkan dari penyampaian pesan, apakah itu berupa perubahan sikap, pengetahuan, perilaku, atau bahkan mempengaruhi pandangan dunia penerima.

Meskipun model Laswell tidak sepenuhnya mengkhususkan diri pada pesan itu sendiri, ia memberikan kerangka yang berguna untuk memahami bagaimana

pesan berfungsi dalam konteks komunikasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, model ini sering digunakan untuk menganalisis **kompleksitas penyampaian pesan** dalam berbagai bentuk komunikasi, baik itu dalam media massa, komunikasi interpersonal, maupun komunikasi organisasi.

2.8 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu, peneliti mencoba menjelaskan hasil dari penelitian Andrean Wahyudi dan Lia Dahlia yang juga meneliti menggunakan metode analisis isi pesan. Penjelasan rinci tentang hal ini disajikan oleh peneliti melalui tabel berikut:

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

	Penelitian I	Penelitian II
Nama Peneliti	Andrean Wahyudi	Lia Dahlia
Judul	Analisis Isi Pesan Moral dalam Film “The Platform”	Analisis Isi Terhadap Pesan Dakwah dalam Film Mama Cake
Perbedaan	Mengkaji tentang Pesan Moral yang terdapat dalam Film The Platform, dimana pesan moral hal yang penting dalam setiap narasi cerita termasuk dalam film-film yang ditampilkan dalam layar lebar.	Menggunakan metode analisis isi atau di sebut juga dengan Content Analysis yang bersifat kuantitatif.
Jenis Penelitian	Analisis Isi	Analisis Isi
Kesimpulan	Pesan moral dalam film tersebut berupa pesan moral tentang Hubungan antara Sesama Manusia Dalam Lingkungan Sosial dan	Pesan dakwah yang terkandung dalam film Mama Cake meliputi pesan Akidah, Syariah dan Akhlak. Isi Pesan

	<p>Hubungan Manusia dengan diri sendiri.</p>	<p>yang diteliti dalam film tersebut berdasarkan dari dialog yang mengandung pesan dakwah yang terdapat dalam film Mama Cake.</p>
--	--	---

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

