

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

KERJA

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka atau telaah pustaka sering juga disebut dengan teoritik yaitu tidaknya studi, buku, atau makalah yang sama atau mirip dengan judul permasalahan yang peneliti akan dibuat dan diteliti. Mencari kumpulan-kumpulan karya ilmiah yang terkait kemudian diangkat untuk mendorong penelitian yang sedang dibuat dan diteliti. Kajian pustaka juga akan meliputi berbagai pengindetifikasian secara sistematis, penemuan dan juga analisa dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti oleh peneliti.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk menjadi bahan acuan dan menjadi pembandingan guna menghindari kesamaan dengan penelitian ini.

Peneliti mencantumkan penelitian terdahulu terkait judul “**Gaya Komunikasi Pengguna Media Sosial *Twitter* Dalam Bependapat Mengenai Kasus Pelecehan Seksual**” dalam kajian pustaka ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

| Peneliti | Judul | Metode penelitian | Hasil Penelitian | Perbedaan |
|--|---|-------------------|--|---|
| Alfi Syahrin Nim. 41812151 Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung 2018 | Gaya Komunikasi Mahasiswa Asrama Lontara Asal Bugis Dengan Suku Sunda Di Bandung | Studi Deskriptif | Pendekatan penelitian kualitatif berdasarkan penelitian deskriptif. Teknik perolehan data dilakukan melalui wawancara, observasi non partisipan, dokumentasi, dan studi pustaka. Informan penelitian dibagi menjadi tiga informan utama dan informan pendukung berdasarkan penilaian peneliti yang memenuhi kriteria. Uji validitas data Anda melalui peningkatan ketekunan, pemeriksaan anggota, dan diskusi sejawat. Teknik analisis data dilakukan pada tahap akuisisi data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dari hasil penelitian, komunikasi lisan yang dimiliki oleh mahasiswa Asrama Ron Tara | Dalam penelitian terdahulu terdapat perbedaan dengan penelitian peneliti, perbedaan yang telah ditelaah adalah dari metode penelitian dan juga tempat penelitian. Serta subjek dan objeknya berbeda dari apa yang peneliti akan meneliti. |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | <p>Bugis adalah menyesuaikan intonasi saat berkomunikasi dengan lingkungan dan pasangan komunikasi.</p> <p>Hambatan komunikasi nonverbal diterapkan dalam bahasa Indonesia oleh siswa di Asrama Ron Tara Bugis untuk menghindari kesalahpahaman dalam berkomunikasi. Siswa di Asrama Ron Tara Bugis memahami pentingnya komunikasi dengan mengadaptasi bahasa dengan belajar bahasa Sunda sehingga umpan balik lingkungan yang positif dan menghindari kesalahpahaman komunikasi.</p> <p>Hambatan komunikasi lisan juga muncul ketika santri di asrama Lontara Bugis terlokalisasi pada aksen lokal.</p> <p>Ini juga cocok untuk komunikasi. Namun seiring berjalannya waktu, siswa dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Kesimpulan</p> | |
|--|--|--|--|--|

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| | | | <p>dari penelitian ini adalah siswa di Asrama Ron Tara Bugis menggunakan komunikasi verbal untuk menghindari hambatan komunikasi dan membangun komunikasi sehingga dapat memaknai makna komunikasi. Saran penelitian adalah siswa percaya diri dalam menjalin komunikasi dengan lingkungan dan dapat beradaptasi dengan budaya baru.</p> | |
| <p>Willy Nicolas Sinaga 110904082 Program Studi: Jurnalistik Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan</p> | <p>Gaya Komunikasi Dan Motif Mahasiswa Dalam Penggunaan <i>Facebook</i></p> | <p>Studi Deskriptif Kualitatif</p> | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Beberapa informan yang berasal dari mahasiswa FISIP USU menggunakan gaya bahasa yang lebih formal karena objek bahasan yang dipilihnya di Facebook nya adalah masalah-masalah sosial dan politik. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada</p> | <p>peneliti menggunakan teknik sampling random sederhana dari data yang ada. Sedangkan, penelitian yang digunakan. Penelitian ini selanjutnya menggunakan sampling/data dari mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU)kapabilitas</p> |

| | | | | |
|---|---|------------------------------|---|--|
| 2019 | | | maksud dari pengirim dan harapan dari penerima. Motif mahasiswa menggunakan <i>Facebook</i> adalah motif interaksi, motif hiburan, dan motif Informasi dimana siswa menggunakan <i>Facebook</i> sebagai ajang pencarian teman baru, berkomunikasi dengan teman lama, bahkan berkomunikasi dengan saudara. | <i>influencer</i> dan kepercayaan konsumen terhadap <i>influencer</i> tersebut. Serta tempat dan subjek berbeda dengan penelitian yang akan di teliti oleh peneliti. |
| Akasa Ayustin Afiyah 17410092 Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2020 | Penilaian Masyarakat Mengenai Kenormalan Berita-Berita Kekerasan Seksual Di Media Sosial <i>Twitter</i> | Metode penelitian kualitatif | Hasil penelitian mengungkap bahwa kekerasan seksual di Twitter merupakan isu yang permisif untuk dibahas oleh warganet. Bentuk-bentuk persepsi yang ditunjukkan warganet mengenai kekerasan seksual di Twitter yaitu sebagian besar toleran dan tidak toleran, bentuk-bentuk persepsi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti keterlibatan media sebagai penyedia informasi, peran lembaga berwenang, gurauan | Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti ada pada yang akan diteliti disini penelitian peneliti mengambil pendapat warganet mengenai informasi kasus pelecehan seksual di media sosial twitter, sedangkan dalam penelitian ini hanya penilaian masyarakat mengenai kenormalan berita berita kekerasan |

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | yang menjurus pada kekerasan seksual, fenomena gaslighting, budaya victim-blaming, dan gerakan feminisme. | seksual. dan juga pada subjek penelitian ini berbeda |
|--|--|--|---|--|

Sumber: Peneliti, 2022

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Kata “komunikasi” berasal dari bahasa latin, *communi*, yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar kata *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi (Stuart, 1983). Senada dengan hal ini bahwa komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin “*communis*”. *Communico* atau bahasa inggrisnya “*commun*” yang artinya sama.

Komunikasi secara *Etimologis* atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dan perkataan ini bersumber pada *communis*. Perkataan *communis* tersebut dalam pembahasan ini sama sekali tidak ada kaitannya dengan partai komunis yang sering dijumpai dalam kegiatan politik. Arti *communis* disini adalah sama, dalam arti kata *sama makna*, yaitu sama makna mengenai suatu hal (Effendy, 1993:3-4).

Pengertian secara *terminologis* komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian ini jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan suatu kepada orang lain. Karena itu komunikasi yang dimaksudkan disini adalah komunikasi manusia atau dalam bahasa asing human

communication, yang sering kali pula diebut komunikasi sosial atau *social communication*.

Dalam pengatuh paragdimatis, komunikasi mengandung tujua tertentu ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka, atau melalui media, baik media massa seperti, surat kabar, radio, televisi, atau film, maupun media nonmassa, misalnya surat, telepon, papan pengumuman, poster, spandek, dan sebagainya (Effendy, 1993:5)

Beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan para ahli :

Harold Laswell, “(cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who says what and with channel to whom with what effect?* atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana. komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikatorkepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Menurut Everret M.Rogers dan Lawrence Kincaid (1981:18) menyatakan bahwa :

“komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi anatara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam”. (Wiryanto, 2008).

Raymond S. Ross (1983:8) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator. (Wiryanto, 2008:6)

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Dalam buku pengantar Ilmu Komunikasi (Rismawaty, Desayu Eka Surya, 2014) menyebutkan bahwa ada 4 fungsi komunikasi, yaitu:

1. Fungsi komunikasi sosial menunjukkan bahwa komunikasi penting untuk :
 - Membangun konsep diri

Konsep diri ialah pandangan kita tentang siapa diri kita yang diperoleh dari informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Konsep diri kita itu tidak pernah teiolain melainkan bergantung pada reaksi dan repon orang lain. Dalam masa pembentukan konsep diri itu, sering kali mengujinya, baik secara sadar maupun tidak sadar. Dalam permainan peran ini keinginan kita untuk menciptakan konsep diri kita mungkin memperoleh dukungan, berubah, atau mendapatkan penolakan. Dengan cara ini, intepresasi orang lain mengenai bagaimana kita seharusnya membantu untuk menentukan akan menjadi apa kita nanti. Bisa jadi, kita mungkin akan menjadi seperti apa yang diharapkan orang lain pada diri seseorang (Riswandi, 2009).

Citra yang kita miliki tentang diri kita dan citra yang orang

lain miliki tentang diri kita berkaitan dalam komunikasi (Riswandi, 2009:1)

- Eksistensi dan aktualisasi diri

Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi menunjukkan bahwa dirinya eksis. Ketika kita berbicara atau berkomunikasi dengan orang lain, baik verbal maupun non verbal, ini menunjukkan bahwa diri kita eksis atau ada.

Dengan ucapan Filosof Perancis Rene Descartes mengatakan "*Cogito Ergo Sum*" (saya berpikir, maka saya ada) kita juga dapat mengatakan bahwa " Saya berbicara, maka Saya ada" .

Fungsi komunikasi sebagai Eksistensi diri terlihat jelas ketika orang mendominasi pembicaraan dalam dialog, seminar, atau rapat (Riswandi, 2009).

- Kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan mencapai kebahagiaan (Riswandi, 2009:13)

Komunikasi dalam konteks apapun adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Rene Spitz mengatakan, komunikasi atau ucapan adalah jembatan yang menghubungkan antara bagian luar dan bagian dalam kepribadian manusia. Dalam hal ini, mulut adalah rongga utama yang menjadi penghubung antara persepsi dalam dan persepsi luar. Ia adalah tempat transisi bagi perkembangan aktivitas intensional dan bagi munculnya karsa manusia. (Riswandi, 2009:16)

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan secara sendiri dan kelompok komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen-instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Misalnya perasaan sayang, marah, benci takut, sedih, atau simpati, dapat dikomunikasikan melalui perilaku nonverbal. (Riswandi, 2009:18)

3. Fungsi Komunikasi Ritual

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang idup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of Passage*, mulai dari upacara tujuh bulanan, kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, pernikahan, naik haji ke mekkah, dan sebagainya. (Riswandi, 2009:19)

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu:

- Menginformasi
- Mengajar

- Mendorong
- Mengubah sikap, keyakinan, dan perilaku
- Menggerakkan tindakan
- Menghibur

(Riswandi, 2009:21)

Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui. (Riswandi, 2009:21)

Komunikasi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Adapula menurut Lutfi Basit dalam karyanya menyebutkan bahwa ada empat fungsi komunikasi, yaitu :

1. *To inform* (menginformasikan)

Salah satu fungsi dari terjadinya komunikasi yaitu untuk menginformasikan suatu pesan, membagikan sesuatu yang komunikator ketahui kepada komunikan

2. *To educate* (mendidik)

Fungsi lain dari komunikasi yaitu dapat mendidik audience atau orang lain agar sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.

3. *To entertain* (menghibur)

Selain untuk mendidik, komunikasi juga berfungsi untuk menghibur komunikan agar suasana yang terjadi saat penyampaian pesan menjadi hangat.

4. *To influence* (mempengaruhi)

Komunikator bertugas mempengaruhi komunikan ketika terjadi komunikasi, dengan tujuan komunikator dapat merubah pola pikir dan tingkah laku sesuai apa yang diharapkan oleh penyampai pesan.

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Dalam setiap proses komunikasi, setidaknya melibatkan beberapa komponen komunikasi. Setidaknya melibatkan beberapa komponen-komponen. Dimana jika berangkat dari paradigma Lawell, maka setidaknya terdapat lima komponen komunikasi, yakni komunikator, pesan, saluran, komunikan dan efek. Kelima komponen tersebut bisa menjadi bagian dari tahapan-tahapan khusus bagi setiap peristiwa komunikasi yang terjadi.

Proses komunikasi menurut Komala (2009:83) adalah : “Proses komunikasi terjadi manakala manusia berinteraksi dalam aktivitas komunikasi, menyampaikan pesan mewujudkan motif komunikasi” Suprpto (2011:5) mengutip Joseph A. Devito (1996) mengemukakan bahwa “komunikasi adalah transaksi, Dengan transaksi dimaksudkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen-komponennya saling terkait, dan bahwa para komunikatornya, beraksi dan bereaksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan.”

Sehingga dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi merupakan suatu proses berinteraksi atau terjadinya transaksi dengan maksud dimana komponen-komponennya saling terkait dan para komunikator beaksi dan bereaksi.

Menurut Laswell dalam Effendy (1994:11-19) membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yakni proses komunikasi primer dan sekunder.

1. Prose Komunikasi Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (symbol) sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang digunakan dapat berupa kial (gesture), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya.

2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Uchjana onong, 2004). Media yang digunakan adalah surat, telepon, surat kabar, radio atau televisi.

2.1.2.4 Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu kegiatan inti manusia. Komunikasi sungguh sama sekali tak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Fitrah manusia sebagai makhluk hidup yang hidup secara komunal dan makhluk sosial, mau tak mau harus mengelatinteraksi diantara mereka. Interaksi adalah komunikasi itu sendiri. Mereka dua sisi mata uang yang tak bisa saling dipisahkan satu dengan lainnya.

Kegiatan komunikasi menghabiskan mayoritas waktu hidup manusia. Jelas, komunikasi merupakan suatu hal yang sangat tinggi tingkat kepentingannya. Namun dalam praktiknya, walaupun komunikasi merupakan rutinitas sehari-hari dan sepanjang hidup, masih saja terjadi kegagalan dalam prosesnya. Kegagalan ini disebabkan adanya *noise* atau gangguan yang menyebabkan kegagalan proses transfer pesan/informasi dari komunikator ke komunikan. Dalam Buku *Interpersonal Skill* (Manap Solihat, Melly Maulin P, Olih Solihin 2015)

Harold. D. Laswell mengemukakan bahwa dalam proses komunikasi harus mencakup kelengkapan dari unsur-unsur komunikasi sehingga menjadi efektif diterima. Unsur-unsur tersebut terdiri dari :

1. Komunikator (*source/sender/communicator*), yaitu perorangan atau lembaga memberikan atau menyampaikan pesan kepada audiens/khalayak secara langsung maupun tidak langsung.

Seorang komunikator dapat juga bertindak sebagai sumber informasi atau sumber pesan.

2. Pesan (*communicain*), yaitu materi yang disampaikan merupakan objek dari informasi yang menjadi bahasan.
3. Media (*channel/saluran*), merupakan sarana penghubung atau penyampai dan penerima pesan yang digunakan oleh komunikator maupun komunikan dalam menyampaikan pesan.
4. Komunikan (*communicant*), yaitu perorangan maupun lembaga yang menerima isi pesan, informasi dari pihak komunikator.
5. Efek (*impact/effect/influence*), yaitu hasil yang dapat dilihat sebagai pengaruh diterima atau ditolaknya suatu isi pesan/informasi

2.1.2.5 Tujuan Komunikasi

Terjadinya komunikasi yang dilakukan oleh komunikator pasti memiliki tujuan tersendiri. Komunikator berharap agar apa yang disampaikan dapat mempengaruhi penerima pesan. Menurut Effendy, ada empat tujuan komunikasi, yaitu:

- Mengubah sikap penerima pesan
- Mengubah pendapat, pola, pikir penerima pesan
- Mengubah tingkah laku
- Mengubah masyarakat sesuai dengan apa yang diinginkan pengirim pesan.

2.1.2.6 Tipe Komunikasi

Beberapa tipe komunikasi, diantaranya :

1. Komunikasi dengan diri sendiri (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi dengan diri sendiri adalah suatu proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu atau komunikasi dengan diri sendiri. Proses komunikasi terjadi karena seseorang seringkali terbawa dalam pikirannya sendiri akibat objek yang diamati terbertik dalam pikirannya.

2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi Antarpribadi adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih.

3. Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*)

Komunikasi Kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara tiga atau lebih secara bertatap muka atau menggunakan sebuah alat bantu. Kelompok nya pun dapat dibagi menjadi dua yakni kelompok besar atau kelompok kecil disini termasuk kelompok dalam suatu organisasi.

4. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Dalam komunikasi massa, pesan dikirim dari sumber lembaga kepada khalayak yang bersifat massa melalui alat-alat mekanis, seperti televisi, radio, surat kabar, atau film.

5. Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, kolektif, retorika, public speaking, atau audiens communication. (Dewi, 2007:6)

2.1.2.7 Sifat Komunikasi

Beberapa sifat komunikasi yaitu sebagai berikut :

1. Tatap muka

Komunikasi yang terjadi secara langsung, face-to-face tanpa menggunakan media untuk menyampaikannya.

2. Bermedia

Komunikasi yang menggunakan suatu media untuk menyampaikan pesannya, seperti surat, chatting, maupun telepon.

3. Verbal

Komunikasi verbal terdiri atas dua jenis yaitu lisan dan tulisan.

4. Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi dengan bahasa isyarat. Ekspresi wajah, gerak gerik tubuh seseorang memiliki pesan tersendiri yang ingin disampaikan kepada lawan bicara maupun respon untuk keadaan sekitar.

5. Studi kasus

2.1.3 Tinjauan Tentang Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi merupakan cara yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan. Setiap komunikator mempunyai gaya komunikasi dan ciri khas berbeda-beda. Perbedaan ini dapat dilihat dari segi budaya, pendidikan, lingkungan keluarga, pengalaman dan lain sebagainya. Hasil di lapangan menunjukkan karena faktor budaya, pendidikan dan keluargalah yang menjadi salah satu dari sekian alternatif penemuan masalah. (Mahanani, 2014).

Gaya komunikasi (*communication style*) dapat dipahami sebagai serangkaian dari bagaimana seseorang berperilaku dengan orang lain yang terspesialisasi digunakan dalam suatu situasi tertentu. Gaya dapat dipahami sebagai penggunaan kata-kata atau verbal maupun nonverbal yang dapat berupa bahasa tubuh, vokalik, penggunaan ruang, penggunaan waktu dan jarak (Widjaja, 2000: 57).

Gaya komunikasi terkadang menjadi lebih penting, banyak orang memahami konten dengan baik tetapi pesan komunikasinya tidak sampai atau tidak dipahami dan diterima oleh orang lain, karena ketidakmampuan dalam menyampaikan pesan tersebut. Dalam hal gaya komunikasi ini menjadi penting untuk diterapkan.

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa teori gaya komunikasi sendiri adalah sebagai perangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dapat dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula.

Menurut *Kreitner & Kinicki dalam Mc.Kay*:

Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dalam gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (sender), dan harapan dari penerima (receiver). gaya komunikasi dikelompokkan menjadi tiga, yaitu: *assertive, agresif,*

dan gaya *non assertive*. Adapun penjelasan tiap gaya komunikasi adalah sebagai berikut:

1. *Assertive Style*

Gaya komunikasi dimana komunikator membuat pernyataan secara langsung yang disertai dengan pertimbangan perasaan, ide, dan harapan. Komunikator dengan gaya ini memiliki kemampuan untuk mendengarkan dengan baik sehingga membiarkan orang lain untuk mengetahui bahwa ia didengarkan. Gaya komunikasi ini terbuka dalam melakukan negosiasi dan kompromi, bisa menerima dan memberikan komplain, memberikan perintah secara langsung.

2. *Passive style*

Gaya komunikasi dimana komunikan tidak mengekspresikan perasaan, ide, dan harapannya secara langsung. Dalam gaya ini, komunikator cenderung akan banyak tersenyum dan lebih banyak menyampaikan kebutuhannya kepada orang lain. Komunikator juga cenderung melakukan tindakan dibandingkan mendengarkan. Gaya pasif cenderung menggunakan suara yang lemah lembut, serta sering berhenti berkata-kata dan cenderung tidak melakukan kontak mata dengan komunikan.

3. *Agresive style*

Gaya komunikasi Di mana komunikator cenderung menyatakan perasaannya dengan mudah mengenai apa yang diinginkannya, apa yang dipikirkan, tetapi sering mengabaikan hak dan perasaan orang

lain. Komunikator jenis ini seringkali menyakiti orang lain dengan kalimatkalimat yang sarkastik atau bercanda yang berlebihan. Gaya agresif sering menunjukkan kekuata dan kekuasaan. Sehingga kadang-kadang didalam menyampaikan pesan bukan hanya dalam bentuk kata-kata tetapi juga diiringi dengan bahas tubuh seperti menunjuk, menggebrak meja dan sebagainya untuk mempertegas maksud dari yang diucapkan. (McKay, 2009, p.128) (Petra, 2009)

2.1.4 Tinjauan Tentang Media Sosial

Media sosial merupakan situs dimana seseorang dapat membuat web page pribadi dan terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Penggunaan media sosial digunakan oleh masyarakat dalam melakukan banyak aktivitas mulai dari entertainment, melakukan bisnis, mencari info atau aktivitas lain-nya. Mediasosial/ social media atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Jelas kiranya bahwa muatan interaktif dalam media baru sangatlah tinggi. Me-dia sosial, dikutip dari Wikipedia, didefinisikan sebagai sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial,wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial

dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Ardianto dalam buku Komunikasi 2.0 mengungkapkan, bahwa media sosial online, disebut jejaring sosial online bukan mediamassa online karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Penggalangan dukungan atau gerakan massa bisaterbentuk karena kekuatan media online karena apa yang ada di dalam media sosial, terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat. Fenomena media sosial ini bisa dilihat dari kasus Prita Mulyasari versus Rumah Sakit Omni International. Inilah alasan mengapa media ini disebut media sosial bukan media massa. (Ardianto, 2011: xii) (Watie, 2016)

Media sosial menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidakpeduli seberapa jauh jarak mereka, dan ttidak peduli siang atau pun malam.

Media sosial juga adalah sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan content atau isi yang diterimanya dan seterusnya. Semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas. Sedangkan menurut Aer Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog,

jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Media sosial menurut beberapa ahli antara lain: Kaplan & Haelein dalam Abbas mendefinisikan bahwa media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi menggunakan basis internet dan teknologi web.2.0 yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan user-generated content. 10 Jika ditinjau lebih lanjut, yang dimaksud dengan sosial media adalah sebuah platform digital yang mudah digunakan pengguna, memiliki konten independen dan dapat menghubungkan individu - individu dalam suatu komunitas dan bersifat interaktif melalui bentuk-bentuk media sosial, seperti blog, wiki, jejaring sosial, forum online, dan dunia virtual

2.1.5 Tinjauan Tentang *Twitter*

Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh *Twitter Inc.*, yang menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunaannya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (*tweets*). Kicauan adalah teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. Kicauan bisa dilihat secara luar, namun pengirim dapat membatasi pengirim pesan ke daftar teman-teman mereka saja.

Perkembangan teknologi komunikasi memberikan pengaruh yang besar terhadap kegiatan komunikasi kehidupan manusia saat ini. Tamburaka menjelaskan bahwa kehadiran media sosial sebagai salah satu wujud perkembangan teknologi yang dimanfaatkan manusia modern untuk berkomunikasi (Tamburaka,2013:78). *Twitter* merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang menarik

perhatian pengguna internet. Hal tersebut disebabkan penggunaannya yang mudah guna saling bertukar informasi sehingga setiap individu di planet ini dapat saling terhubung (Madcoms,2010:121). (Muthiah, 2021)

Twitter merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang menarik perhatian pengguna internet. Hal tersebut disebabkan penggunaannya yang mudah guna saling bertukar informasi sehingga setiap individu di planet ini dapat saling terhubung (Madcoms,2010:121).

Twitter, menurut situs resmi *twitter*, berdiri di *San Francisco* pada tanggal 19 April 2007. Misinya adalah untuk member kesempatan bagi setiap orang untuk saling menciptakan dan berbagi ide ide serta informasi secara langsung tanpa hambatan.

Menurut *O'Reilly & Milstein* *Twitter* adalah layanan perpesanan yang membagikan berbagai karakteristik dengan alat komunikasi yang sudah digunakan. *Twitter* memiliki unsurunsur yang mirip dengan surat elektronik (email), instant messenger, pesan singkat (*SMS*), *blogging*, *RSS*, jejaring sosial, dan sebagainya. Masih menurut *O'Reilly & Milstein* *Twitter* muncul sebagai saluran bisnis utama. *Twitter* dapat membuat perusahaan terlibat dengan konsumen, mitra dan konstituen langsung dengan cara personal dan publik. Hal tersebut adalah kelebihan *Twitter* yang tidak dimiliki media lain. Contoh *Tweet*, *Retweet*, *reply*, dan mention. Beberapa istilah digunakan dalam *Twitter* untuk menyebut fitur dan layanan yang disediakan. Berikut adalah penjelasan dari *Twitter* tentang beberapa istilah yang sering dipakai :

1. *Bio* : deskripsi singkat tentang pemilik akun sepanjang 160 karakter atau kurang.

2. *Connect* (hubungan) : fitur untuk melihat interaksi, mentions (pemanggilan), follower (pengikut) baru, retweet, dan pengguna lain yang menandai tweet atau me-retweet.
3. *Favorites* : daftar tweet yang ditandai.
4. *Follow* (ikuti) : mengikuti (following) akun lain dalam Twitter untuk berlangganan tweet dari akun tersebut.
5. *Follower* (pengikut) : akun lain yang mengikuti dan berlangganan tweet suatu akun Twitter.
6. *Following* (mengikuti) : jumlah akun lain yang yang diikuti.
7. *Interactions* (interaksi) : hubungan timbal balik yang terjadi di Twitter. Bisa berupa mention dan reply, retweet, menambahkan ke sebuah daftar, menandai suatu tweet, meretweet suatu tweet.
8. *Mention* (memanggil) : tweet yang memuat tautan ke akun Twitter lain, ditandai dengan adanya tanda @ di depan nama.
9. *Reply* (balasan) : tweet yang merupakan balasan dari tweet lain, selalu diawali dengan mention.
10. *Retweet* : sebagai kata benda, merupakan tweet dari akun lain yang diteruskan kepada follower dengan tujuan menyebarkan ke jaringan yang lebih luas. Sebagai kata sifat, aksi meneruskan tweet dari akun lain agar dapat dilihat oleh *follower*. (*Quote retweet* adalah *retweet* yang ditulis dalam bentuk kutipan sehingga terlihat seperti *reply*).

Twitter sangat memudahkan penggunaanya untuk saling menjalin pertemanan dengan pengguna lainnya, Di *Twitter* juga ada

Fitur Top Trending yaitu fitur yang memudahkan penggunanya untuk melihat kicauan apa yang paling populer dan paling sering dikicaukan oleh pengguna twitter. *Twitter* pun mempunyai konten *Verified Account* yaitu konten untuk mendapatkan Lencana Akun Verifikasi Di *twitter*, tidak sembarangan orang yang dapat mempunyai Lencana Akun Terverifikasi dari Twitter untuk akunnya. Hanya kalangan selebritis, politikus dan orang-orang yang berpengaruh pada suatu negara serta orang-orang tertentu. Dahulu sejak pertama munculnya *Twitter*, *Twitter* membuka layanan *Verified Account* untuk orang biasa, namun sekarang sudah tidak lagi. (Arianto & Risdwiyanto, 2021)

2.1.6 Tinjauan Tentang Kasus Pelecehan Seksual

Pelecehan seksual adalah perilaku atau perhatian yang bersifat seksual yang tidak diinginkan dan tidak dikehendaki dan berakibat mengganggu diri penerima pelecehan. Pelecehan seksual mencakup, tetapi tidak terbatas pada: bayaran seksual bila menghendaki sesuatu, pemaksaan melakukan kegiatan seksual, pernyataan merendahkan tentang orientasi seksual atau seksualitas, permintaan melakukan tindakan seksual yang disukai pelaku, ucapan atau perilaku yang berkonotasi seksual; semua dapat digolongkan sebagai pelecehan seksual. Tindakan ini dapat disampaikan secara langsung maupun implicit. Pengaruhnya selain pada korban yang justru dianggap menimbulkan masalah dan bukannya pelaku. Umumnya, para korban akan tutup mulut yang terkadang hingga waktu yang sangat lama karena alasan-alasan tersebut, dan adanya ketakutan ia akan kian menjadi sasaran

pelecehan. Mereka tidak membicarakan -nya dengan teman ataupun keluarga. Proses penyembuhan akan kian sulit ketika ada penyangkalan dari institusi, ketidakpercayaan, atau mempersalahkan korban.

Pelecehan seksual terhadap perempuan, khususnya perkosaan, tidak lagi hanya dipandang sebagai masalah antar individu belaka, melainkan merupakan problem sosial yang terkait dengan masalah hak-hak azasi manusia, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan dari segala bentuk penyiksaan, kekerasan, kekejaman, dan pengabaian martabat manusia (Nursyahbani Katjasungkana, 1995:18). Perlindungan tersebut dapat diupayakan dengan menggunakan hukum pidana, mengingat adanya fungsi hukum pidana yang umum dan yang khusus (Sudarto, 1990: 12) (Supanto, 2004). Fungsi umum hukum pidana adalah menyelenggarakan pengaturan untuk menciptakan ketertiban dan keamanan masyarakat.

Banyak faktor yang mendasari mengapa korban kesulitan untuk dapat mengidentifikasi dan menerima pelecehan seksual yang ia alami, yaitu: kebingungan (tidak tahu bagaimana harus menggambar-barkan pada dirinya sendiri tentang apa yang terjadi), rasa malu, sikap mempersalahkan korban oleh orang lain, dan memposisikan korban menjadi “yang bersalah” seperti atribusi cara berpakaian, gaya hidup dan kehidupan pribadi menjadi mengemuka, alih-alih pengusutan terhadap peristiwa pelecehan; rasa bersalah pada apa yang terjadi, mempersalahkan diri sendiri, rasa dipermalukan (tidak bisa menerima ide bahwa ia adalah korban, atau perasaan bahwa seharusnya ia dapat menghentikan pelecehan itu), penyangkalan (tidak mau percaya bahwa hal itu sungguh terjadi), minimizing atau defence mechanism (mengatakan pada diri sendiri bahwa

“itu bukan persoalan besar,” “saya terlalu sensitif saja,” atau “saya adalah pemalu”). (Supanto, 2004)

Si korban bersikap demikian karena orang lain mengatakan dia harus begitu, takut (terhadap balas dendam pelaku), takut ditinggalkan atau tidak disukai lingkungan, takut si pelaku menghadapi masalah ketika apa yang ia kehendaki adalah semata-mata perilaku itu dihentikan atau merasa bertanggung jawab atas akibat dari perilaku pelaku, adaptasi terhadap perlakuan ini karena mungkin sudah terjadi berulang dan lama, sehingga ia merasa tidak ada apapun yang dapat dilakukan--atau ia adalah seorang yang belajar dari hidupnya/orang lain bahwa “akumemang akan mengalami hal ini” dan “harus dapat mengatasinya” dengan diam, mati rasa (ketika korban ingin memutuskan dirinya secara emosional dengan pengalaman tersebut, ia mungkin juga akan menghindari orang atau tempat yang mengingatkannya akan peristiwa yang sangat menyakitkan tersebut), terpicu kembali (ingatan yang muncul ketika membicarakannya lagi memberikan beban yang terlalu berat atau kecemasan/rasa sakit), tidak diakui (merasa tidak ada orang yang percaya atas laporannya), fitnahan (motif atau karakter korban mungkin akan diserang oleh pelaku atau teman-temannya dengan mengatakan hal-hal yang mendiskreditkan korban), pelecehan sesama jenis kelamin (khawatir akan dipertanyakan orientasi seksnya), maskulinitas (bagi laki-laki sebagai korban, mungkin takut orang akan mempertanyakan maskulinitasnya atau tidak menikmati perhatian seksual yang diberikan, dan orientasi seksual).

Pelecehan seksual dalam bentuk godaan fisik di antaranya adalah tatapan yang sugestif terhadap bagian-bagian tubuh (menatap payudara,

pinggul atau bagian tubuh yang lain), lirikan yang menggoda dan mengejap-gejapkan mata, rabaan; mencakup cubitan, remasan, menggelitik, mendekap, dan mencium, gangguan seksual seperti rabaan atau ciuman yang terjadi karena situasi yang sangat mendukung misalnya di lift, koridor dan ruang lain yang sepi setelah jam kerja, tawaran kencan dengan imbalan promosi atau memojokkan perempuan untuk dicium, proposisi seksual, tekanan yang halus untuk aktivitas seksual, usaha perkosaan dan perkosaan itu sendiri. (Triwijati, 2015)

2.1.6.1 Dampak dan Reaksi Pelecehan Seksual

Pelecehan seksual mengakibatkan masalah semakin luas antara lain menjadipersoalan hukum pada saat korban pelecehan seksual mengajukan kasusnya pada lembaga hukum untuk mencari keadilan. Pelecehan seksual dikategorikan sebagai salah satu bentuk diskriminasi jenis kelamin (Zastrow dan Ashman, 1989) sehingga pelecehan seksual dianggap ilegal. Definisi-definisi di atas mempertegas batasan pelecehan seksual yang jelas menunjukkan tindakan diskriminatif secara legal yang dapat dijadikan pedoman bagi korban pelecehan seksual untuk mengajukan masalahnya melalui jalur hukum.

Dampak individual terdiri dari dampak fisik, psikologis dan finansial. Dampak psikologis yang negatif akibat pelecehan seksual meliputi perasaan terhina, putus asa, marah, dikucilkan, dikhianati, kesepian, perasaan terintimasi, frustrasi, risih, degradasi dan bersalah (Zastrow dan Ashman, 1989; Abbott, 1992; Magley dkk., 1999). Dampak individual secara finansial yaitu keluarnya perempuan dari jabatan akibat tiadanya tindakan dari supervisor, laporan yang unfavorable dalam file personalia, pengurangan tanggung jawab, pemotongan gaji ataupun tindakan pendisiplinan (Greene, 1982; Hadjofotiou, 1983) sehingga

mereka akan mengalami hambatan peningkatan penghasilan dan promosi. Dampak fisik muncul ketika pemaksaan fisik terjadi maupun ketika terkait dengan somatisasi. Dampak-dampak individual secara psikologis dan finansial tersebut akan menimbulkan gangguan fisik berupa sakit kepala, pusing, kehilangan berat badan, maag, kehilangan nafsu makan, sulit tidur, dan kelelahan yang amat sangat sehingga membutuhkan perawatan terapeutik untuk membantunya melepaskan diri dari gangguan tersebut (Allgeier dan Allgeier, 1991; Abbott, 1992; Magley dkk., 1999)

Selain dampak individual, pelecehan seksual terhadap perempuan juga menimbulkan dampak organisasional. Dampak organisasional meliputi turnover, menurunnya produktivitas dan munculnya hambatan dalam perkawanan atau persekutuan kerja dengan pekerja laki-laki karena perempuan akan menghindari laki-laki yang diketahui sebagai pelaku pelecehan seksual, akibatnya organisasi secara total memperoleh pengaruh negatif dan pada akhirnya kapabilitas perusahaan dalam memberikan pelayanan dan jasa kepada masyarakat pun menurun (Gutek dan Dunwoody, 1987; Popovich dan Licata, 1987) dan secara legalakan menimbulkan biaya yang mahal bila korban menuntut melalui saluran legal (Lipps, 1988). Zastrow dan Ashman (1989) menyebutkan hasil survei The MSPB (Merit System Protection Board) menunjukkan pelecehan seksual di Amerika Serikat menimbulkan biaya pada pemerintah federal sekitar 50 juta dollar per tahun. Biaya itu muncul akibat terjadinya turnover yang mengakibatkan timbulnya biaya

perekrutan dan pelatihan pekerja baru, biaya akibat naiknya absen pekerja dan meningkatnya masalah kesehatan. (Triwijati, 2015)

Besar-kecilnya dampak pelecehan seksual dipengaruhi oleh kondisipsikologis korban saat terjadinya kejadian itu. Di antara kondisi yang dimaksud adalah pemahaman dan persepsinya.

Reaksi terhadap pelecehan seksual pada individu secara umum adalah mengabaikan gangguan tersebut (Read, 1982; Tangri, Burt dan Jhonson, 1982) dengan resiko gangguan itu terus berlangsung atau memburuk, meminta untuk dialihkan dalam bentuk respon verbal, menenggangnya, menerimanya karena takut penolakan akan mengakibatkan munculnya pembalasan dendam dalam bentuk sanksi organisasi, terutama jika pelaku pelecehan tersebut adalah supervisor maupun pekerja (Hadjifotiou, 1983) atau mengajukan pengaduan kepada atasan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran adalah alur pemikiran peneliti yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya penelitian ini. Didalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah-masalah pokok penelitian. Penjelasan yang akan disusun menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

2.2.1 Kerangka Teoritis

Gaya komunikasi (*communication style*) dapat dipahami sebagai serangkaian dari bagaimana seseorang berperilaku dengan orang lain yang terspesialisasi digunakan

dalam suatu situasi tertentu. Gaya dapat dipahami sebagai penggunaan kata-kata atau verbal maupun nonverbal yang dapat berupa bahasa tubuh, vokalik, penggunaan ruang, penggunaan waktu dan jarak (Widjaja, n.d.).

Twitter merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang menarik perhatian pengguna internet. Hal tersebut disebabkan penggunaannya yang mudah guna saling bertukar informasi sehingga setiap individu di planet ini dapat saling terhubung (Madcoms, 2010:121).

Awal pemahaman istilah warganet mengacu pada pernyataan Suzuki (2007) yang menyebutkan bahwa kata netizen berasal dari kata net dan citizen. Net diartikan sebagai jejaring, sedangkan citizen dipahami sebagai warga negara atau masyarakat.

Pelecehan seksual terhadap perempuan, khususnya perkosaan, tidak lagi hanya dipandang sebagai masalah antar individu belaka, melainkan merupakan problem sosial yang terkait dengan masalah hak-hak azasi manusia, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan dari segala bentuk penyiksaan, kekerasan, kekejaman, dan pengabaian martabat manusia (Nursyahbani Katjasungkana, 1995: 18).

2.2.2 Kerangka Konseptual

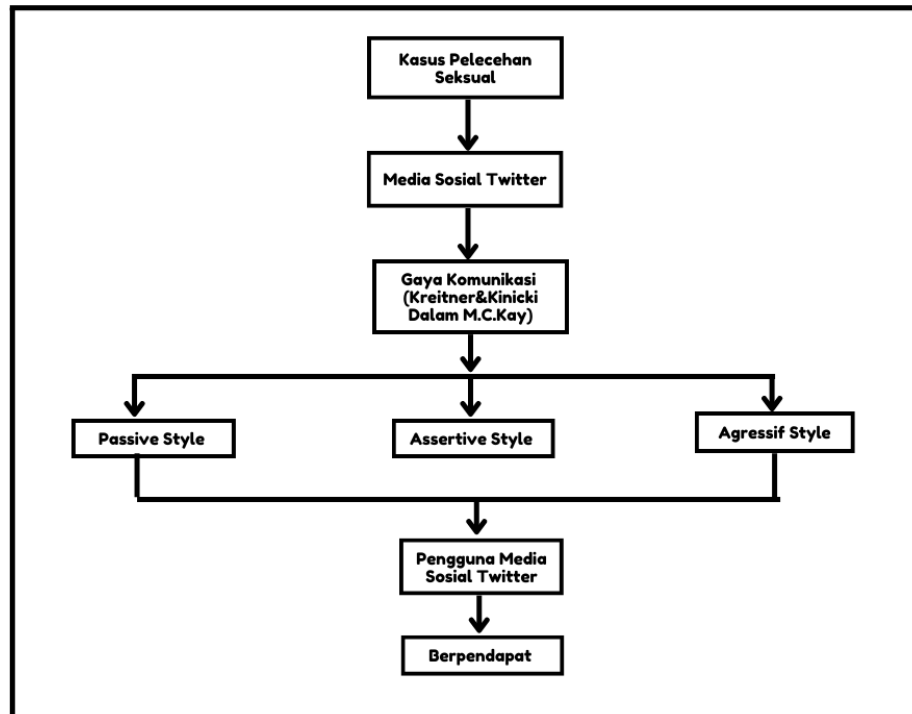
Sebagaimana yang telah di jelaskan sebelumnya pada kerangka teoritis untuk melihat Gaya Komunikasi Warganet Media

Sosial Twitter dalam Berpendapat Mengenai Kasus Pelecehan Seksual
peneliti memiliki focus pada tiga indikator berikut :

1. *Assertive Style*
2. *Passive style*
3. *Agresife style*

Dari Penjelasan di atas peneliti ingin mengetahui Gaya Komunikasi Pengguna Media Sosial Twitter dalam berpendapat mengenai kasus Pelecehan Seksual.

Bagan 2. 1
Alur Pikir Peneliti



Sumber : Peneliti, Agustus 2022