



---

**PENGARUH MEDIA MASSA TERHADAP PERSEPSI DAN TINGKAT  
KRIMINALITAS : ANALISIS TERHADAP EFEK MEDIA DALAM  
PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK**

***THE INFLUENCE OF MASS MEDIA ON PERCEPTIONS AND CRIME  
RATES: AN ANALYSIS OF THE EFFECT OF THE MEDIA IN SHAPING  
PUBLIC OPINION***

**Kusnanto<sup>1</sup>, Hudi Yusuf<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Hukum Universitas Bung Karno, Email : [kusnantojcorp@gmail.com](mailto:kusnantojcorp@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Hukum Universitas Bung Karno, Email : [hoedydjoesoef@gmail.com](mailto:hoedydjoesoef@gmail.com)

---

**Article Info**

Article history :  
Received : 17-04-2024  
Revised : 19-04-2024  
Accepted : 21-04-2024  
Published: 24-04-2024

**Abstract**

*Mass media has a very important role in shaping public perception. In the digital era, social media has become an increasingly massive public opinion space that allows people to produce news and form public opinion through social media platforms. This article uses a literature study approach method because it collects data from books, journals, the internet, or other written literature as a basis for writing. Along with the times, many crimes occur in other forms. Mass media is the leading source of information in reporting all events within the country and internationally. People really need the mass media to be their source of information in helping their respective lives, it is appropriate for the mass media to provide accurate and objective information. However, either because of an unintentional or deliberate mistake, many mass media provide less accurate and objective information, framing in the mass media accentuates certain aspects of the news and even many mass media become a source of criminal acts.*

**Keywords: Mass Media, Crime, Public Opinion**

---

**Abstrak**

Media massa memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi publik. Dalam era digital, media sosial menjadi tempat ruang opini publik yang semakin masif dan memungkinkan masyarakat untuk memproduksi berita dan membentuk opini publik melalui platform media sosial. Artikel ini menggunakan metode pendekatan studi kepustakaan karena mengumpulkan data yang berasal dari buku, jurnal, internet, atau literatur tertulis lainnya sebagai landasan penulisan. Seiring dengan perkembangan zaman, kejahatan justru banyak terjadi dalam bentuk lain. Media massa adalah sumber informasi yang terdepan dalam memberitakan segala kejadian yang ada didalam negara maupun internasional. Masyarakat sangatlah membutuhkan media massa menjadi sumber informasi mereka dalam membantu kehidupan mereka masing masing, sudah sepantasnya media



massa memberikan informasi yang akurat dan objektif. Akan tetapi entah karena sebuah kesalahan yang tidak disengaja ataupun disengaja, banyak media massa yang malah memberikan informasi dengan kurang akurat dan objektif, framing dalam media massa menonjolkan aspek tertentu dalam pemberitaannya.

**Kata kunci: Media Massa, Kriminalitas , Opini Publik**

## **PENDAHULUAN**

Saat ini setiap orang memiliki kebutuhan informasi yang tinggi terutama untuk menjalani kehidupan sosial. Informasi-informasi yang dibutuhkan masyarakat tersebut akan mempengaruhi kehidupan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada era ini, kajian komunikasi massa berkembang menjadi semakin luas . Komunikasi massa merupakan sumber kajian potensial yang memiliki bidang bahasan yang cukup luas dan mendalam, dan juga didukung oleh teori yang lumayan banyak jumlahnya. Hal ini bisa dipahami sebab ilmu komunikasi yang kita kenal sekarang ini merupakan proses evaluasi panjang.

Dampak dari komunikasi massa sangatlah kompleks, salah satunya adalah pembentukan opini publik. Opini publik pada dasarnya adalah pendapat rata-rata individu dalam masyarakat sebagai hasil diskusi yang telah disebutkan tadi, untuk memecahkan sebuah persoalan, terutama yang beredar di media massa. Oleh sebab itu, opini publik hanya akan terbentuk jika ada isu yang dikembangkan oleh media massa. Salah satu model komunikasi massa yang dipandang mampu membentuk opini publik adalah model *agenda setting*. Dari beberapa asumsi mengenai efek komunikasi massa, satu yang bertahan dan berkembang dewasa ini menganggap bahwa media massa dengan memberikan perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum. Teori Penentuan Agenda (bahasa Inggris: *Agenda setting Theory*) adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa (Fitriani & Pakpahan, 2020).

Media massa sebagai sarana pemberian informasi memiliki peran penting dalam penyebaran isu-isu yang berkembang di masyarakat. Lebih khususnya media massa memiliki kekuatan dalam penyebaran opini publik atau *public opinion*. Dimana opini publik tersebut merupakan sebuah fenomena dalam kehidupan sosial yang kemudian mampu membentuk apa yang harus dipikirkan oleh publik atau masyarakat itu sendiri. Fungsi media tersebut dikuatkan dengan adanya teori agenda setting, yakni kemampuan media massa untuk memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu, karena isu-isu itu dipandang penting oleh publik (Alim Puspianto, 2022).

Di samping itu, terdapat pula model efek moderat lainnya, seperti pendekatan *agenda setting* yang dikembangkan oleh Maxwell E. McComb dan Donald L. Shaw. Model ini



memberikan perhatian khusus pada pengaruh media massa terhadap pengetahuan. Berbeda dengan model jarum hipodermis yang lebih fokus pada efek afektif, *agenda setting* menggeser fokus perhatian dari efek afektif ke efek kognitif. Menurut teori ini, media massa tidak secara langsung memengaruhi orang untuk mengubah sikap, tetapi cukup berpengaruh terhadap apa yang dipikirkan orang. Media massa memilih informasi yang dihendaki dan, berdasarkan informasi yang diterima, khalayak membentuk persepsi mereka tentang berbagai peristiwa. Ucapan Bernard Cohen, seorang ahli ilmu politik, mencerminkan inti dari model agenda setting *"It may not be successful much of the time in telling people what to think but it is stunningly successful in telling its readers what to think about."* Hal itu merujuk pada kemampuan media massa untuk menentukan topik atau isu yang dianggap penting atau relevan untuk diperbincangkan oleh masyarakat (Zahra et al., 2024).

Media dalam kehidupan manusia menjadi penting seiring dengan hadirnya banyak media di tengah masyarakat. Kehadiran media tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat baik di daerah perkotaan maupun pedesaan. Kondisi dari setiap media dewasa ini, terutama setelah hadirnya media sosial sangat memperluas cakupan komunikasi manusia. Untuk lebih jelasnya tentang posisi media, berikut penjelasannya. **Pertama**, Media Cetak. Koran, sekian tahun lalu keberadaan Koran dianggap segera berakhir. Jika dapat bertahan setelah adanya televisi, koran dinilai tidak akan banyak berpengaruh lagi. Pandangan ini memiliki alasan, karena banyak koran di kota-kota besar terpaksa gulung tikar. Namun sejak 1970-an, koran terbukti mampu bertahan, meskipun prosesnya memang tidak mudah. Sekalipun sebagian koran terbesar gagal bertahan, koran-koran yang mampu menyajikan pelayanan baru, khususnya di daerah pinggir kota berhasil menyelamatkan diri. Majalah, sama halnya dengan koran, majalah juga harus berusaha keras menyesuaikan diri dengan kondisi-kondisi baru. Majalah yang mampu bertahan umumnya adalah yang bersifat khusus, misalnya majalah khusus wisata, olahraga, hobi perahu layar, penggemar acara televisi atau berita-berita ilmiah.

**Kedua**, Media Siaran Radio semakin terdesak oleh televisi, namun masih memiliki banyak penggemar. Kecenderungannya adalah jangkauan siaran radio semakin sempit sehingga yang paling mampu bertahan adalah radio-radio yang hanya melayani suatu wilayah kecil saja. Tantangannya tidak kalah dari yang dihadapi oleh koran dan majalah, namun radio terbantu oleh penemuan transistor yang membuatnya jauh lebih ringkas. Selain radio, media siaran juga terdiri dari televisi. Televisi merupakan media baru setelah hadirnya radio. Masyarakat lebih menikmati acara yang disiarkan oleh televisi dibandingkan media lainnya sebab dengan televisi, masyarakat dapat melihat dan mendengar peristiwa yang disampaikan. Berdasarkan dua jenis media massa tersebut setiap media memiliki sejarah dan karakteristik yang berbeda sehingga baik media cetak atau pun siaran sangat dibutuhkan sebagai sarana komunikasi massa (Nur, 2021).

Pada dasarnya, pemberitaan di media massa baik dalam bentuk siaran televisi, radio, berita koran dan *online* serta media lainnya yang tidak terkontrol dengan baik dampaknya akan berakibat buruk. Padahal penyajian berita yang jelek, pada akhirnya tidak hanya sekadar bisa



menjadi sebuah hukuman tetapi juga melahirkan bermacam-macam kejahatan yang memungkinkan timbul kemudian. Dampak itu tidak hanya dirasakan oleh kelompok kecil tetapi bisa berakibat luas dan merugikan semua pihak termasuk negara. Kasus peniruan tindak kejahatan dari sebuah tayangan media sudah bukan barang baru. Para pelaku kejahatan melakukan aksinya setelah melihat berita atau tayangan televisi. Tak mengherankan bila kasus kejahatan seringkali seperti musiman dan *trend*. Saat marak begal motor di tayangan televisi, maka *trend* kejahatan yang berkembang mengenai kejahatan ini seperti bola salju. Demikian pula saat terjadi perampokan warnet, yang sesungguhnya tidak terdapat kapitalisasi modal atau perputaran uang besar di sektor ini, tapi kejadian serupa berulang tidak hanya satu tempat dan di satu daerah saja kejahatan semacam itu, tetapi marak di berbagai wilayah (Harahap et al., 2024)h.

Tidak hanya kejahatan jalanan seperti perampokan, pencurian, penjambretan atau penodongan, juga kasus-kasus kriminal besar seperti terorisme, kejahatan sadis bunuh diri dan mutilasi. Dalam catatan Litbang Kompas, tahun 2008 terjadi 13 kali pembunuhan yang disertai dengan mutilasi. Sebagian pelakunya terungkap dan mengakui, melakukan hal itu karena meniru tayangan di media, dengan berbagai motif berbeda. Peniruan sebuah kejahatan melalui media bisa terjadi secara langsung (*direct effect*) dan tidak langsung atau tertunda (*delyed effect*). Pada anak-anak umumnya bisa terjadi secara langsung. Artinya bukan berarti mereka langsung menjadi penjahat, tapi efek peniruan yang terekam memunculkan perilaku dengan potensi kejahatan pada usia matang mereka. Pada orangtua atau dewasa biasanya efek peniruan terjadi pada situasi mendesak. Pada orang dewasa, peniruan kejahatan baru seperti yang dilihatnya melalui berita atau tayangan televisi juga sangat mungkin terjadi (Sumarwan, 2017).

## **METODE PENELITIAN**

Artikel ini menggunakan metode pendekatan studi kepustakaan karena mengumpulkan data yang berasal dari buku, jurnal, internet, atau literatur tertulis lainnya sebagai landasan penulisan. Studi pustaka menjadi metode pengumpulan data dengan pencarian informasi melalui buku, koran, dan literatur lain yang bertujuan untuk menyusun teori. (Imam Gunawan, 2015) Studi pustaka merupakan kajian teoritis, referensi dan studi literatur lain yang berhubungan dengan budaya, nilai, dan norma yang berkembang pada penelitian (Sugiyono, 2013). Tahapan analisis data dalam artikel ini menggunakan beberapa tahap prosedur. Pertama, peneliti terlebih dahulu menentukan jenis studi kasus yang ingin dilakukan yaitu Analisis terhadap efek media dalam pembentukan opini publik. Selanjutnya, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan studi kepustakaan melalui buku, jurnal, disertasi, tesis, skripsi, laporan penelitian, makalah, laporan/kesimpulan seminar, tulisan resmi yang diterbitkan oleh pemerintah atau lembaga-lembaga yang lain, data digital atau internet, dan literatur lainnya.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Analisis Efek Media Massa dalam Pembentukan Opini Publik**

#### **1. Media Massa**



Media massa atau media sosial seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai interaksi yang sebelumnya belum tersedia bagi orang awam (Zofia & Banowo, n.d.). Pada abad globalisasi ini, media massa tidak ubahnya seperti oksigen bagi kebutuhan pernapasan manusia. Sejak kelopak mata terbuka dan indra lain terbangun dari tidur, segera saja alam sadar kita akan langsung berpikir untuk mengetahui informasi terhangat lewat media massa. Sadar akan kebutuhan zaman yang senantiasa dahaga akan "oksigen" itu, penyedia jasa media pun berlomba-lomba menyuguhkan berjuta informasi dengan segala keunikan dan pernik-pernik didalamnya.

Media massa terdiri dari dua kata yaitu media dan massa. Media adalah bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah atau perantara. Bisa juga dikatakan media adalah alat yang digunakan memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Istilah media sering juga digunakan dengan sebutan berbeda misalnya, saluran, alat, sarana atau dalam bahasa Inggris disebut channel atau medium. Sedangkan Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu *mass* yang berarti kelompok atau kumpulan.

Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain. Media Massa (*Mass Media*) sering juga disingkat jadi "media" saja yaitu channel, saluran, sarana, atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (*channel of mass communication*). Mudah-mudahan media massa adalah media atau sarana yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi atau pesan kepada masyarakat luas. Media massa yang dimaksud disini adalah media massa (atau saluran) yang dihasilkan oleh teknologi modern. Bukan "media massa" yang bersifat tradisional seperti kentongan, beduk dan lain sebagainya.

Media massa atau mass media adalah alat-alat yang digunakan dalam komunikasi massa yang bisa menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibandingkan dengan jenis komunikasi lainnya yaitu media massa dapat mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas kepada masyarakat luar.

Perkembangan tersebut tentunya menjadikan manusia semakin dimanjakan dengan segala yang ada pada abad-abad terakhir ini. Manusia bisa menonton siaran langsung dari belahan dunia manapun, bisa mengakses informasi apapun dan mampu berkomunikasi dengan siapapun di belahan dunia lain. Perkembangan yang begitu pesatnya tersebut tentunya banyak efek, positif maupun negatif, sadar atau tak sadar, manusia akan dibawa kepada dunia yang kalau boleh dikatakan "dunia yang di kendalikan oleh media itu sendiri."

Macam-macam media massa:

- a. Media Massa Cetak (*Printed Media*). Media Cetak adalah media yang terdiri dari lembaran kertas yang tertulis dengan sejumlah kata, kalimat, gambar, dan wacana



yang ditata rapi serta berisikan berbagai macam informasi-informasi, ilmu pengetahuan dan teknologi, hiburan, tips, lapangan pekerjaan, bisnis, aspirasi, opini, promosi dan juga mengenai kejadian di dalam dan luar negara. Contoh dari media massanya adalah Koran, tabloid, majalah, buku, dan lain sebagainya

- b. Media Massa Elektronik (*Electronic Media*). Media massa elektronik adalah media massa yang sarana komunikasinya mempergunakan peralatan elektronik . Jenis media ini ada dua macam yaitu media audio dan audio visual. Media audio misalnya radio, HT dan semisalnya. Sedangkan media audio visual bisa berupa televisi, film dll.

Bahkan di era sekarang sudah tercipta lagi sebuah media baru yang hampir semua manusia dimuka bumi ini menggunakannya media online. Media massa online merupakan media massa yang dapat diakses melalui situs situs internet. Media online merupakan adalah sebuah kekuatan media baru yang sangat menentukan. Dimana hampir setiap orang bisa mengaksesnya melalui *smartphone* tanpa harus ribet dan keluar uang banyak. Bahkan media baru melalui internet ini tidak hanya menjadi kebutuhan masyarakat semata tetapi sudah menjadi gaya hidup (*life style*) era modern seperti sekarang ini. Munculnya media massa online yang dapat diakses melalui situs situs internet ini tidak saja mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. Walaupun kita akui bahwa media massa online ini merupakan bagian dari konversi dari media massa cetak. Namun ada juga media massa online yang benar benar online tanpa diawali atau diikuti dengan media cetak (Alim Puspianto, 2022).

Bittner memaknai komunikasi massa sebagai pesan yang dikomunikasikan lewat media massa pada sejumlah besar orang. Sedangkan menurut Gerbner, komunikasi massa merupakan penciptaan serta distribusi yang berlandaskan teknologi serta lembaga dari arus pesan yang kontinyu dan sangat luas dipunyai orang dalam warga industri.

Terdapat pula definisi komunikasi massa bagi Meletzke, antara lain:

- 1) Komunikasi massa kita artikan tiap wujud komunikasi yang mengantarkan *statement* secara terbuka lewat media penyebaran teknis secara tidak langsung serta satu arah pada publik yang tersebar.
- 2) Komunikasi massa dibedakan dari tipe komunikasi yang lain dengan sesuatu realitas kalau komunikasi massa dialamatkan kepada beberapa populasi dari bermacam kelompok, bukan hanya satu ataupun sebagian orang ataupun sebagian spesial populasi. Komunikasi massa pula memiliki asumsi tersirat hendak terdapatnya alat-alat spesial buat mengantarkan komunikasi supaya komunikasi itu bisa menggapai pada dikala yang sama seluruh orang yang mewakili bermacam susunan warga.
- 3) Wujud baru komunikasi bisa dibedakan dari corak-corak yang lama sebab mempunyai ciri utama selaku berikut: ditunjukkan pada khalayak yang relatif besar, heterogen, serta anonim; pesan di informasikan secara terbuka, kerap kali bisa



mencapai mayoritas khalayak secara serentak, bertabiat sekilas; komunikator cenderung terletak ataupun bergerak dalam organisasi yang lingkungan yang mengaitkan bayaran besar.

Meringkas definisi-definisi tersebut dari para ahli, maka komunikasi massa bisa dimaknai selaku tipe komunikasi yang diperuntukan kepada beberapa khalayak yang tersebar, heterogen, serta anonim lewat media cetak ataupun elektronik sehingga pesan yang sama bisa diterima secara serentak serta sesaat. (Zahra et al., 2024)

## 2. Opini Publik

Menurut Santoso Sastropetro istilah opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah besar orang. Adapun opini publik terdiri dari dua kata yaitu opini dan publik. Kata opini diambil dari kata opinion dalam bahasa Inggris yaitu berarti pendapat. Demikian juga perkataan publik juga berasal dari kata public dalam bahasa Inggris, yang diterjemahkan dalam bahasa Indonesia dalam beberapa pengertian yang tergantung pada konteks kata yang mengiringkannya. Jika dirangkai menjadi farasa public opinion maka kata public diartikan sebagai umum. Karena public opinion diterjemahkan dalam bahasa Indonesia menjadi pendapat umum atau opini publik (Apriadi, 2013).

Adapun menurut Bernard Hennessy opini publik merupakan kompleks preferensi yang dinyatakan sejumlah orang tertentu mengenai isu yang menyangkut kepentingan umum dan didalamnya terdapat beberapa unsur seperti adanya isu, harus ada kelompok orang yang dapat dikenal yang berkepentingan dengan persoalan tersebut, mengacu pada totalitas pendapat para anggota kelompok tentang suatu isu, ekspresi berbagai pendapat yang menumpuk disekita isu, dan adanya besarnya kelompok yang menaruh perhatian terhadap isu. Opini publik mempunyai hubungan yang erat dengan sikap manusia, yaitu sikap pribadi atau sikap kelompok. Opini publik adalah sikap pribadi seseorang atau sikap kelompok, maka sebagian sikapnya ditentukan pengalaman dari dan dalam kelompoknya. Opini Publik dari segi Sosiologi menurut Emory S. Bogardus bahwa opini publik dari segi pengaruh politik, opini publik merupakan dasar dari hukum. Kekuatan hukum tergantung dari dukungan yang diberi opini publik dan apabila opini publik mempunyai opini atau sikap tertentu terhadap suatu masalah, maka sikap itu mempunyai kekuatan hukum, tertulis maupun tidak tertulis.

Menurut Santoso Sastropetro opini adalah suatu pernyataan tentang sikap mengenai suatu masalah yang bersifat kontroversial.<sup>7</sup> Opini timbul sebagai hasil pembicaraan tentang masalah kontroversial yang menimbulkan pendapat berbeda-beda. Untuk memungkinkan suatu opini baru diterima masyarakat, maka harus diusahakan sikap (attitude) masyarakat yang bersangkutan bisa menguntungkan dan mendukung penyebaran opini baru. Setidaknya ada 5 fakta opini publik:

1. Adanya Isu ( Presence of an issue ) Isu dapat didefinisikan sebagai situasi kontemporer yang memungkinkan tidak terdapat kesepakatan, paling tidak unsur kontroversi terkandung didalamnya dan juga isu mengandung konflik kontemporer.



2. Nature of publics. Ada kelompok yang dikenal dan berkepentingan dengan persoalan yang dihadapi.
3. Pilihan yang sulit ( complex of preferences) Mengacu pada totalitas opini para anggota masyarakat tentang suatu isu.
4. Suatu pernyataan/opini (Expression of preferences) Pernyataan biasanya melalui kata-kata yang diucapkan atau dicetak, tetapi sewaktu-waktu, gerak-gerik, kepalan tinju, lambaian tangan dan tarikan napas panjang, merupakan suatu pernyataan/opini.
5. Jumlah orang terlibat ( Number of persons involved) Opini publik adalah besarnya (size) masyarakat yang menaruh perhatian terhadap isu.(Anwar, Arifin, 2010)

Adapun opini publik dalam konteks komunikasi merupakan hasil dari proses penyampaian pesan yang secara kolektif (publik) direspon karena perhatian yang sama terhadap isi pesan (issue) yang disampaikan. Tentunya masing-masing personal mempunyai penafsiran yang mungkin akan sedikit berbeda walaupun kerangka besarnya tetap sama. Perbedaan penafsiran (persepsi) yang terjadi di antara peserta komunikasi dalam beropini menyebabkan pergeseran opini publik. Adapun pergeseran yang terjadi dalam opini publik setidaknya disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya:

a. Faktor Psikologis

Tidak ada kesamaan antara individu yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan atas individu bisa meliputi hobi, kepentingan, pengalaman, dan kerangka berfikir sehingga setiap individu berbeda dalam bentuk dan cara merespon terhadap stimulus atau rangsangan yang menghampirinya. Perbedaan psikologis bisa meliputi dimensi pemikiran (kognitif), bisa juga dimensi emosi (afeksi). Hasil dari proses perubahan psikologi bisa menghasilkan pergeseran makna. Itu sebabnya dalam opini publik seringkali simbol verbal tidak berhubungan sama sekali dengan kenyataan, sebab dalam kenyataannya opini publik itu semata-mata merupakan hasil penyandian individu individu.

b. Faktor Sosiologis Politik.

Ada anggapan bahwa opini publik terlibat dalam interaksi sosial misalnya : a. Saat mewakili citra superioritas yaitu barang siapa menguasai opini publik, maka ia akan mengendalikan orang lain. Karena opini publik bersifat dinamis, maka keberpihakannya bersifat relatif dan cenderung berpihak pada kelompok atau individu yang memiliki kedekatan hubungan. b. Opini publik mewakili suatu kejadian, sehingga individu merasa keberadaannya dalam opini publik serta keterlibatannya sebagai bagian anggota kelompok. c. Opini publik berhubungan dengan citra, rencana, dan operasi (action). d. Opini publik disesuaikan dengan kemauan banyak orang. Banyak orang berlomba-lomba memanfaatkan opini publik sebagai argumentasi atas alasan memutuskan sesuatu. e. Opini publik identik dengan hegemoni ideologi. Kelompok atau pemerintah ingin tetap terus berkuasa,



maka mereka harus mampu menjadikan ideologi kekuasaan menjadi dominan dalam opini publik.

c. Faktor Budaya

Budaya merupakan seperangkat nilai yang dipergunakan untuk mengelola kehidupan manusia, memelihara hidupnya, menjaga dari gangguan internal maupun eksternal dan mengembangkannya. Tentu faktor budaya ini sangat berpengaruh terhadap sebuah opini publik yang berkembang di masyarakat. Menjadi catatan bahwa setiap budaya mempunyai ciri dan karakteristik tersendiri dalam menyikapi sebuah realita. Sehingga faktor budaya sangat berpengaruh terhadap pembentukan opini publik. Bisa dikatakan bahwa isu yang sama akan berbeda responnya jika disajikan kepada orang-orang yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda.

d. Faktor media massa

Menjadi pemahaman bersama bahwa interaksi antara media dengan kehidupan masyarakat nantinya akan menghasilkan produk isi media (media content). Oleh audiens, isi media diubah menjadi gugusan-gugusan makna, apakah yang dihasilkan dari proses penyandian pesan itu, menurut Meyer sangat ditentukan oleh norma-norma yang berlaku dalam masyarakatnya, pengalaman yang lalu, kepribadian dan selektivitas dalam penafsiran.

Dalam komunikasi dan opini, bahasa yang berlaku dalam komunikasi adalah kata-kata lisan atau tulisan melalui hubungan antara jaringan komunikasi yang besar atau kecil dengan pemilik opini mengenai isu untuk kepentingan umum. Sedangkan komunikasi adalah penggunaan tanda-tanda yang berarti untuk membina hubungan sosial. Tanda-tanda dapat dipersempit dengan pertimbangan bahasa sebagai rangsangan, kecuali untuk gerak isyarat dan lambang dalam politik. Pembentukan atau perubahan opini tidak selamanya disebabkan oleh komunikasi, tetapi masyarakat memperoleh pengetahuannya tentang persoalan masyarakat melalui komunikasi. Sekalipun terdapat orang yang membentuk atau mengubah opini mengenai isu masyarakat tanpa suatu komunikasi dengan pihak lain, namun pengamatan secara langsung dapat menambah, memperkuat atau memperlemah arti informasi yang dikomunikasikan (Alim Puspiano, 2022).

## **B. Pengaruh Media Massa Terhadap Persepsi Dan Tingkat Kriminalitas**

### **1. Persepsi**

Penyajian fakta peristiwa umumnya dilakukan melalui medium bahasa berita. Namun, penting untuk diakui bahwa bahasa tidaklah bebas dari nilai-nilai. Bahasa tidak bersifat netral, dan secara unik tidak sepenuhnya terkendali oleh kesadaran individu. Oleh karena itu, bias yang timbul dari bahasa merupakan hal yang sangat berpotensi berbahaya, seakan-akan musuh yang menyerang tanpa disadari dari belakang. Dengan berita yang subjektif dapat membuat masyarakat menyalahartikan suatu peristiwa. Berita seperti kriminal dan peristiwa yang mengandung konflik jika disajikan dengan



subjektif akan menggiring masyarakat untuk memihak salah satu pihak di dalam konflik berita tersebut. Berita mengenai pembunuhan di media massa, pemberitaannya sudah banyak didramatisir, dengan *framing* tertentu seperti melodrama yang cenderung memainkan emosi (Abhiyasa et al., 2024).

Pertimbangan dalam memilih kata-kata terfokus pada dua aspek utama. Pertama, adalah keakuratan penggunaan kata-kata dalam menyampaikan ide, konsep, atau objek yang hendak disampaikan (Suryadi & Ishak Abd. Aziz, 2022). Kedua, adalah kecocokan penggunaan kata-kata tersebut. Selain itu, seleksi kata-kata dalam konteks pelaporan kejahatan kadang-kadang dapat menimbulkan reaksi emosional dari pendengar atau pembacanya. Materi berita yang disajikan dalam media massa merupakan daya tarik yang mampu mengundang keingintahuan pembaca atau masyarakat. Berita yang ditampilkan dapat berupa peristiwa, kejadian, opini, ide dan sebagainya. Berita juga dapat menarik perhatian pembaca karena peristiwa yang diangkat merupakan berita luar biasa, penting, atau mempengaruhi kehidupan masyarakat. Serta mengundang pembaca karena melibatkan emosi, empati dan simpati (Abhiyasa et al., 2024).

## 2. Kriminalitas

Kriminalitas adalah tingkah laku yang melanggar hukum dan melanggar norma-norma sosial, sehingga masyarakat menentangnya. Kriminalitas atau kejahatan itu bukan merupakan peristiwa bawaan sejak lahir dan juga merupakan warisan biologis (Kartini Kartogo, 1992, hal. 130). Tingkah laku kriminal itu bisa dilakukan oleh siapapun juga baik wanita maupun pria dapat berlangsung usia anak, dewasa ataupun lanjut umur. Tindak kejahatan dapat dilakukan secara sadar, yaitu dipikirkan, direncanakan, dan diarahkan pada maksud tertentu secara sadar dan benar, namun bisa dilakukan dengan setengah sadar. Misalnya diderah oleh dorongan-dorongan paksaan yang sangat kuat, dan oleh obsesi-obsesi (gambaran paksaan, seolah-olah dikejar oleh hantu yang jahat). Walaupun begitu kejahatan juga bisa dilakukan dengan tidak sadar sama sekali.

Misalnya, terpaksa untuk mempertahankan hidupnya seseorang harus melawan dan terpaksa membalas menyerang, sehingga terjadi pembunuhan. Masyarakat modern yang sangat kompleks itu menumbuhkan aspirasi-aspirasi materil tinggi, dan sering disertai oleh ambisi-ambisi sosial yang tidak sehat. Berbagai produk modern telah nyata dirasakan oleh manusia modern, di satu sisi memudahkan mereka beraktivitas, di sisi lain mengurangi pertemuan dengan orang lain.

Belakangan ini berita kriminal mendapat perhatian khusus dari masyarakat dan sebagainya, menyajikan tayangan-tayangan seaktual mungkin, tanpa disadari yang menyaksikan adalah masyarakat luas dalam segala usia dari mulai anak-anak sampai orang dewasa (tua). Hal yang sangat membahayakan perkembangan jiwa yang bisa mempengaruhi terhadap kenakalan remaja. Pada masa seperti ini mereka mempunyai sifat yang masih senang meniru tingkah laku orang lain tanpa mempunyai makna apa-



apa. Mereka menempatkan pribadinya ditempat orang lain dan melihat dirinya dari sudut pandang saja.

Dapat dibayangkan pembentukan sikap anak yang bisa menimbulkan kenakalan pada usia remaja awal apabila anak menyaksikan berita-berita kriminal yang ditayangkan oleh televisi seperti pembunuhan, tawuran, penganiayaan dan Sikap kekerasan lainnya yang akan menimbulkan kerugian (*mudharat*) pada orang lain dan juga bisa menimbulkan kerugian pada dirinya serta dapat merusak pola pikir, akhlak dan moral bangsa(Suryadi & Ishak Abd. Aziz, 2022).

Leonard Eron dan Rowell Huesman seperti dikutip Bimo Nugroho, dalam *Dead Media Society* (2005), mengungkapkan hasil penelitian mengenai dampak program tayangan kekerasan di televisi Amerika Serikat pada akhir 1990-an yang sangat dahsyat. Dampak tayangan yang disaksikan anak-anak dari usia 8 tahun hingga usia 22 tahun, hasilnya, tontonan kekerasan anak 8 tahun akan mendorong aksi kriminalitas pada usia 30 tahun.

Gabriel Tarde (1843-1904) mengajukan sebuah teori yang disebutnya sebagai *Society is Imitation* setelah melalui berbagai penelitian. Dalam teori itu Tarde (1843-1904) menyebutkan bawa masyarakat selalu dalam porses meniru untuk menandingi tindakan orang yang dilihat dari keadaan di sekitarnya. Interaksi dalam waktu yang cukup menimbulkan efek peniruan perilaku secara timbal balik. Imitasi ini akan melekat ketika meniru menjadi tradisi hingga menggantikan peran sentral kebudayaan. Orang akan meniru dengan haraan sesuatu didapat dengan mudah tanpa kesulitan atau bahkan tahu apa yang berbuat. Kejahatan memang menjadi efek peniruan yang paling merisaukan masyarakat. Karena efek peniruan ini mempunyai daya getar yang luas dengan dampak negatif yang bermacam-macam. Para pelaku kejahatan melakukan peniruan karena lebih mudah dan sudah nyata hasilnya. Aksi-aksi kejahatan yang telah terekam dengan baik disempurnakan dengan melalui narasi berita ataupun tayangan secara vulgar dan lugas. Akibatnya peniruan memperluas efek kejahatan. Tayangan dan berita media layaknya tutorial dalam aksi-aksi kejahatan yang sajian secara berulang(Sumarwan, 2017).

### **C. Upaya Memperkuat Peran Media Massa dalam Mendukung Kebijakan Penanggulangan Kejahatan atau Kriminalitas**

Media massa dalam konteks berita kejahatan memiliki Klasifikasi tersendiri mana berita kejahatan yang akan dimuat atau ditayangkan, karena tidak semua berita kejahatan akan diangkat dalam media massa. Peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan hukum atau kejahatan yang biasanya dimuat di media massa antara lain:

1. Melibatkan tokoh atau orang terkenal

Sengketa hukum yang melibatkan tokoh atau orang yang terkenal di masyarakat, seperti pejabat pemerintahan, anggota DPR, artis atau tokoh masyarakat. Media melihat dalam posisi apakah tokoh ini bersalah atau tidak;

2. Berkaitan dengan skandal hukum



Skandal hukum ini bisa terjadi pada individu atau pada suatu institusi baik swasta maupun pemerintahan. Pada persoalan ini media melihatnya dalam bentuk kontrol, bagaimana individu atau instansi yang dipercaya masyarakat ternyata terlibat skandal hukum;

3. Pertama kali terjadi

Persoalan hukum yang diangkat adalah ketika ada suatu kasus hukum yang baru pertama kali terjadi dan menarik perhatian publik. Media massa melihat dalam proses pertimbangan hakim terhadap kasus tersebut;

4. Memiliki *problem* hukum

Persoalan ini diangkat oleh media massa ketika ada suatu kasus hukum yang masih memunculkan perdebatan pro dan kontra atau dengan kata lain masih abu-abu. Media massa mengangkat persoalan ini dengan menampilkan silang pendapat tentang kasus tersebut agar masyarakat bisa mengambil kesimpulan terhadapnya; Proses pembuatan undang-undang Media massa mengangkat persoalan ini dalam rangka menginformasikan sekaligus mengontrol proses pembuatannya, apakah ada kepentingan politik tertentu dan apakah undang-undang ini dibuat oleh para wakil rakyat untuk kepentingan rakyat yang diwakilinya;

5. Melihat penerapan undang-undang baru

Media massa melihat bagaimana penerapan undang-undang baru ini, apakah berjalan efektif atau tidak dan juga seberapa siap masyarakat atau para aparat hukum mengantisipasi berlakunya aturan baru ini;

6. Perselisihan antara lembaga hukum

Dalam persoalan ini, media massa melihat dan mengangkat wewenang yang tumpang tindih atau juga perselisihan yang muncul menyangkut persoalan saling lempar tanggung jawab;

7. Pemilihan petinggi hukum

Media massa pada persoalan ini membeberkan dan ikut memberi penilaian, apakah seseorang cocok untuk mendapat dan menduduki jabatan-jabatan pada lembaga tinggi hukum tertentu;

8. Kisah-kisah pencari keadilan

Persoalan hukum ini cukup banyak terjadi dan pada beberapa kasus terjadi pada masyarakat yang miskin. Media massa mengangkat persoalan ini dalam bentuk feature, mengungkap suka dukanya sehingga dapat menggugah masyarakat sekaligus bentuk kritik kepada berjalannya sistem hukum. Apabila masyarakat tergugah bisa jadi akan membantu para pencari keadilan ini;

9. Berkaitan dengan lembaga hukum atau aparat hukum

Dalam persoalan ini, media massa bisa mengangkat seputar profil dan tugas yang dikerjakan oleh lembaga atau aparat hukum yang bersangkutan dengan melihat dari sisi kemanusiaannya



Secara khusus pada poin (1) di atas, masih berkaitan dengan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya terkait pemberitaan berimbang, artinya media massa seharusnya dapat melihat tokoh ini bersalah atau tidak dengan cara melakukan konstruksi yang sama proporsinya dari semua yang terlibat, jangan sampai terjebak menjadi pihak yang memanasakan perbedaan di antara pihak-pihak yang terlibat. Sementara poin lainnya seperti proses pembuatan undang-undang dapat dikonstruksikan pada bagaimana perwakilan rakyat melakukan tugasnya dalam perancangan undang undang, apakah ada pihak yang memiliki kepentingan atau tidak serius dalam tugasnya.

Beberapa media massa memang sudah menjalankan bentuk kontrolnya dengan baik, seperti yang dilakukan oleh Kompas, namun beberapa media massa masih menjadikan kejahatan sebagai bentuk komoditasnya semata, Satjipto Rahardjo menyebut media massa yang banyak memberitakan kejahatan kekerasan khususnya sebagai suatu institusi bisnis dari pada penjaga moral bangsa. Lebih lanjut menurut Satjipto Rahardjo bahwa dalam fungsi media massa sebagai pemberi informasi kepada masyarakat dan pembentuk opini publik tidak bisa disamakan dengan sosialisasi, yang artinya pemberitaan kejahatan yang dominan akan mendorong orang melakukan hal yang sama, namun pemberitaan kejahatan kekerasan yang sistematis dan eksploitatif akan menciptakan keadaan stigmatik dalam diri bangsa (Putra, 2016).

## **KESIMPULAN**

Media massa dan opini public memang memiliki hubungan yang erat. Media massa menjadi unsur terpenting dalam kegiatan komunikasi untuk menjalankan berbagai kepentingan tertentu. Kepentingan-kepentingan inilah yang kemudian menjadi masalah karena kerap kali disebarkan dengan tak berimbang. Media massa digunakan oleh seseorang atau kelompok tertentu, termasuk negara untuk melancarkan isu-isu tertentu sebagai upaya untuk mempengaruhi masyarakat agar memberikan dukungannya terhadap mereka. Media massa digunakan untuk menyebarkan informasi, baik sebagai pencitraan diri, ataupun dalam upaya menjatuhkan lawan atau pihak tertentu. Media massa beroperasi dengan berbagai kepentingan yang ada di belakangnya. Bagi elit politik yang menjadi pemilik media, media massa bisa menjadi alat propaganda untuk pencitraan dirinya.

Lebih dari itu media massa dengan agenda settingnya menjadi salah satu hal yang dapat memicu terbentuknya opini publik yang mampu menyulut reaksi publik melalui pemberitaan yang dimuatnya baik itu media cetak, elektronik maupun internet. Dengan agenda setting, media massa melakukan setting berita untuk diwacanakan penting, yang akhirnya bisa mempengaruhi pikiran masyarakat. Sehingga mereka dengan suka rela dan dengan mudah mengikuti serta menyetujui apa yang diinfokan oleh media massa. Media massa memiliki kekuatan besar untuk menggiring masyarakat ke sebuah wacana, dan mempengaruhi mereka untuk mengikutinya. Dengan kekuatan besarnya tersebut, media massa lantas berkembang menjadi alat bagi negara,



elit politik, dan kelompok-kelompok tertentu memenuhi kepentingan mereka. Media tidak menciptakan pelaku kejahatan tetapi bisa memicu para kriminal melakukan kejahatannya. Banyak pelaku kriminal yang melakukan aksinya karena meniru tayangan di media atau film dan berita

Oleh karena itu media massa harus bisa memberikan informasi yang akurat dan objektif. Ada beberapa media massa yang hanya mementingkan kecepatan berita dapat disebarkan ke masyarakat tanpa memikirkan efek dari berita yang kurang akurat. Sudah banyak contoh kasus dimana berita yang memberikan *framing* yang salah sehingga adanya kesalahpahaman dimasyarakat. Masyarakat harus bisa mencari informasi yang banyak terhadap berita yang biasa kita terima. *Cross check* terhadap semua berita yang kita dapatkan adalah salah satu caranya. Jika informasi yang kita dapatkan memiliki kesamaan informasi dari berbagai sumber yang terpercaya dapat dipastikan bahwa informasi itu dapat dipercaya. Lalu kita harus mengikuti pemberita dengan baik dan akurat. Sehingga informasi yang kita dapatkan dapat berguna untuk kita.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abhiyasa, R., Agung, G., Ida, A., Ide, K., Tri, B., Bima, M., Jauharie, G., Sastika, R., Robinson, A., & Setiawan, A. (2024). *Kajian Kriminologis Terkait Framing Di Media Massa Terhadap Tindak Kriminalitas*. 3(3), 619–624.
- Alim Puspianto. (2022). *Media Massa Dan Pembentukan Opini Publik (Kajian Agenda Settingtheory)* Alim. X(September 2021), 1–22.
- Anwar, Arifin. (2010). *Opini Publik*. Gramata Publishing.
- Apriadi, T. (2013). *Agenda Setting Media Massa*. Grafindo.
- Fitriani, Y., & Pakpahan, R. (2020). Analisa Penyalahgunaan Media Sosial Untuk Penyebaran Cybercrime Di Dunia Maya Atau Cyberspace. *Cakrawala : Jurnal Humaniora*, 20(1), 2579–3314. [Http://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Cakrawala](http://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Cakrawala)
- Harahap, N. M., Islam, U., & Sumatera, N. (2024). *Cyber Crime Dan Analisa Inovasi Pencegahan Resiko Cyber Crime Di Indonesia Cyber Crime Information And Communication Technology Crime Risks And Innovation Analysis Of Cyber Crime Risk*. 3, 52–59.
- Imam Gunawan. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktek* (3rd Ed.). Pt. Bumi Aksara.
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 02, 52. [Https://Jurnal.Kominfo.Go.Id/Index.Php/Mkm/Article/View/4198](https://Jurnal.Kominfo.Go.Id/Index.Php/Mkm/Article/View/4198)
- Putra, E. N. (2016). Peran Media Massa Dalam Penanggulangan Kejahatan. *Jurnal Cakrawala Hukum*, 7(1), 1–17. [Https://Doi.Org/10.26905/Idjch.V7i1.1789](https://Doi.Org/10.26905/Idjch.V7i1.1789)



- 
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2017). Media Massa, Tutorial Aksi Kejahatan. *Deviance Jurnal Kriminologi*, 1(1), 10.
- Suryadi, & Ishak Abd. Aziz. (2022). Pengaruh Tayangan Berita Kriminal Terhadap Perilaku Kenakalan Remaja Di Desa Senaung Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi. *Journal Of Religion And Film*, 1(1), 1–18. <https://doi.org/10.30631/Jrf.V1i1.2>
- Zahra, Y. F., Cendikia, H. F., Molfi, I. I., & Murdiana, V. (2024). Media Massa Sebagai Pembentukan Persepsi Publik. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 02(12), 31–40.
- Zofia, A., & Banowo, E. (N.D.). *Pengaruh Terpaan Berita Begal Di Media Online*. 1–14.