

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. "Peranan" dalam Ilmu Sosial

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata "peranan" berasal dari kata "peran" yang berarti mengambil bagian atau turut aktif dalam suatu kegiatan. Sedangkan kata "peranan" itu sendiri adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau sesuatu yang terutama terjadinya sesuatu hal atau peristiwa.<sup>1</sup> Sedangkan Peranan menurut Grass Masson dan A.W.M.C Eachern, sebagaimana yang dikutip oleh David Berry:

Peranan adalah seperangkat harapan-harapan yang dikenakan pada setiap individu yang menempati kedudukan sosial tertentu. Harapan-harapan tersebut merupakan imbalan dari norma-norma sosial dan oleh karena itu dapat dikatakan bahwa peranan-peranan ditentukan oleh norma-norma dalam masyarakat, dengan maksud, kita diwajibkan untuk melakukan hal-hal yang diharapkan oleh masyarakat, di dalam pekerjaan kita dan di dalam keluarga dan peranan-peranan lainnya.<sup>2</sup>

Di dalam peranan terdapat dua macam harapan, yakni : (1) Harapan dari masyarakat terhadap pemegang peran atau kewajiban dari pemegang peran, (2) Harapan pemegang peran terhadap masyarakat atau terhadap orang-orang yang berhubungan dengannya dalam menjalankan peranannya atau kewajibannya.

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta : Balai Pustaka, 1988), 751.

<sup>2</sup> David Berry, *Pokok-Pokok Pikiran Dalam Sosiologi* (Jakarta: Rajawali, 1981), 99-100.

Dalam penelitian ini, harapan yang dimaksud adalah harapan pertama yaitu harapan dari masyarakat terhadap peran dari pemegang peran (*cyber* NU Jatim) untuk menyebarkan nilai-nilai Aswaja. Peranan *cyber* NU Jatim yang terdiri dari individu-individu yang diberi kedudukan untuk menjalankan tugas yang salah satunya menyebarkan nilai-nilai Aswaja.

#### **B. Tim Cyber Nahdlatul Ulama Jawa Timur**

Sebelum mengurai tentang *Cyber* NU Jatim secara terperinci maka terlebih dahulu peneliti menjelaskan mengenai *Cyber* dan Nahdlatul Ulama sebagai pengantar dalam memahami *Cyber* NU Jatim. Dimulai dari *cyber space* yang dipandang sebagai sebuah dunia komunikasi yang berbasis komputer. Dalam hal ini, *cyber space* dianggap sebagai sebuah realitas baru dalam kehidupan manusia yang dalam bahasa sehari-hari dikenal dengan internet.<sup>3</sup>

Realitas baru ini dalam kenyataannya terbentuk melalui jaringan komputer yang menghubungkan antarnegara atau antarbenua yang berbasis protocol *transmission control protocol* atau *internet protocol*. Hal ini berarti, dalam sistem kerjanya dapatlah dikatakan bahwa *cyber space* (internet) telah mengubah jarak dan waktu menjadi tidak terbatas. Internet digambarkan sebagai kumpulan jaringan komputer

---

<sup>3</sup> Maskun, *Kejahatan Siber (Cyber Crime): Suatu Pengantar* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013), 46.

yang terdiri dari sejumlah jaringan yang lebih kecil yang mempunyai sistem jaringan yang berbeda-beda.<sup>4</sup>

Nahdlatul Ulama (NU) beraqidah Islam menurut faham Ahlusunnah wal Jama'ah dalam bidang aqidah mengikuti madzab Imam Abu Hasan Al-Asy'ari dan Imam Abu Mansur al-Maturidi dalam bidang fiqh mengikuti salah satu madzab empat (Hanafi, Maliki, Syafi'ai dan Hanbali) dan dalam bidang tasawuf mengikuti madzhab Imam al-Junaidi al-Baghdadi dan Abu Hamid al-Ghazali.<sup>5</sup>

Jika dikaitkan dalam hal ini tentang Tim *cyber* NU Jatim itu sendiri merupakan kelompok yang bertugas dengan misi rahasia mengimbangi dakwah ekstrem di luar Nahdlatul Ulama dan meningkatkan *viewer* dari postingan ulama Nahdlatul Ulama yang dipimpin oleh Hakim Jayli.

### C. Nilai-Nilai Aswaja

Pemaknaan nilai dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sifat-sifat atau hal-hal penting yang berguna bagi kemanusiaan.<sup>6</sup> Bermaksud bahwa kualitas yang memang membangkitkan nilai-nilai penghargaan. Nilai menurut Milton Rokeach dan James Bank, sebagaimana yang dikutip oleh Sukardi :

---

<sup>4</sup> Kenny Wiston, *The Internet : Issues of Jurisdiction and Controversies Surrounding Domain Names* (Bandung : Citra Aditya, 2000), 7

<sup>5</sup> Tim Revisi POA PWNU Jawa Timur, *Pefoman Organisasi dan Administrasi dan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga* (Surabaya : PW LTNNU Jawa Timur, 2015), 73-74.

<sup>6</sup> Dedi Sugiono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi IV* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), Cet. 1, 963.

Suatu tipe kepercayaan yang berada dalam lingkup sistem kepercayaan yang di mana seseorang bertindak atau menghindari suatu tindakan atau mengenai sesuatu yang pantas, atau tidak pantas dikerjakan.<sup>7</sup>

Jadi dapat diketahui bahwa nilai adalah sesuatu yang bersifat abstrak, bisa diukur akan tetapi tidak bisa tepat yang merupakan sesuatu yang bermanfaat bagi manusia sebagai acuan tingkah laku yang bersumber pada hati (perasaan).

Sedangkan Aswaja itu sendiri merupakan singkatan dari *Ahlussunnah wa al-Jama'ah*. Ada tiga kata yang membentuk istilah tersebut, yaitu : *Ahl* yang berarti keluarga atau pengikut, *Al-Sunnah* secara bahasa bermakna *al-thariqah wa law ghaira mardhiyah* (jalan atau cara walaupun tidak diridhai),<sup>8</sup> *Al-Jama'ah* berasal dari kata *jama'ah* artinya mengumpulkan sesuatu, dengan mendekatkan sebagian ke sebagian yang lain. Dengan demikian, Aswaja adalah golongan pengikut setia Nabi dan sahabatnya. Dalam *al-Kawakib al-Lamma'ah*, disebutkan bahwa orang-orang yang selalu berpedoman pada Sunnah Nabi dan jalan para sahabatnya dalam masalah akidah keagamaan, amal-amal lahiriyah serta akhlak hati adalah orang yang disebut Aswaja.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Dewa Ketut Sukardi, *Bimbingan Karir di Sekolah-Sekolah* (Jakarta : Galias Indonesia, 1984), 60.

<sup>8</sup> Hasyim Asy'ari, *Risalah Ahlussunnah wa al-Jama'ah* (Tebuireng Jombang : Maktabah al-Turats al-Islami, 1418 H), 5.

<sup>9</sup> *Ibid.*, 7.

Secara organisatoris, *Ahlussunnah Wal-Jama'ah* mengalami pelebagaan di tengah-tengah Muslim Nusantara sejak kehadiran KH. M. Hasyim Asy'ari dan generasi muslim pada zamannya, sehingga berhasil memelopori organisasi Islam Nahdlatul Ulama (NU) yang secara legal berbasis pada *Ahlussunnah Wal-Jama'ah*. Baginya, pola pikir *Ahlussunnah Wal-Jama'ah* mengambil jalan tengah antara ekstrem rasionalis (yaitu Mu'tazilah) dengan kaum ekstrem literalis/*atsariyah* (Salafi/Wahabi). Oleh karena itu, dasar pola pemikiran ini tidak hanya Al-Qur'an dan As-Sunnah tetapi juga menggunakan kemampuan akal ditambah dengan realitas empirik.<sup>10</sup>

Berdasarkan dasar-dasar pemikiran KH. Hasyim Asy'ari untuk menjaga nilai-nilai historis dan meneguhkan Nahdlatul Ulama pada garis-garis perjuangannya (*khiththah*), maka NU secara resmi membuat *fikrah nadliyah* (metode berpikir ke-NU-an). Metode dasar yang ditujukan untuk menjaga konsistensi warga *Nahdliyin* tetap berada pada koridor yang telah ditetapkan diputuskan dalam Musyawarah Nasional Ulama Nomor 02/Munas/VII/2006 di Surabaya tentang *Bahtsul Masail Maudlu'iyah Fikrah Nahdliyah*.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Abdurahman Navis dkk, *Risalah Ahlussunnah Wal-Jama'ah Dari Pembiasaan Menuju Pemahaman dan Pembelaan Akidah-Amaliah NU* (Surabaya : Khalista, 2012), 161.

<sup>11</sup> *Ibid.*, 167.

Sehingga dapat dijadikan dasar nilai-nilai *Ahlussunnah Wal-Jama'ah* sebagai berikut :

1. *Fikrah tawassuthiyyah* (pola pikir moderat), artinya senantiasa bersikap *tawazun* (seimbang) dan *i'tidal* (moderat) dalam menyikapi berbagai persoalan.
2. *Fikrah tasamuhiyyah* (pola pikir toleran), artinya dapat hidup berdampingan secara damai dengan pihak lain walaupun akidah, cara pikir dan budayanya berbeda.
3. *Fikrah ishlahiyyah* (pola pikir reformatif), artinya senantiasa mengupayakan perbaikan menuju ke arah yang lebih baik (*al-ishlah ila ma huwaal-ashlah*).
4. *Fikrah tathawwuriyyah* (pola pikir dinamis), artinya senantiasa melakukan kontekstualisasi dalam merespon berbagai persoalan.
5. *Fikrah manhajiyah* (pola pikir metodologis), artinya senantiasa menggunakan kerangka berpikir yang mengacu kepada *manhaj* yang telah ditetapkan oleh Nahdlatul Ulama.<sup>12</sup>

#### **D. Komunikasi Massa**

Menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney, komunikasi massa adalah sebuah proses di mana pesan-pesan yang diproduksi secara massal atau tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima

---

<sup>12</sup> Abdurahman Navis dkk, *Risalah Ahlussunnah Wal-Jama'ah Dari Pembiasaan Menuju Pemahaman dan Pembelaan Akidah-Amaliah NU*, 169-170 .

pesan yang luas, anonim, dan heterogen.<sup>13</sup> Salah satu fungsi dari komunikasi massa yang menjadi acuan peneliti dalam masalah ini adalah mampu mendorong kohesi sosial. Kohesi yang dimaksud di sini adalah penyatuan, media massa mendorong masyarakat untuk bersatu. Dalam bahasa populer kohesi sosial sama artinya dengan integrasi, dimana media massa mampu meliput beritanya dengan teknik *cover both sides* yaitu meliput dua sisi yang berbeda secara seimbang atau bahkan *all sides* yaitu meliput dari banyak segi suatu kejadian.<sup>14</sup>

Akan tetapi Paul Lazerfeld dan Robert K. Merton mengatakan bahwa media juga mempunyai fungsi *narcoting disfunction* yang berarti racun pembius. Fungsi lain yang tercipta disamping integrasi sosial yakni disintegrasi sosial. Fungsi ini terjadi ketika media massa yang tidak dikelola secara bijak atau bahkan hanya mengejar keuntungan materi bisa menjadi racun bagi masyarakat.<sup>15</sup>

Fungsi ini berdampak riskan kepada masyarakat atau penerima pesan karena pesan yang dikirim mampu diterima komunikasi secara serempak di waktu yang sama. Sehingga dalam komunikasi massa bukan hanya tersusun dari elemen komunikator, pesan dan komunikasi tetapi saluran yang disebut media massa yang mampu memberikan umpan balik, *gatekeeper*, pengatur filter, efek atau masalah yang menjadi tujuan komunikator. Selain itu dalam proses pengiriman

---

<sup>13</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta : Rajawali Pers, 2003), 12.

<sup>14</sup> Ibid., 76.

<sup>15</sup> Ibid., 77.

pesan dalam komunikasi massa tidak terhindar dari gangguan yang terjadi pada saluran (media massa) ataupun secara semantik.

Dalam konteks ini, komunikasi mempunyai model tersendiri dalam proses aliran pesan-pesannya. Peneliti menggunakan model alir banyak tahap dalam penelitian ini. Model ini mengatakan bahwa ada hubungan timbal balik dari media ke khalayak (yang juga berinteraksi satu sama lain), kembali ke media, kemudian kembali lagi ke khalayak, dan seterusnya.<sup>16</sup> Model alir banyak tahap merupakan gabungan dari beberapa model (model alir satu tahap dan model alir dua tahap) yang bertujuan untuk mengilustrasikan sikap, bahwa setiap orang dipengaruhi oleh media massa itu sendiri atau komunikasi antarpribadi, bahkan mempengaruhi media massa dan orang lain.

Selain model komunikasi massa, Dennis MCQuail, memberikan pendapat tentang beberapa jenis teori komunikasi massa yang dianggap mampu untuk menjadikan gagasan disusun secara sistematis yang dapat membantu memahami suatu gejala, tindakan atau memperkirakan suatu akibat yaitu teori ilmiah sosial, teori normatif, teori operasional dan teori sehari-hari.<sup>17</sup> Jenis teori yang digunakan peneliti yakni teori normatif (*Normative Theory*), teori yang berkenaan dengan masalah bagaimana seharusnya media berperan ketika serangkaian nilai sosial ingin diterapkan dan dicapai sesuai dengan sifat dasar nilai-nilai sosial tersebut. Jenis teori ini

---

<sup>16</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, 144.

<sup>17</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Massa* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2013), 4.



begitu penting karena peran dalam membentuk institusi media. Bahkan media berpengaruh besar dalam membantu apa yang diharapkan oleh publik media, organisasi, serta pelaksana organisasi sosial itu sendiri.<sup>18</sup>

### **E. Teori Propaganda**

Teori ini memadukan ide-ide dari aliran behaviorisme dan freudianisme menjadi sebuah visi media yang sangat pesimis dan berperan dalam membentuk tatanan sosial modern. Kekuatan propaganda bukanlah hasil dari substansi, isi atau satuan pesan secara spesifik, tetapi karena pemikiran masyarakat umum yang sangat mudah dipengaruhi. Lasswell berpendapat bahwa propaganda lebih dari sekedar pemanfaatan media untuk membohongi publik agar dapat mengontrol mereka untuk sementara waktu. Masyarakat perlu dipersiapkan secara perlahan agar dapat menerima ide dan tindakan yang sangat berbeda.<sup>19</sup> Karena pandangan dunia manusia terpengaruh oleh tiga faktor utama, yaitu :

1. Kecenderungan personal, manusia terpengaruh pemikirannya oleh sistem prakonsepsi dan nilai-nilai yang tertanam di dalam benaknya semenjak masa kanak-kanak akibat lingkungan.

---

<sup>18</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, 163.

<sup>19</sup> Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Edisi 5: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan* (Jakarta : Salemba Humanika, 2010), 104-105.

2. Pandangan kultural, jika ada kebudayaan lain, manusia melihat beberapa nilai tertentu yang menyimpang dari nilai-nilai yang telah biasa dialaminya (dalam kebudayaan sendiri), manusia merasa kagum, tetapi (kadang) juga jengkel. Bahkan menganggap nilai-nilai menyimpang itu sebagai keliru atau tidak alami (menurut persepsi dirinya).
3. Kedudukan sosial, pikiran manusia dipengaruhi oleh klasifikasi kelas kelompok dan posisi sosial.

Begitulah tiga faktor yang mempengaruhi manusia “memenjarakan” dirinya sehubungan dengan pandangan, teori, sikap dan perilakunya.<sup>20</sup> Melihat dari definisi tentang propaganda, ada beberapa komponen yang perlu dicermati sebagai berikut :

1. Dalam propaganda selalu ada pihak yang dengan sengaja melakukan proses penyebaran pesan untuk mengubah sikap dan perilaku sasaran propaganda. Dalam propaganda yang melakukan kegiatan ini sering disebut sebagai propagandis. Propagandis bisa berupa individu, individu yang dilembagakan (*the institutionalized person*) atau lembaga itu sendiri. Orang yang dilembagakan yang dimaksud adalah setiap kegiatannya selalu dikaitkan atau atas nama lembaga.

---

<sup>20</sup> Nurudin, *Komunikasi Propaganda* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset, 2002), 8.

2. Propaganda dilakukan secara terus-menerus (*continue*). Berbeda dengan kampanye, propaganda dilakukan secara terus-menerus sejauh kepentingan dari propagandis, tetapi kampanye bisa jadi digunakan secara temporer, meskipun dalam kampanye bisa jadi digunakan teknik atau cara propaganda.
3. Ada proses penyampaian ide, gagasan, kepercayaan atau bahkan doktrin. Proses penyampaian pesan ini melibatkan cara tertentu, misalnya sugesti, rumor atau agitasi. Oleh karena itu, propaganda bagi pemahaman orang tertentu harus tertanam sifat objektivitas dan kejujuran, namun bagi yang lain kebohongan, manipulasi juga dibenarkan.
4. Mempunyai tujuan mengubah pendapat, sikap dan perilaku individu atau kelompok lain. Tujuan ini sedemikian pentingnya, sehingga ada sindiran bahwa apa pun akan dilakukan propagandis untuk mewujudkan tujuannya tersebut. Ini pula yang sering dituduhkan orang secara sinis pada propaganda yang melibatkan "menghalalkan segala cara" (tanpa mengindahkan nilai benar tidaknya) untuk mencapai tujuan.

5. Propaganda adalah usaha sadar. Dengan demikian, propaganda adalah sebuah cara sistematis, prosedural dan perencanaan matang. Perencanaan matang ini juga meliputi siapa yang menjadi sasaran, caranya bagaimana, lewat media apa. Hal ini mengingatkan kita pada pendapat Lasswell, siapa, mengatakan apa, menggunakan media apa, kepada siapa dan apa efeknya.
6. Sebagai sebuah program yang mempunyai tujuan kongkrit, maka propaganda akan mencapai sasarannya secara efektif jika menggunakan media yang tepat. Media yang biasanya sangat efektif digunakan adalah media massa, meskipun ada media lain seperti komunikasi lisan, buku dan juga film.<sup>21</sup>

Maka dapat dijadikan sebuah ukuran untuk menimbulkan propaganda. Teori Lasswell menginginkan proses pengondisian yang lama dan cerdas. Penghapusan terhadap pesan ekstremis tetap tidak memperlihatkan efek yang signifikan. Dan tetap saja pesan propaganda dapat disampaikan melalui berbagai media, tidak hanya radio dan Koran. Lasswell menyampaikan,

Strategi propaganda, yang telah menjadi bagian dalam istilah budaya, dapat digambarkan sebagai bahasa dari stimulus-respon. Berdasarkan terjemahan ini, terutama yang dipahami oleh beberapa orang, seseorang propagandis dapat dikatakan sebagai seseorang yang berfokus untuk melipatgandakan stimulasi-stimulasi yang diperhitungkan mampu menarik minat masyarakat, serta meniadakan rangsangan yang dianggap tidak mampu menarik minat mereka. Dihubungkan dengan masalah sosial, masalah para propagandis adalah bahwa mereka harus melipatgandakan semua

---

<sup>21</sup> Nurudin, *Komunikasi Propaganda*, 10-11.

saran yang cocok dengan sikap yang muncul dan membatasi saran-saran yang tidak menyenangkan.<sup>22</sup>

Jika digabungkan antara teori peluru ajaib dan teori Lasswell berasumsi bahwa media dapat beroperasi sebagai lembaga eksternal dan digunakan sebagai alat untuk memanipulasi khalayak pasif secara esensial. Ada ketidakpastian antara teoritikus propaganda mengenai bagaimana menghadapi ancaman media terhadap “cara hidup kita”.<sup>23</sup> Cara terbaik untuk melindungi masyarakat dari propaganda buruk adalah dengan menggunakan propaganda baik. Sementara yang lain, walaupun mereka juga khawatir ancaman propaganda, percaya bahwa analisis propaganda merupakan satu-satunya cara untuk menghadapi propaganda. Artinya, daripada menggunakan propaganda “baik”, akan lebih baik kalau kita mengajari orang-orang bagaimana propaganda beroperasi sehingga mereka dapat mempertahankan diri mereka sendiri melawan propaganda. Sama halnya yang disampaikan oleh John Dewey bahwa manusia adalah makhluk yang baik dan rasional, kontrol terhadap media seharusnya tidak dilakukan oleh seorang elite teknokratik, tetapi semestinya dengan melakukan pendidikan lebih kepada publik.<sup>24</sup>

#### **F. Teori Spiral Kebisuan**

Teori spiral kebisuan mengajukan gagasan bahwa orang-orang yang percaya bahwa pendapat mereka mengenai berbagai isu publik

---

<sup>22</sup> Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Edisi 5: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan* (Jakarta : Salemba Humanika, 2010), 105..

<sup>23</sup> *Ibid.*, 119.

<sup>24</sup> *Ibid.*

merupakan pandangan minoritas cenderung akan menahan diri untuk mengemukakan pandangannya, sedangkan mereka yang meyakini bahwa pandangannya mewakili mayoritas cenderung untuk mengemukakannya kepada orang lain.<sup>25</sup>

Peran Teori Spiral Kebisuan berawal dari adanya gagasan bahwa media dan opini memiliki pengaruh di dalamnya. Sehingga perlu adanya pendalaman kajian mengenai opini publik yang secara luas sudah diterima oleh masyarakat, namun sering kali diartikan atau dipahami secara berbeda-beda. Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss dalam bukunya *Theories of Human Communication* mendefinisikan opini publik adalah pendapat yang dinyatakan secara terbuka, pendapat mengenai masalah-masalah publik, dan pendapat masyarakat sebagai suatu kelompok dan bukan pendapat kelompok yang terdiri atas beberapa individu.<sup>26</sup> Bernard Hennessy mengemukakan lima faktor munculnya opini publik :

Pertama, adanya isu (*presence of an issue*) yaitu sebagai situasi kontemporer yang mungkin tidak terdapat kesepakatan, paling tidak ada unsur kontroversi terkandung di dalamnya. Kedua, ciri publik, harus ada kelompok yang dikenal dan berkepentingan. Ketiga, pilihan yang sulit yang akan mengacu pada totalitas opini anggota masyarakat tentang suatu isu. Keempat, pernyataan opini yang bisa disampaikan melalui kata-kata atau dicetak. Kelima, yang paling dilihat adalah jumlah orang yang terlibat,

---

<sup>25</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, 115.

<sup>26</sup> *Ibid.*, 116.

opini publik mensyaratkan besarnya masyarakat yang menaruh perhatian terhadap isu tertentu.<sup>27</sup>

Teori Spiral Kebisuan ini menyandarkan gagasannya pada tiga pernyataan (*premise*) atau asumsi dasar sebagai berikut :

- a. Individu dengan pandangan menyimpang akan terancam terisolir dari masyarakat.
- b. Kekhawatiran akan terisolir menyebabkan individu selalu mempertimbangkan situasi iklim pendapat sepanjang waktu.
- c. Perilaku publik dipengaruhi oleh penilaian terhadap opini publik.<sup>28</sup>

Spiral kebisuan merupakan gejala atau fenomena yang melibatkan saluran komunikasi personal dan komunikasi melalui media. Sehingga media berperan dalam teori ini untuk membentuk opini publik, yaitu ubikuitas, kumulatif dan konsonan.<sup>29</sup> Media massa memberikan kontribusi terhadap munculnya spiral kebisuan karena media memiliki kemampuan dapat diterima publik secara umum. Dengan kata lain, mereka memiliki pandangan yang bertentangan dengan pandangan khalayak akan lebih sulit untuk mendapatkan tempat di media massa.

Dapat disimpulkan bahwa suatu opini adalah pertanyaan dari sikap, dan opini dapat berubah-ubah dalam hal intensitas dan stabilitasnya. Dengan demikian, opini publik mengacu pada perasaan bersama dari suatu populasi atas suatu masalah tertentu. Seringkali, media menentukan

---

<sup>27</sup> Helene Ollie dan Novi Erlita, *Opini Publik* (Jakarta : PT Indeks, 2011), 22.

<sup>28</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, 117.

<sup>29</sup> Ibid.

masalah apa yang penting atau menarik bagi masyarakat dan media sering kali menciptakan kontroversi terhadap suatu topik.<sup>30</sup> Karena timbulnya opini publik melalui dua sebab, yakni direncanakan dan tidak direncanakan. Dalam hal ini, opini yang tidak direncanakan berarti lahir secara ilmiah, berbeda dengan opini yang direncanakan. Karena direncanakan, maka keorganisasian, media, target tertentu yang menjadi sasaran jelas di sini. Opini muncul karena untuk mempengaruhi opini publik yang sudah berkembang di masyarakat atau sengaja untuk mengkonter opini publik lain yang sudah diyakini masyarakat.<sup>31</sup> Dengan kata lain maka opini publik terbentuk dari pernyataan “opini” belum menjadi opini publik, kemudian dipropagandakan, menjadi opini publik dan mewujudkan propaganda yang berdampak pada perubahan sikap dan perilaku dari masyarakat.<sup>32</sup>

Maka jelas bahwa teori spiral kebisuan berada di persimpangan jalan antara opini publik dan media. Ruang lingkup opini publik menjadi elemen penting dalam teori ini. Menurut Noelle-Neumann, opini publik mengacu pada perasaan bersama dari suatu populasi atas suatu masalah tertentu dan dapat dipengaruhi oleh siapa yang menyetujui atau menolak suatu pandangan.<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, 121.

<sup>31</sup> Nurudin, *Komunikasi Propaganda* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset, 2002), 55.

<sup>32</sup> Ibid.

<sup>33</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, 118.