

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pelecehan Seksual

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) hanya mengenal istilah perbuatan pemerkosaan. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyebutkan bahwa pelaku pelecehan seksual merujuk pada orang yang senang meremehkan atau meremehkan orang lain, terkait seks (gender) atau terkait kasus hubungan seksual antara pria dan wanita.¹⁸ Menurut Collier (1992), mendefinisikan pelecehan seksual di sini sebagai segala bentuk perilaku seksual yang tidak diinginkan oleh orang-orang yang diperlakukan dan pelecehan seksual dapat terjadi atau dialami setiap perempuan dan laki-laki. Sedangkan menurut Rubenstein pelecehan seksual adalah ciri perilaku atau perilaku seksual yang tidak diinginkan berdasarkan jenis kelamin yang menyinggung penerima.

Pelecehan seksual merupakan segala bentuk perilaku yang melecehkan atau merendahkan sehubungan dengan hasrat seksual, yang merugikan atau menyebabkan ketidak nyamanan bagi orang yang diperlakukan seperti itu. Atau juga dapat dipahami sebagai tindakan memaksa seseorang untuk melakukan hubungan seksual atau menjadikan seseorang objek perhatian seksual yang tidak diinginkan.¹⁹

Dari berbagai definisi pelecehan seksual diatas, bahwa segala bentuk perilaku yang bersifat sepihak dan memiliki implikasi seksual

¹⁸ Elly Komala Qisthy Rabathy, "Pelecehan Seksual Di Ruang Publik," *urnal Komunikasi dan Desain*, no. 02 (2018): 56–65.

¹⁹ *Ibid*, hal. 68-70

yang tidak diinginkan oleh korban, dengan indikasi berupa bahasa, kalimat, lambang, dan tindakan yang mengandung makna seksual. Terjadinya pelecehan seksual dapat mengandung unsur-unsur berikut yaitu, adanya pemaksaan sepihak oleh pelaku, kasus ditentukan oleh motivasi pelaku. Pelecehan seksual sifatnya terintimidasi non fisik (verbal, bahasa, visual) atau fisik (gerakan yang terlihat memegang, menyentuh, meraba atau mencium) yang dilakukan seorang laki-laki terhadap perempuan ataupun sebaliknya.

a) Bentuk Pelecehan Seksual

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Houle, Staff, Mortimer, Uggen, dan Blackstone (2011), menemukan bahwa terdapat bentuk dari pelecehan seksual sebagai berikut:

1. Lelucon, komentar atau rumor yang menyebutkan pria atau wanita.
2. Lelucon, komentar atau gosip yang menyinggung yang ditujukan kepada responden.
3. Menanyakan secara langsung mengenai kehidupan pribadi dan seksual responden.
4. Mengawasi atau menyerang ruang pribadi responden.
5. Melihat atau menatap responden dengan cara yang membuat mereka
6. merasa tidak nyaman.
7. Gambar, poster atau hal lainnya yang membuat responden

merasa terganggu.²⁰ Beberapa fenomena yang terjadi dimasyarakat terdapat bentuk-bentuk pelecehan seksual, namun masyarakat menganggapnya tidak terlalu penting dan sangat diacuhkan dalam segi menyikapi hal tersebut, maka banyak sekali terjadi pelecehan seksual baik korban laki-laki atau perempuan, dan diharuskan bagi khalayak masyarakat mampu memahami bentuk-bentuk pelecehan sosial untuk mencegah bertambahnya kasus pelecehan seksual.

b) Jenis-jenis Pelecehan Seksual

Pelecehan seksual dapat terjadi dalam berbagai situasi, dan pelakunya bisa laki-laki atau perempuan. Pelaku pelecehan mungkin tidak merasa bahwa tindakannya mengganggu korban, atau mungkin tidak tahu bahwa tindakannya dianggap sebagai pelecehan seksual. Menurut Dzeich dan Weiner, jenis-jenis pelecehan seksual antara lain:

1. Pemain kekuasaan atau “*liquid pro quo*”, dimana pelaku pelecehan ditukar dengan status (sosial) mereka untuk keuntungan yang dapat mereka tawarkan, seperti mendapatkan atau mempertahankan pekerjaan, mendapatkan nilai bagus, rujukan, proyek, promosi, pesanan, dan peluang lainnya.
2. *Groper*, yaitu pelaku suka memegang anggota tubuh korbannya.

Aksi memegang badan bisa dilakukan di tempat umum atau di

²⁰ Ahmad Saifuddin, “Merumuskan Faktor Penyebab Dan Solusi Pelecehan Seksual Menggunakan Perspektif Psikologi, Sosial, Dan Agama,” *Academia Journal of Multidisciplinary Studies* 5, no. 2 (2021): 381–420

tempat yang sepi.

3. *Incompetence*, yaitu orang yang tidak kompeten secara sosial yang ingin menarik perhatian seseorang yang tidak memiliki perasaan yang sama terhadap pelaku, dan setelah ditolak, pelaku menolak untuk membalas dengan melecehkan.
 4. Lingkungan yang dianggap sebagai lingkungan pornografi, lingkungan yang mengandung konten cabul, lelucon yang berhubungan dengan seksual, kepuasan eksplisit yang menampilkan hal-hal seksual, dan lain-lain. Biasanya tidak ditujukan pada individu seseorang, tetapi dapat menciptakan lingkungan yang tidak nyaman bagi sebagian orang.
 5. *The Great Gallant*, yaitu seseorang yang membuat komentar yang tidak pantas, terlalu pragmatis yang mempermalukan korban. Ini mungkin komentar aktual yang bertentangan dengan kondisi korban yang sebenarnya.
 6. Pelaku berperan sebagai mentor dengan korban, sementara niat seksualnya ditutupi oleh penyamaran yang berkaitan dengan masalah akademis, profesional atau pribadi.²¹
- c) Kategori pelecehan seksual dibagi menjadi 5 jenis, yaitu:
- a. Pelecehan gender: ucapan dan perilaku seksis yang menghina atau memandang rendah wanita. Contohnya termasuk komentar yang menghina, gambar atau kata-kata yang merendahkan

²¹ Myrtati D. Artaria, "Jurnal 2012 (Efek Pelecehan Seksual Dikampus)," *BioKultur* 1, no. 1 (2012): 53–72.

wanita, lelucon atau humor cabul tentang seks atau wanita secara umum.

- b. Perilaku menggoda: perilaku seksual menyinggung, tidak pantas dan tidak disukai. Contohnya termasuk rayuan seksual berulang yang tidak diinginkan, dipaksa untuk makan pergi keluar, minum atau berkencan di malam hari.
- c. Penyipuan seksual: klaim aktivitas seksual atau tindakan terkait seks lainnya dengan janji imbalan. Rencana bisa dilakukan secara terbuka atau secara halus.
- d. Pemaksaan seksual: memaksa aktivitas seksual atau tindakan terkait seks lainnya dengan ancaman hukuman. Contohnya termasuk ulasan pekerjaan negatif, promosi yang dibatalkan, dan ancaman kematian.
- e. Pelanggaran seksual, (seperti menyentuh, merasakan, atau menggenggam paksa) atau kekerasan seksual.²²

d) Faktor-Faktor Terjadinya Pelecehan Seksual

Faktor penyebab terjadinya kekerasan seksual terhadap subjek adalah sebagai berikut:

- a. Unsur ketidakpedulian orang tua, pengabaian orang tua terhadap tumbuh kembang anak dan pergaulan anak menjadikan subjek sebagai korban pelecehan seksual.
- b. Rendahnya faktor moral dan psikologis pelaku. Kegagalan moral dan intelektual untuk berkembang dengan baik membuat

²² Sielly S Laurent et al, "Perancangan Kampanye Sosial Pencegahan Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan Remaja," Jurnal DKV Adiwarna 1, no. 14 (2019): 1–9.

- pelaku tidak dapat mengendalikan keinginan atau perilakunya.
- c. Faktor ekonomi, faktor ekonomi memungkinkan pelaku untuk menjalankan rencana mereka dengan menarik korban untuk menjadi target pelaku.
 - d. Lingkungan sosial, kondisi di mana seorang pria dan seorang wanita dibesarkan, mempengaruhi perilaku mereka di kemudian hari.
 - e. Perspektif yang berbeda dapat menciptakan suasana yang memungkinkan seseorang melakukan pelecehan seksual.
 - f. Suasananya kondusif, secara umum pelecehan seksual di angkutan umum lebih sering terjadi, terutama di angkutan umum yang padat, sehingga beberapa orang menyukai untuk mencari peluang dan seterusnya.
 - g. Memiliki kekuatan lebih tinggi, beberapa subjek terkadang menyalahgunakan kekuatannya untuk melecehkan, biasanya pelaku menganggap korbannya lemah atau takut kehilangan pekerjaannya.
 - h. Memiliki perilaku menyimpang secara seksual, subjek ini seringkali memiliki kelainan seperti suka mengekspos alat kelamin, lebih suka membahas hal-hal erotis atau memiliki perilaku suka mengintip.
 - i. Kurangnya peraturan hukum yang ada, beberapa orang melakukan pelecehan seksual karena tidak ada undang-undang

yang dapat membuat seseorang merasa jera.²³

Dalam jurnal yang berjudul Efek Pelecehan Seksual di Lingkungan Kampus: Studi Preliminer oleh Myrtati D. Artaria, mengungkapkan kemungkinan dampak pada korban pelecehan seksual mencakup penurunan mental dalam bersosial, mungkin juga kehilangan pekerjaan atau dan kemudian kehilangan penghasilan.²⁴

B. Media Sosial

Media sosial ialah salah satu alat yang dapat menghubungkan segalanya, dan yang terpenting, media sosial juga merupakan alat yang cepat untuk berbagi informasi. Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan, jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta. Dari jumlah tersebut, 95% memakai internet untuk mengakses jejaring sosial.²⁵ Dengan terus munculnya situs media sosial (jejaring sosial), secara umum media sosial mampu memberikan daya tarik yang tinggi untuk penggunaanya dalam hal, berbagi, berpartisipasi, dan membuat konten dalam bentuk blog, wiki, forum, sosial jaringan dunia maya, yang mengandalkan teknologi multimedia yang semakin kompleks.

Kehadiran media sosial berperan sebagai alat bantu untuk menambah relasi, membuat seseorang lebih dikenal luas, sebagai sarana untuk bertemu dengan teman lama, sebagai media untuk penyebaran

²³ Ulfah Fajarini, "Human Geografi Dan Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri.", Jurnal Harkat : Media Komunikasi Gender, 17 (I), 2021, 54-55

²⁴ Artaria, M. D. (2012). Efek Pelecehan Seksual di Lingkungan Kampus: Studi Preliminer. Biokultur, 1(1), 60-61

²⁵ Dhifa Nabila, Elvaretta Octavia, and Ghoniyatu Zahira, "Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.0" (Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), 7–8

pengetahuan dan dakwah, bahkan sebagai media untuk mendapatkan pasangan. Di antara banyak manfaat yang ditawarkan, media sosial juga memiliki beberapa kekurangan atau dampak negatif. Seperti kemunculan pendatang baru tak dikenal kerap membuat resah pengguna media sosial, privasi kerap dilanggar penggunanya.

a. Karakteristik Media Sosial

Beberapa karakteristik dari media sosial, yakni sebagai berikut:

1. Sebagai jaringan (network) antar pengguna, media sosial dapat dibangun dari suatu struktur sosial yang terbentuk di dalam suatu jaringan atau di internet.
2. Informasi menjadi entitas penting dalam media sosial. Tidak seperti media lain di internet, pengguna media sosial membuat representasi identitas mereka, berinteraksi berdasarkan informasi, yang menjadi barang untuk dikonsumsi di antara pengguna.
3. Interaksi, secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial setidaknya dalam bentuk saling mengomentari atau mengacungkan jempol seperti suka
4. Penyebaran (share atau sharing), merupakan komentar yang tidak hanya berupa opini, tetapi juga data atau fakta terkini. Penyebaran itu penting di media sosial, termasuk upaya untuk berbagi informasi yang dianggap penting dengan komunitas media sosial lainnya, mengungkapkan pandangan tentang suatu masalah atau informasi yang disiarkan. Konten tersebut merupakan cara untuk memperbanyak

informasi atau data terkini yang menjadikan semakin lengkap.²⁶

b. Jenis-jenis Media Sosial

Terdapat ada enam jenis utama media sosial, yakni sebagai berikut:

1. Social Networking, ialah sarana yang memungkinkan terjadinya interaksi, termasuk efek dari interaksi tersebut di dunia maya. Fitur utama situs jejaring sosial adalah pengguna membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, pembentukan jaringan pertemanan baru ini didasarkan pada minat yang sama, seperti hobi bersama. Contoh jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok
2. Blog, merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas sehari-hari, memberikan masukan dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan lain-lain.
3. Microblogging, merupakan jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk menulis dan mengunggah aktivitas dan opininya. Secara historis, jenis kehadiran media sosial ini mengacu pada tampilan yang hanya menyediakan ruang tertentu, maksimum 140 karakter. Contohnya seperti Twitter.
4. Media sharing, merupakan jenis media sosial untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar, online. Contoh media sosial tersebut adalah Youtube, Flickr, Photo-bucket

²⁶ Rafinita Aditia, "Fenomena Phubbing: Suatu Degradasi Relasi Sosial Sebagai Dampak Media Sosial," *KELUWIH: Jurnal Sosial dan Humaniora* 2, no. 1 (2021): 8–14.

atau Snapfish.

5. Social bookmarking, adalah jenis media sosial yang digunakan untuk mengatur, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita secara online. Situs social bookmarking yang populer adalah Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com dan di Indonesia sendiri adalah LintasMe.
6. Wiki atau media konten bersama adalah situs yang isinya merupakan hasil kolaborasi pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau mengedit konten yang dipublikasikan.²⁷

c. Tiktok

TikTok merupakan platform media sosial yang memungkinkan pengguna membuat, berbagi dan mendownload video pendek. TikTok pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 2017. Namun, pada tahun 2018, aplikasi ini diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Karena khawatir akan membawa dampak negatif bagi kaum muda. Meskipun demikian, TikTok telah menjadi budaya populer di Indonesia pada tahun 2020 dan menjadikan aplikasi yang terpopuler di dunia. Indonesia berada di urutan kedua setelah Amerika dengan jumlah pengguna aktif TikTok sebesar 99,1 juta orang termasuk media online dan konvensional yang masing-masing memiliki akun tiktok.²⁸ Dalam content-nya, para media mengunggah pemberitaan

²⁷ Rulli Nasrullah, "Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Sositeknologi" (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 39.

²⁸ Togi Prima Hasilolan, Rezki Pratami, dan Umaimah Wahid, "Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19," Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi

hard news maupun *soft news* secara singkat dengan memanfaatkan fitur caption dan hashtags untuk dibagikan kepada pengguna yang dituju.²⁹

Berikut ini beberapa alasan aplikasi TikTok menjadi populer di Indonesia, antara lain sebagai berikut:

a. Manfaat Penggunaan Aplikasi TikTok

Menurut Demmy Deriyanto dan Fathul Qorib, tiktok memberikan banyak manfaat untuk penggunanya seperti memperluas jaringan pertemanan, hiburan, dan memberikan segala informasi yang menarik.³⁰ Aplikasi TikTok bisa digunakan sebagai media hiburan, media pembelajaran atau edukasi, media promosi, dan media interaksi sosial.

b. Aplikasi TikTok sebagai Media Hiburan

Aplikasi TikTok bisa digunakan sebagai media hiburan, cara mengekspresikan diri, dan mengeluarkan kreativitas yang dimiliki seseorang. Konten yang ada pada aplikasi TikTok ini umumnya berupa video-video lucu untuk menghibur para penggunanya.³¹

c. Aplikasi TikTok sebagai Media Pembelajaran atau Edukasi

TikTok juga dapat digunakan sebagai media konten

5, no. 2 (13 Agustus 2020): 70–80

²⁹ Jilan Dwina Suryaputri dan Ratri Rizki, “Fenomena Jurnalisme TikTok di Media Baru,” *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital* 1, no. 2 (14 Februari 2022): 115–26,

³⁰ Yuvira Isnavita Ulva dan Mufti Khakim, “Perlindungan Hukum Terhadap Anak Dari Tindak Pidana Kesusilaan Melalui Media Sosial Tik Tok Dan Instagram”, *Jurnal. Faculty of Law – Universitas PGRI Madiun*, (2021): 3

³¹ Agia Dwi Visi Utami, Suci Nujiana, dan Dasrun Hidayat, “Aplikasi TikTok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19,” *Communication Science Program, Social Politic Faculty Universitas Muhammadiyah Buton* 4, no. 1 (2021): 40–47.

pendidikan, khususnya di bidang pembelajaran digital. TikTok sebagai media pembelajaran untuk menciptakan lingkungan belajar yang menarik dan interaktif bagi siswanya. Menurut *Head of Content and User Operations* TikTok Indonesia, telah terjadi peningkatan konten edukasi di platform tersebut. Adanya TikTok *Class* yang memberikan pelatihan kepada pengguna yang ingin membuat konten edukasi dan menjadi kreator sendiri. Secara keseluruhan, format pendek platform, konten yang dapat dihubungkan, dan berbagai program dan inisiatif yang ada, menunjukkan kemampuan TikTok untuk digunakan sebagai alat yang efektif untuk pembelajaran dan pendidikan digital.³²

d. Aplikasi TikTok Sebagai Media Promosi

Menurut Maulana Ishak, jumlah pengguna aktif TikTok di Indonesia berkisar antara 10 juta hingga 732 juta. Jumlah pengguna yang tinggi ini menjadikan TikTok pasar yang berharga untuk mempromosikan produk. Pemilik bisnis memiliki cara berbeda untuk menarik pelanggan dengan membuat video menarik dan kreatif di TikTok yang sesuai dengan tren saat ini.³³

Bahkan platform belanja online seperti Shoppe, Lazada, dan Tokopedia. TikTok telah menjadi platform untuk

³² Ibid. 47-49

³³ Demmy Deriyanto dan Fathul Qorib, "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 7, no. 2 (2018). 50-52

mempromosikan produk, dan pemilik bisnis menggunakannya untuk mengiklankan produk mereka melalui penjualan besar dan promosi lainnya. Selain itu, algoritme TikTok juga membantu menjangkau audiens target yang tepat dengan menampilkan konten kepada mereka yang kemungkinan besar tertarik.

e. Aplikasi TikTok sebagai Media Interaksi Sosial

TikTok juga dapat digunakan sebagai platform media sosial untuk berinteraksi dengan orang lain. Konten di TikTok memberikan informasi dan berita tentang peristiwa terkini di seluruh dunia. Aplikasi ini juga menampilkan bagian komentar, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara terbuka satu sama lain dan berbagi pemikiran dan pendapat mereka. Selain itu, ia juga memiliki fitur perpesanan langsung untuk interaksi pribadi. Fitur-fitur ini memungkinkan pengguna untuk terhubung satu sama lain, berbagi informasi, dan terlibat dalam diskusi terbuka di platform. Itu juga memungkinkan pengguna untuk mengikuti dan berinteraksi dengan orang-orang dari seluruh dunia, menjadikannya alat yang hebat untuk bersosialisasi dan memperluas jaringan seseorang.³⁴

C. Analisis isi (*content analysis*)

Analisi isi adalah setiap prosedur sistematis yang dirancang untuk mengkaji isi informasi terekam. Datanya bisa berupa dokumen-

³⁴ Ibid, 52-53

dokumen tertulis, film-film, rekaman-rekaman audio, sajian-sajian video, atau jenis media komunikasi yang lain. Analisis ini biasanya digunakan pada penelitian kualitatif. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik symbol coding, yaitu mencatat lambing atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi.³⁵

Fokus dari analisis isi ini untuk mengkaji suatu pesan atau informasi dan dapat menguraikannya secara objektif. Hal ini dapat dilakukan untuk mengenal dan mempelajari pola pikir masyarakat dengan menganalisis, koran, program televisi, musik ataupun majalah, atau dengan kata lain analisis isi bukan meneliti tentang orang/instansi yang memproduksi dan menyebarkan informasi namun menelaah tentang bagaimana mereka menciptakan komunikasi. Secara teknik, *content analysis* mencakup upaya-upaya, klasifikasi lambang-lambang yang dipakai dalam komunikasi, menggunakan kriteria dalam klasifikasi, dan menggunakan teknik analisis tertentu dalam membuat prediksi.³⁶ Analisis isi kualitatif disebut pula sebagai *Ethnographic Content Analysis*, yaitu perpaduan analisis isi objek dengan observasi partisipan, metode analisis isi pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.³⁷

³⁵ Richard West Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Salemba Humanika: Jakarta, 2008) hal. 89

³⁶ Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2009), hal. 167

³⁷ Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2009), hal. 170

Menurut beberapa pakar, analisis isi dimaknai sebagai berikut: Holsti: Analisis isi adalah suatu teknik dalam mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara obyektif dan sistematis. Krippendorff, analisis isi sebagai suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (replicable) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur-prosedur khusus untuk pemrosesan data ilmiah.³⁸

Selain tokoh di atas beberapa tokoh lain juga ada yang mendefinisikan analisis isi dengan beragam antara lain: Charles R. Wright, George V Zito, McQuail, dll. Lasswell sebagai pelopor analisis isi memperkenalkan teknik pengkodean simbol, yakni mencatat lambang atau pesan yang disusun secara sistematis.³⁹ Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis isi digunakan oleh peneliti yang ingin memperoleh penjelasan yang terkandung suatu isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk tanda-tanda, simbol-simbol, lambang-lambang atau kriteria-kriteria tertentu. Ilmu content analysis lebih spesifik digunakan untuk menganalisis teks secara utuh dan memfokuskan pada simbol-simbol yang akan dimaknai dalam interaksi sosial, teknik ini digunakan untuk deskripsi objektif, sistematis dan kuantitatif dari konteks nyata.

Analisis isi juga dapat digunakan dalam menganalisis konten atau

³⁸ Ibid, hal 168

³⁹ Eriyanto, Analisis Isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2011) hal. 39-41

isi media baik cetak maupun elektronik, baik itu komunikasi antar pribadi, kelompok, dan jenis komunikasi lainnya, dengan syarat adanya dokumen atau bukti yang dapat dianalisis. Analisis isi bersifat menjelaskan dengan tujuan memprediksi dampak dari sebuah komunikasi/informasi.⁴⁰

a. Berikut merupakan ciri-ciri dari analisis isi:

1. Objektif, analisis dilakukan untuk mendapatkan hasil dari sebuah isi secara apa adanya tanpa terdapat unsur pendapat peneliti.
2. Sistematis, semua aspek dan tahapan serta proses penelitian dirumuskan secara jelas dan sistematis.
3. Replicable, penelitian yang dapat diulang dari penelitian tertentu dan menghasilkan temuan yang sama dalam konteks isi yang berbeda peneliti, waktu penelitian dan isi penelitian.
4. Manifest (isinya tampak), latent (isi yang tidak tampak) atau juga dapat diartikan menganalisis isi pesan tersembunyi.
5. Summarizing Perangkuman, dapat menyajikan secara keseluruhan maksud isi, dengan menganalisis isi lebih dari satu kasus.
6. Generalisasi, tidak hanya rangkuman namun analisis isi juga dapat memberi gambaran populasi.⁴¹

⁴⁰ Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2009), hal. 170

⁴¹ Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2009), hal. 170

b. Adapun tujuan dari analisis isi, antara lain:

1. Menggambarkan karakteristik pesan. Analisis isi dipakai untuk menggambarkan karakteristik dari suatu pesan, analisis isi juga dipakai untuk menjawab pertanyaan "what, to whom dan how". Analisis ini menggambarkan secara detail deskripsi dari suatu pesan yang hanya menggambarkan pesan teks.
2. Menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Analisis isi dipakai untuk melihat gambaran atau karakteristik dari suatu pesan dan digunakan untuk menarik sebuah kesimpulan penyebab dari suatu pesan.

Batasan-batasan mengenai analisis isi dikemukakan dalam dua pendekatan, yaitu pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Pendekatan kuantitatif mengemukakan ketepatan dalam mengidentifikasi isi dari pesan yang muncul, seperti perhitungan dan penyebutan yang berulang-ulang dari kata tertentu.