

BAB II

PEMBAHASAN

A. Kajian Literatur

a. Komunikasi

Defenisi mengenai komunikasi dapat berbeda antara para ahli satu dengan ahli yang lainnya. Namun pada dasarnya komunikasi merupakan proses penyampaian dan penerimaan lambang-lambang yang mengandung arti, baik yang berujud informasi-informasi, pemikiran-pemikiran pengetahuan ataupun yang lain-lain dari penyampai atau komunikator pada penerima atau komunikan. Dalam komunikasi adanya pengertian bersama dari lambang-lambang tersebut dan karena itu komunikasi merupakan proses sosial menurut Katz dalam (Bimo Walgito.2003.1)

Menurut (Bimo Walgito.2003.2) dalam komunikasi terdapat didalamnya unsur-unsur yaitu:

1. Komunikator atau penyampai, dalam hal ini dapat berujud antara orang lain yang sedang berbicara, orang yang sedang menulis, orang yang sedang menggambar atau orang yang sedang menyiarkan berita televisi.
2. Pesan atau *message* yang disampaikan oleh komunkator, yang dapat berujud pengetahuan ataupun ide-ide atau gagasan, sikap dan sebagainya. pesan ini berkaitan dengan lambang-lambang yang mempunyai arti.

3. Media atau saluran, yaitu merupakan perangkat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator. Ini yang sering disebut dengan media komunikasi dapat berwujud dalam media komunikasi cetak dan non cetak, dapat verbal dan non verbal
4. Penerima pesan atau komunikan ini dapat juga sebagai seorang individu tetapi juga dapat sekelompok individu-individu komunikan ini dapat berbentuk antara lain sebagai pendengar, penonton ataupun pembaca.

Teori Komunikasi matematis dari *Shannon* dan *Weaver* (1949; *Weaver*, 1949) sangat di terima secara luas sebagai salah satu dasar berkembangnya ilmu komunikasi. Teori ini adalah contoh yang jelas dari mazhab proses, yang memandang komunikasi sebagai transmisi pesan. (*Fiske*.2012.9)

Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari semula yang dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang menjadi dua orang atau lebih- *Gode*, 1959. *Claude E. Shannon* dan *Warren Weaver* (1949), dua orang insinyur listrik menyatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan lima unsur yang mendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal, penerima, dan tujuan. (*Cangara*.2008.23).

(*Bimo Walgito*.2003.2) komunikasi dapat berlangsung searah tetapi juga dapat berlangsung dua arah. Komunikasi berlangsung searah bila dalam proses komunikasi itu tidak ada umpan balik dari komunikan kepada komunikator. Dalam proses ini komunikator memberikan pesan kepada komunikan, dan komunikan menerima saja yang diberikan komunikator, tanpa memberikan

respon balik terhadap pesan yang diterimanya dengan demikian komunikasi bersifat pasif.

Komunikasi yang dua arah menempatkan komunikator lebih aktif, dalam arti komunikator dapat atau perlu memberikan tanggapan sebagai umpan balik tentang pesan yang diterima dari komunikator. Dengan demikian dalam komunikasi dua arah baik komunikator maupun komunikan saling memberikan umpan sehingga masing-masing pihak aktif dalam proses komunikasi. Dalam komunikasi dua arah komunikator tidak hanya tinggal menerima saja pesan dari komunikator, tetapi ikut menganalisis, menanggapi apa yang dikemukakan oleh komunikator. Oleh karena itu pada umumnya komunikasi dua arah lebih baik dari komunikasi searah.

(Didi Supriadi dan Deni Darmawan, 2012:50) komunikasi dan opini, komunikasi adalah penggunaan tanda-tanda yang berarti untuk membina hubungan sosial. Tanda-tanda dapat dipersempit dengan mempertimbangkan bahasa sebagai rangsangan, kecuali untuk gerak isyarat dan lambang dalam politik. Menurut Bernard Hennessy, bahasa yang berlaku dalam komunikasi adalah kata-kata lisan ataupun tulisan, melalui hubungan antara jaringan komunikasi yang besar dan kecil, dan dengan pemilik opini mengenai isu kepentingan umum/publik.

b. Jenis Komunikasi Internal

1. Komunikasi Personal (*Personal Communication*)

Komunikasi personal ialah komunikasi antara dua orang dan dapat berlangsung dengan dua cara :

- a. Komunikasi tatap muka (*Face to face communication*)
- b. Komunikasi bermedia (*Mediated Communication*)

2. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

Komunikasi kelompok ialah komunikasi antara seseorang dengan sekelompok orang dalam situasi tatap muka. Kelompok ini bisa kecil, dapat juga besar. tergantung berapa jumlah orang.

- a. Komunikasi kelompok kecil

Yaitu komunikasi yang terjalin antara seorang manajer atau administrator dengan karyawannya yang memungkinkan terdapatnya kesempatan bagi seorang untuk memberikan tanggapan secara verbal.

- b. Komunikasi kelompok besar

Dalam suatu situasi komunikasi hampir tidak terdapat kesempatan untuk memberikan tanggapan secara verbal. Dengan kata lain komunikasi dengan kelompok besar, kecil sekali kemungkinannya bagi komunikator untuk berdialog dengan komunikan. Namun tidak semua komunikasi dalam kelompok besar terhambat apabila kita mengetahui saran untuk memperhatikan hal-hal berikut ini :

- 1) Adakanlah persiapan yang seksama sebelum berkomunikasi
- 2) Bangkitkanlah perhatian sebelum komunikasi dimulai
- 3) Peliharalah kontak pribadi secara berkomunikasi
- 4) Tunjukkan diri sebagai komunikator terpercaya

- 5) Bicaralah secara meyakinkan
- 6) Aturlah intonasi sehingga menimbulkan gairah dan kemukakanlah pesan komunikasi yang menyangkut kepentingan komunikan, bukan kepentingan komunikator semata. (Effendy:2007:126)

c. Pengertian Opini

Berdasarkan etimologi (etymology: ilmu tentang asal kata) opini publik adalah terjemahan dari kosakata bahasa Inggris yakni public opinion. Ditinjau dari asal katanya (etymology) public opinion berasal dari bahasa Latin yakni *opinary oblicus*. Adapun *opinary* berarti berfikir atau menduga. Dalam bahasa Inggris juga mengandung arti *options and hope* yang juga berasal dari bahasa Latin yaitu *optio*. Sedangkan *publitis* mempunyai arti milik masyarakat luas.

Menurut para ahli sebagai berikut :

- a. Opini menurut Frazier Moore (2004) opini lebih kuat dari pada sebuah kesan tetapi lebih lemah dari pengetahuan yang positif. Opini merupakan suatu kesimpulan yang ada dalam pikiran dan belum dikeluarkan untuk diperdebatkan
- b. William Albright (1939) menjelaskan sebagai berikut mengenai opini
“opinion is any expressions on a controversial topic”¹

Pada tahun 1781 istilah opini muncul dalam *Oxford Dictionary* (Noelle Neumann, 1980, 84). Dalam pengertian bebas pada abad 18 dan 19, opini itu

¹

https://www.google.com.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://chelsyyesicha.staff.unri.ac.id/files/2012/03/OP1.pdf&ved=0ahUKEwjU_bSs2JcAhUGLo8KHQAiCokQFgg5MAU&usg=AOvVaw2N40KLudfkq_7kfAWnOQh

masih berhubungan dengan perbedaan publik umum yang bersifat pribadi. Artinya, Opini membatasi diri terhadap sesuatu yang bersifat umum. (Rumanti.2005.60)

Opini itu identik dengan pengertian kebebasan, keterbukaan dalam mengungkapkan ide-ide, pendapat, keinginan, kebutuhan, keluhan, kritik yang membangun, dan kebebasan didalam penulisan. Dengan kata lain, Opini itu merupakan efek dari kebebasan dalam mengungkapkan ide-ide dan pendapat. (Rumanti.2005.80)

Opini menurut *William Albiq* (Santoso S.1990) adalah suatu jumlah dari pendapat individu-individu yang di peroleh melalui perdebatan dan opini publik merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik. *Emory S. Bogardus* dalam *The Making of Public Opinion* mengatakan opini publik hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan di dalam masyarakat demokratis. Opini bukan merupakan seluruh jumlah pendapat individu-individu yang di kumpulkan. (Olii.2007.20)

Ada persamaan opini antara *William McDougall* dengan *Otto Friedman* yang berpendapat antara opini publik serta sikap pribadi manusia ada hubungan yang erat, pengalaman pribadi menentukan sikap serta tergantung pada pengalaman masyarakatnya sendiri tentang rangka ini orang menentukan sikapnya serta membentuk opininya bila menghadapi suatu persoalan, sehingga sikap membentuk opini publik. (Olii.2007.22)

1. Opini dari segi sosiologi. Pemikiran *Emory S. Bogardus*, bahwa opini publik dari segi pengaruh politik. Bogardus berpendapat, 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, masalah, maka sikap itu mempunyai kekuatan hukum, tertulis ataupun tidak tertulis.

2. Opini dari segi ilmu komunikasi. Komunikasi mengenai soal-soal tertentu, apabila dibawa dalam bentuk tertentu kepada orang-orang tertentu akan memberi efek tertentu pula. Komunikasi yang diadakan dan ditujukan kepada persoalan tertentu akan menghasilkan interpretasi dan pernyataan-pernyataan tertentu, maka ditemukan unsur aktualitasnya. Tindakan komunikasi membawa persoalan kepada orang-orang dengan harapan akan memperoleh tanggapan atau umpan balik. Disini letak persamaan dengan opini *Leonard W. Doob* mengenai opini publik, yaitu opini publik yang aktual (*actual public opinion*).

Dalam buku ilmu psikologi, opini adalah ekspresi sikap. dengan demikian opini itu adalah sebuah aktualisasi. Jadi sikap masih berada dalam diri orang sebelum dimunculkan, sedangkan opini sudah lebih dari itu, dimunculkan dan dibuktikan akan bisa di indera oleh manusia (ekspresi). Seseorang yang sedang mengeluarkan opini bisa dilihat dari komunikasi verbal dan komunikasi non verbalnya. Lain dengan sikap. Diam adalah sikap. Tetapi diam tidak bisa di inderakan secara utuh dan masih ada dalam diri seseorang (Nurudin, 2001)²

² https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31056882/07130097-hendra-kurniawan.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1525260126&Signature=%2B2PR6rj5NZ2iVXdK9xwYJCCtoA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D%20Metodologi_penelitian.pdf

Opini dapat dinyatakan secara aktif maupun secara pasif.

Opini dapat dinyatakan secara verbal, terbuka dengan kata-kata yang dapat di tafsir secara jelas, ataupun melalui pilhan kata-kata yang sangat halus dan secara tidak langsung dapat diartikan (konotatif). Opini dapat pula dinyatakan melalui perilaku, bahasa tubuh, raut muka, simbol-simbol tertulis, pakaian yang dikenakan, atau tanda-tanda yang terbilang jumlahnya, melalui referensi, nilai-nilai, pandangan, sikap dan kesetiaan. (Renald Kasali, 2003)³

Menurut (Didi Supriadi dan Deni darmawan.2012.53) pembentukan opini atau perubahan opini tidak selamanya disebabkan oleh komunikasi. Naluri dan belajar tanpa bantuan melalui pengalaman perorangan dapat menghasilkan sikap dan pandangan mengenai suatu persoalan. Tidak ada opini lahir tanpa belajar dan kecuali jenis belajar yang terbatas (tidak melalui pendidikan sekolah) bisa terjadi tanpa hubungan sosial, tetapi hanya tercipta melalui komunikasi, jadi komunikasi sangat penting dalam pembentukan opini. Anggota masyarakat mendapat semua pengetahuan tentang persoalan masyarakat melalui komunikasi.

Komunikasi berinteraksi dengan pengamatan pribadi.sekalipun terdapat orang yang membentuk atau mengubah opini mengenai isu msasyarakat tanpa suatu komunikasi dengan pihak orang lain, namun pengmatan langsung dapat memperkuat atau memperlemaharti informasi yang dikomunikasikan. Jadi, banyak opini yang dibentuk melalui komunikasi diuji dengan pengalaman pribadi.

³ https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31056882/07130097-hendra-kurniawan.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1525260126&Signature=%2B2PR6rj5NZ2iVXdK9xwYJCCtoA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D%20Metodologi_penelitian.pdf

Banyak cara, baik perorangan maupun kelompok untuk mengurangi konflik dan tidak keselarasan komunikasi dan pengamatan. Secara pribadi dan kelompok kita hanya cenderung melihat dan mendengar apa yang ingin kita lihat dan dengar. Jadi komunikasi cenderung dengan identik atau paling tidak sama dengan pengamatan.

Opini berarti kesimpulan yang ada dalam pikiran dan belum dikeluarkan untuk bisa diperdebatkan. Suatu opini yang kira – kira sudah menetap adalah sentiment dan jika dipegang secara teguh kurang lebih adalah suatu keyakinan sedangkan pandangan adalah suatu opini yang agak diwarnai oleh kecenderungan. (H. Frazier Moore, 1987:49)

Menurut William Albig dalam Abdurrachman (1993:53) opini itu adalah suatu pernyataan mengenai sesuatu yang sifatnya bertentangan atau sedikitnya terdapat pandangan yang berlainan mengenai suatu hal. Dalam Sunarjo (1997:85) opini juga dianggap sebagai jawaban lisan individu yang memberi respon atau tanggapan kepada rangsangan dimana suatu situasi atau keadaan yang pada umumnya diajukan suatu pertanyaan.

Opini dapat dinyatakan secara aktif maupun pasif, lisan, dan baik secara terbuka dengan melalui ungkapan kata-kata yang dapat ditafsirkan dengan jelas, maupun melalui pilihan kata yang halus atau diungkapkan secara tidak langsung dan dapat diartikan secara konotatif atau persepsi (personal). “Opini dapat dinyatakan melalui perilaku, sikap tindak, mimik muka atau bahasa tubuh atau berbentuk simbol-simbol tertulis” (Ruslan, 2005:63).

Opini mempunyai unsur sebagai molekul opini, yaitu (Sunarjo, 1997:89).

1. Kepercayaan tentang sesuatu

Kepercayaan adalah sistem penyimpanan yang berisi pengalaman kita dimasa lalu, meliputi pikiran, ingatan, dan interpretasi terhadap sesuatu.

2. Apa sebenarnya dirasakan seseorang

Suatu prediposisi (keadaan yang mudah terpengaruh) terhadap seseorang, ide atau obyek yang berisi komponen-komponen pengertian, perasaan atau emosi, dan perilaku, dimana komponen ini juga merupakan komponen dari sikap.

3. Persepsi

Adalah proses internal yang memungkinkan untuk memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (Mulyana:2003:167).⁴

d. Jenis-Jenis Opini

Sikap seseorang yang di ekspresikan atau diperlihatkan tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari. *Emory S. Bogardus* (dalam Ruslan, 2010,70) mengenai opini beberapa kelompok yaitu :

1. Opini Personal (*Personal Opinion*)

Opini berdasarkan penafsiran individu atau pendapat orang akan berbeda pandangan terhadap suatu masalah.

2. Opini Pribadi (*Private Opinion*)

⁴

<https://www.google.co.id/url/sa=t&source=web&url=http://digilib.unila.ac.id/19243/15/BAB%252011.pdf&ved=2ahUKEwjFsyagmr7cahwdxnodhdy=aovvv0iq>

Opini ini merupakan landasan dari opini personal, karena merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari opini pribadi.

3. Opini Kelompok (*Group Opinion*)

Opini kelompok ini terbagi dari opini mayoritas dan opini minoritas, opini kelompok ini sangat dekat dengan opini publik

4. Opini Kualisi (*Cualition Opinion*)

Opini ini adalah gabungan dari beberapa kelompok opini minoritas, dan menjadi opini mayoritas penggabungan opini tersebut dinamakan opini kualisi

5. Opini Konsensus (*Concensus Opinion*)

Opini ini melalui suatu proses perundingan untuk mencapai kesepakatan bersama (konsensus), dan merupakan opini berbentuk opini mayoritas berdasarkan kesepakatan bersama (*Dealing*)

6. Opini Umum (*General Opinion*)

Opini ini bersifat pendapat umum yang berakar dari nilai-nilai yang berkembang dan berlaku dimasyarakat atau kelompok tertentu berdasarkan adat istiadat, kebiasaan, kebudayaan dan norma-norma yang di anut oleh masyarakat bersangkutan.

e. Pembentukan Opini

Menurut Santoso Sastropetro (1990) yang di kutip dari *Cutlip dan Center* (1961), opini adalah suatu pernyataan tentang sikap mengenai suatu masalah yang bersifat kontroversial. Opini timbul sebagai hasil pembicaraan tentang masalah

yang kontroversial yang menimbulkan pendapat yang berbeda-beda. Lalu, bagaimanadengan sikap atau *attitude*, menurut *Cutlip and Center* adalah kecendrungan untuk memberikan respons terhadap suatu masalah atau situasi tertentu. (Olii.2007.54)

Pembentukan atau perubahan opini tidak selamanya disebabkan komunikasi, tetapi masyarakat memperoleh pengetahuannya tentang persoalan masyarakat melalui komunikasi. Sekalipun terdapat orang yang dapat membentuk atau mengubah opini mengenai isu masyarakat tanpa suatu komunikasi dengan pihak lain, namun pengamatan langsung dapat menambah,memperkuat atau memperlemah arti informasi yang dikomunikasikan. Kalau publik menghadapi isu timbul perbedaan opini, hal ini disebabkan perbedaan pandangan terhadap fakta, perbedaan perkiraan tentang cara-cara terbaik untuk mencapai tujuan, perbedaan motif yang serupa guna mencapai tujuan. (Olii.2007.63) adapun dasar pembentukan opini yaitu :

1. Dasar terjadinya Opini

Dengan arus yang keras, kelompok potensial atau umum situasi yang bagaimana, arahnya kemana, positif atau negatif.

2. Dasar untuk bertahan

Bagaimana Opini Publik itu bisa bertahan dan kekuatan apa yang mendorong hal tersebut dapat bertahan.

Pengukuran opini digunakan untuk mengukur kearah mana opini melangkah. Arah opini bisa dilihat dari segi positif atau netral maupun dengan ras

buku, benci, dan netral. (efendy, 2003:10) dalam Elan Purwadi (2016:22) menjabarkan lebih lanjut mengenai arah dari opini :

1. Opini positif, menyebabkan seseorang bereaksi menyenangkan terhadap orang lain, suatu kebijaksanaan/sebuah organisasi
2. opini netral, jika seseorang tidak memiliki opini mengenai persoalan yang mempengaruhi keadaan.
3. opini negatif, menyebabkan seseorang memberi opini yang tidak menyenangkan/beranggapan buruk mengenai seseorang, suatu organisasi atau suatu persoalan.

Ada juga batas-batas tolak ukur opini tergantung dari beberapa hal yaitu:

1. tergantung kepada pengetahuan dan tingkat pendidikan masing-masing.
2. kebijaksanaan tergantung dari penilaian dan selektif publik terhadap fakta dan penilaian.
3. kenyataan bahwa setiap persoalan berkaitan dengan berbagai aspek sehingga hal-hal yang berkompeten yang menimpa masyarakat, maka opini publik terdiri dari banyak orang (publik) dan sulit untuk diambil keputusan disetiap acuan.
4. tidak ada standar atau ukuran tertentu untuk menyelesaikan suatu persoalan, apalagi menyangkut masalah-masalah sosial yang mempunyai ciri kehasannya masing-masing. Hal ini tergantung dari tingkat pengetahuan, pendidikan, pengalaman, dan kebudayaan, serta nilai-nilai

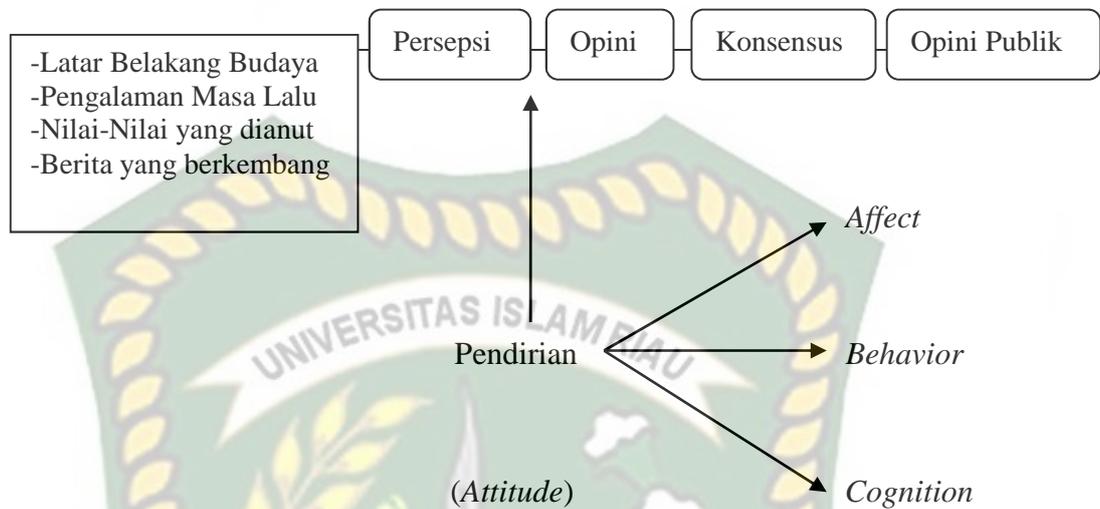
yang dianut oleh publik bersangkutan Ruslan (2008:71-72) dalam Elan Purwadi (2016:24)

Dengan munculnya Opini Publik bisa di cermati, siapa yang memiliki keterbukaan itu dan sejauh mana terbuka tersebut bisa tampak pada kualitas Opini Publik, semakin publik mempunyai kepercayaan dan keterbukaan dalam menyampaikan Opini, akan secara jujur dan objektif dengan motivasi memperbaiki produk atau jasa yang telah dinikmati selama itu. (Rumanti.2005.63.64.65)

Proses pembentukan opini dipicu oleh faktor latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai-nilai yang dianut, dan berita yang berkembang. Faktor-faktor tersebut akhirnya dapat membentuk persepsi seseorang. Persepsi adalah suatu proses memberikan makna, yang sebenarnya merupakan akar dari opini, dipengaruhi oleh pendirian yang juga dibentuk oleh tiga faktor penentu yaitu *affect*, *behaviour* dan *cognition*. Persepsi yang sudah dipengaruhi oleh pendirian selanjutnya dapat membentuk opini. Opini individu bisa berkembang menjadi luas, menjadi “milik suatu segmen masyarakat”. Opini yang terkristal menjadi luas itu disebut opini publik.

Faktor Penentu

Faktor Pembentukan



(Gambar 1.3 Proses Pembentukan Opini)

Sebagai ramuan pembentuk opini, pendirian mempunyai tiga komponen pembentuk yang dikenal sebagai A-B-C of *Attitude* :

a) *Affect* atau perasaan (emosi)

Komponen afektif merupakan elemen evaluasi dalam unsur pendirian berdasarkan seseorang untuk menilai sesuatu: baik atau buruk.

b) *Behavior* atau perilaku

Merupakan komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif untuk melakukan tindakan atau berperilaku atau suatu reaksi yang sedang dihadapinya. Seperti memukul, menghancurkan, menerima, atau menolak.

c) *Cognition* atau pengertian (penalaran)

Komponen ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai sesuatu informasi, pesan, fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya.

a). *Affecf*

Ada 5 (lima) tipe karakteristik afektif yang penting, yaitu sikap, minat, konsep diri, nilai, dan moral.

1. Sikap

Sikap merupakan suatu kecenderungan untuk bertindak secara suka atau tidak suka terhadap suatu objek. Sikap dapat dibentuk melalui cara mengamati dan menirukan sesuatu yang positif, kemudian melalui penguatan serta menerima informasi verbal. Perubahan sikap dapat diamati dalam proses pembelajaran, tujuan yang ingin dicapai, keteguhan, dan konsistensi terhadap sesuatu. Penilaian sikap adalah penilaian yang dilakukan untuk mengetahui sikap peserta didik terhadap mata pelajaran, kondisi pembelajaran, pendidik, dan sebagainya.

2. Minat

Menurut *Getzel* (1966), minat adalah suatu disposisi yang terorganisir melalui pengalaman yang mendorong seseorang untuk memperoleh objek khusus, aktivitas, pemahaman, dan keterampilan untuk tujuan perhatian atau pencapaian. Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia (1990: 583), minat atau keinginan adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Hal penting pada minat adalah intensitasnya. Secara umum minat termasuk karakteristik afektif yang memiliki intensitas tinggi.

3. Konsep Diri

Menurut Smith, konsep diri adalah evaluasi yang dilakukan individu terhadap kemampuan dan kelemahan yang dimiliki. Target, arah, dan intensitas konsep diri pada dasarnya seperti ranah afektif yang lain. Target konsep diri biasanya orang tetapi bisa juga institusi seperti sekolah. Arah konsep diri bisa positif atau negatif, dan intensitasnya bisa dinyatakan dalam suatu daerah kontinum, yaitu mulai dari rendah sampai tinggi.

4. Nilai

Menurut *Rokeach* (1968) merupakan suatu keyakinan tentang perbuatan, tindakan, atau perilaku yang dianggap baik dan yang dianggap buruk. Selanjutnya dijelaskan bahwa sikap mengacu pada suatu organisasi sejumlah keyakinan sekitar objek spesifik atau situasi, sedangkan nilai mengacu pada keyakinan.

5. Moral

Piaget dan *Kohlberg* banyak membahas tentang perkembangan moral anak. Namun *Kohlberg* mengabaikan masalah hubungan antara judgement moral dan tindakan moral. Ia hanya mempelajari prinsip moral seseorang melalui penafsiran respon verbal terhadap dilema hipotetikal atau dugaan, bukan pada bagaimana sesungguhnya seseorang bertindak. Moral berkaitan dengan perasaan salah atau benar terhadap kebahagiaan orang lain atau perasaan terhadap tindakan yang dilakukan diri sendiri. Misalnya menipu orang lain, membohongi orang lain, atau melukai orang lain baik fisik maupun psikis. Moral juga sering dikaitkan dengan

keyakinan agama seseorang, yaitu keyakinan akan perbuatan yang berdosa dan berpahala. Jadi moral berkaitan dengan prinsip, nilai, dan keyakinan seseorang.⁵

b). *Behavior*

Penting untuk diketahui bahwa *behavior* ini merupakan aspek gerakan memodifikasi tingkah laku pada taraf yang masih bisa didefinisikan secara operasional, diamati dan diukur.¹⁶ Manusia mempunyai potensi positif dan negatif yang bias jadi terbentuk karena faktor lingkungan sosial budaya.

Adapun ciri *behavior* dapat dilihat dari:

- a. Pemusatan perhatian kepada tingkah laku yang tampak
- b. Kecermatan dan penguraian tujuan-tujuan *treatment*.
- c. Perumusan prosedur *treatment* yang spesifik sesuai dengan masalah.
- d. Penaksiran objektif atas hasil-hasil terapi.

Arah dari *behavior* pada dasarnya tertuju kepada perolehan tingkah laku baru yang lebih adaptif, sehingga dapat menghapus tingkah laku yang mal adaptif. Serta tingkah laku dapat diasosiasikan dengan tingkah laku yang nampak, dan berpusat pada *here and now*. Semua tingkah laku dapat dipelajari baik yang adaptif maupun yang mal-adaptif. Belajar merupakan cara efektif mengubah tingkah laku tersebut.

5

(<https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://akhmadsudrajat.files.wordpress.com/2008/08/penilaian-afektif.pdf&ved=2ahUKEwj6aWT9YXcAhAOvVaw0l8tzEJo9KbCNr9LlxCnGi>)

Adapun macam-macam teknik *behavior* antara lain:

a) *Desensititasi sistematis*

Ini merupakan salah satu teknik paling luas dalam *behavior*. Desensititasi sistematis digunakan untuk menghapus tingkah laku yang diperkuat secara negatif, dengan menyertakan pemunculan tingkah laku yang hendak dihapuskan. Hal ini klien diarahkan untuk menampilkan suatu respon yang tidak konsisten dengan kecemasan. Corey membagi prosedur desensitisasi sebagai berikut. Pertama, analisis tingkah laku atas stimulus-stimulus yang dapat membangkitkan kecemasan dalam suatu wilayah tertentu seperti penolakan, rasa iri. Kedua, latihan relaksasi. Ketiga, membuat keadaan klien santai dengan mata tertutup.

b) Asertif

Klien belajar untuk membedakan tingkah laku agresif, pasif dan asertif. Tujuannya agar klien belajar bertingkah laku asertif.

c) Aversi

Teknik ini untuk meredakan gangguan *behavior* yang spesifik. Agar tingkah laku sesuai yang diinginkan, maka stimulannya adalah berupa hukuman-hukuman.

d) Skedul Penguatan

Memperkuat tingkah laku yang muncul. Maka setelah perilaku terbentuk, maka penguatan dikurangi.

e) *Shapping*

tingkah laku yang dipelajari secara bertahap dengan pendekatan suksesif. Untuk itu konselor membagi secara terinci supaya klien dapat belajar dengan detail dan terinci.

f) Teknik Relaksasi

Teknik yang digunakan untuk membantu konseli mengurangi ketegangan fisik dan mental dengan latihan pelepasan ototototnya dan pembayangan situasi yang menyenangkan saat pelepasan otot-ototnya sehingga tercapai kondisi rilek baik fisik dan mentalnya.

g) Teknik *Flooding*

Teknik yang digunakan konselor untuk membantu konseli mengatasi kecemasan dan ketakutan terhadap sesuatu hal dengan cara menghadapkan konseli tersebut dengan situasi yang menimbulkan kecemasan tersebut secara berulang sehingga berkurang kecemasannya terhadap situasi tersebut.

h) *Reinforcement Technique*

Teknik yang digunakan konselor untuk membantu meningkatkan perilaku yang dikehendaki dengan cara memberikan penguatan terhadap perilaku tersebut.

i) *Modelling*

Teknik untuk memfasilitasi perubahan tingkah laku konseli dengan menggunakan model.

j) *Cognitive Restructuring*

Teknik yang menekankan pengubahan pola pikiran, penalaran, sikap konseli yang tidak rasional menjadi rasional dan logis.

k) *Self Management*

Teknik yang dirancang untuk membantu konseli mengendalikan dan mengubah perilaku sendiri melalui pantau diri, kendali diri, dan ganjar diri.

l) *Behavioral Rehearsal*

Teknik penggunaan pengulangan atau latihan dengan tujuan agar konseli belajar keterampilan antarpribadi yang efektif atau perilaku yang layak.

m) Kontrak

Suatu kesepakatan tertulis atau lisan antara konselor dan konseli sebagai teknik untuk memfasilitasi pencapaian tujuan konseling. Teknik ini memberikan batasan, motivasi, insentif bagi pelaksanaan kontrak, dan tugastugas yang ditetapkan bagi konseli untuk dilaksanakan antar pertemuan konseling

n) Pekerjaan Rumah

Teknik yang digunakan dengan cara memberikan tugas/aktivitas yang dirancang agar dilakukan konseli antara pertemuan konseling seperti mencoba perilaku baru, meniru perilaku tertentu, atau membaca bahan bacaan yang relevan dengan masalah yang dihadapinya.

o) *Extinction* (Penghapusan)

Extinction atau penghapusan adalah menghentikan reinforcement pada tingkah laku yang sebelumnya diberi *reinforcement*.

p) *Punishment* (Hukuman)

Hukuman merupakan intervensi *operantconditioning* yang digunakan konselor untuk mengurangi tingkah laku yang tidak diinginkan.

q) *Timeout*

Timeout merupakan teknik menyisihkan peluang individu untuk mendapatkan penguatan positif.

Selain itu, terdapat beberapa rangkaian *behavioristic* dalam konseling yang dikenal dengan ABC (*Antecedent-Behavior-Consequence*). *Antecedent* adalah kejadian-kejadian yang mendahului *behavior*, sedangkan *consequence* adalah efek yang mengikuti atau berlangsung setelah *behavior*.⁶

c. *Cognition*

Menurut *Festinger* (1957) sumber-sumber disonansi kognitif, antara lain :

1. Inkonsistensi logis (*Logical Inconsistency*) Disonansi yang terjadi karena ketidaksesuaian elemen kognitif dengan hal-hal logis yang ada. Contoh dari inkonsistensi logis adalah keyakinan seseorang dalam membaca buku akan membuatnya pintar, secara logis tidak konsisten dengan keyakinan bahwa menjadi pintar karena pengalaman dan belajar memahami sesuatu.
2. Nilai-nilai budaya (*Culture Mores*) Perbedaan budaya yang menyebabkan terjadinya disonansi kognitif. Contohnya: bertemu dengan teman lalu berpelukan dan mencium pipi di negara barat dianggap sebuah hal yang

6

(https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://jurnal.umk.ac.id/index.php/gusjigang/article/download/1057/1063&ved=2ahUKEwjlgorlXcAhUJUN4KHbjoCHcQFjAAegQIAXaB&usq=AOvVaw1J_zTdudciAVb9PW54940H)

biasa, hal ini adalah suatu hal yang konsonan, tetapi bertemu dengan teman dan melakukan hal yang sama di Indonesia dirasakan sebagai sebuah hal yang disonan.

3. Pendapat umum (*Opinion Generality*) Disonansi dapat terjadi apabila pendapat yang dianut banyak orang dipaksakan kepada pendapat perorangan. Contohnya: seorang remaja yang menyukai menonton berita. Hal ini menimbulkan disonansi karena pendapat umum percaya bahwa menonton berita hanya merupakan kegemaran orang-orang tua.
4. Pengalaman masa lalu (*Past Experience*) Jika kognisi tidak konsisten dengan pengetahuan pada pengalaman masa lalu, maka akan muncul disonansi. Contoh dari pengalaman masa lalu yang menjadi sumber disonansi kognitif adalah melanggar rambu lalu-lintas tidak akan ditilang. Keadaan ini disonan karena tidak sesuai atau belum tentu sesuai dengan pengalaman masa lalu.

Disonansi kognitif dideskripsikan sebagai suatu kondisi yang membingungkan, yang terjadi pada seseorang ketika elemen kognitif yang mereka punya saling bertolak belakang atau tidak mempunyai tujuan yang sama. Kondisi ini mendorong mereka untuk merubah pikiran, perasaan, dan tindakan mereka agar sesuai dengan pembaharuan. Disonansi dirasakan ketika seseorang berkomitmen pada dirinya sendiri dalam melakukan suatu tindakan yang tidak konsisten dengan perilaku dan kepercayaan mereka yang lainnya. Menurut Festinger, teori disonansi kognitif dibentuk dalam tiga konsep antara lain yaitu:

1. Seseorang lebih suka untuk konsekuan dengan *cognitions* mereka dan tidak suka menjadi tidak konsisten dalam pemikiran, kepercayaan, emosi, nilai dan sikap.
2. Disonansi terbentuk dari ketidaksesuaian *psychological*, lebih dari ketidaksesuaian *logical*, dimana dengan meningkatkan ketidaksesuaian akan meningkatkan disonansi yang lebih tinggi.
3. Disonansi adalah konsep *psychological* yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan dan mengharapkan dampak yang bisa diukur.

Faktor - faktor yang dapat mempengaruhi tingkat disonansi yang dirasakan seseorang (Zimbardo, Ebbsen & Maslach, 1977:80) :

1. Kepentingan, atau seberapa signifikan suatu masalah, berpengaruh terhadap tingkat disonansi yang dirasakan.
2. Rasio disonansi atau jumlah kognisi disonan berbanding dengan jumlah kognisi yang konsonan.
3. Rasionalitas yang digunakan individu untuk menjustifikasikan konsistensi.

Faktor ini merujuk pada alasan yang di kemukakan untuk menjelaskan mengapa sebuah inkonsistensi muncul. Makin banyak alasan yang dimiliki seseorang untuk mengatasi kesenjangan yang ada, maka semakin sedikit disonansi yang seseorang rasakan.⁷

7

(<https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc>)

f. Pengertian Penipuan

1. Pengertian Tindak Pidana Penipuan

Berdasarkan teori dalam hukum pidana mengenai penipuan, terdapat dua sudut pandang yang tentunya harus diperhatikan, yakni menurut pengertian bahasa dan menurut pengertian yuridis, yang penjelesannya adalah sebagai berikut :

a. Menurut Pengertian Bahasa

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa tipu berarti kecoh, daya cara, perbuatan atau perkataan yang tidak jujur (bohong, palsu, dsb), dengan maksud untuk menyesatkan, mengakali, atau mencari untung. Penipuan berarti proses, perbuatan, cara menipu, perkara menipu (mengecoh). Berarti bahwa yang terlibat dalam penipuan adalah dua pihak yaitu orang menipu disebut dengan penipu dan orang yang tertipu. Penipuan dapat diartikan sebagai suatu perbuatan atau membuat, perkataan seseorang yang tidak jujur atau bohong dengan maksud untuk menyesatkan atau mengakali orang lain untuk kepentingan dirinya atau kelompok.

b. Menurut Pengertian Yuridis

Pengertian Tindak Pidana Penipuan dengan melihat dari segi hukum sampai sekarang belum ada, kecuali apa yang dirumuskan dalam KUHP. Rumusan penipuan dalam KUHP bukanlah suatu definisi melainkan hanyalah untuk menetapkan unsur-unsur suatu perbuatan sehingga dapat dikatakan sebagai penipuan dan pelakunya dapat dipidana.

Kejahatan penipuan atau bedrog itu diatur didalam Pasal 378-395 KUHP, Buku II Bab ke XXV. Di dalam Bab ke XXV tersebut dipergunakan perkataan “Penipuan” atau “Bedrog”, “karena sesungguhnya didalam bab tersebut diatur sejumlah perbuatan-perbuatan yang ditujukan terhadap harta benda, dalam mana oleh si pelaku telah dipergunakan perbuatan-perbuatan yang bersifat menipu atau dipergunakan tipu muslihat.”²³ Tindak pidana penipuan dalam bentuk pokok diatur dalam Pasal 378 KUHP.

Pasal 378 KUHP Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hak, mempergunakan nama palsu atau sifat palsu ataupun mempergunakan tipu muslihat atau susunan kata-kata bohong, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan suatu benda atau mengadakan suatu perjanjian hutang atau meniadakan suatu piutang, karena salah telah melakukan penipuan, dihukum dengan hukuman penjara selamamanya empat tahun.

Mengenai kejahatan penipuan pada Pasal 378 KUHP, Soesilo merumuskan sebagai berikut :

- a. Kejahatan ini dinamakan kejahatan penipuan. Penipu itu pekerjaannya
- b. Membujuk orang supaya memberikan barang, membuat utang atau menghapuskan piutang.
- c. Maksud pembujukan itu ialah hendak menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan melawan hak.

Membujuknya itu dengan memakai :

- a. Nama palsu atau keadaan palsu

- b. Akal cerdas (tipu muslihat) atau
- c. Karangan perkataan bohong

Membujuk yaitu melakukan pengaruh dengan kelicikan terhadap orang, sehingga orang itu menurutnya berbuat sesuatu yang apabila mengetahui duduk perkara yang sebenarnya, ia tidak akan berbuat demikian itu. Tentang barang tidak disebutkan pembatasan, bahwa barang itu harus kepunyaan orang lain, jadi membujuk orang untuk menyerahkan barang sendiri, juga dapat masuk penipuan, asal elemen-elemen lain dipenuhinya. Seperti halnya juga dengan pencurian, maka penipuanpun jika dilakukan dalam kalangan kekeluargaan berlaku peraturan yang tersebut dalam Pasal 367 jo 394.

Selain KUHP yang memuat aturan yang terkait dengan penipuan terdapat juga aturan yang secara khusus mengatur mengenai tindak pidana cyber crime yaitu Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE), dalam undang-undang ini telah dibahas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan informasi elektronik, transaksi elektronik, dan mengatur juga mengenai hal-hal yang dilarang berkaitan dengan “dunia maya” beserta ancaman pidananya.

Di dalam UU ITE tidak menyebutkan secara jelas apa yang dimaksud dengan penipuan, akan tetapi terhadap penipuan jual beli melalui sistem online itu sendiri kita dapat melihatnya melalui pasal-pasal yang terdapat dalam UU ITE, salah satunya Pasal 28 ayat (1) UU ITE dengan melihat terpenuhinya unsur-unsur pidana yang ada. Walaupun dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE tidak mengatur secara jelas mengenai tindak pidana penipuan itu sendiri namun

terkait dengan timbulnya kerugian konsumen yang menyatakan “secara tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.” Kata “berita bohong” dan “menyesatkan” dan dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE dapat disetarakan dengan kata “tipu muslihat atau rangkaian kebohongan” sebagaimana unsur tindak pidana yang terdapat dalam Pasal 378 KUHP. Dapat disimpulkan bahwa Pasal 28 ayat (1) UU ITE merupakan perluasan dari tindak pidana penipuan secara konvensional, atau tindak pidana penipuan yang terjadi di dalam masyarakat.

Pengertian-pengertian di atas, penulis mencoba untuk menyimpulkan tentang pengertian tindak pidana penipuan. Penipuan adalah tipu muslihat atau serangkaian perkataan bohong sehingga seseorang merasa terpedaya karena perkataan yang seakan-akan benar. Biasanya seseorang yang melakukan penipuan, adalah menerangkan sesuatu yang seolah-olah betul atau terjadi, tetapi sesungguhnya perkataannya itu adalah tidak sesuai dengan kenyataannya, karena tujuannya hanya untuk meyakinkan orang yang menjadi sasaran agar diakui keinginannya, sedangkan menggunakan nama palsu supaya yang bersangkutan tidak diketahui identitasnya, begitu pula dengan menggunakan kedudukan palsu agar orang yakin akan perkataannya. Penipuan sendiri dikalangan masyarakat merupakan perbuatan yang sangat tercela namun jarang dari pelaku tindak kejahatan tersebut tidak dilaporkan kepihak kepolisian. Penipuan yang bersifat kecil-kecilan dimana korban tidak melaporkannya membuat pelaku penipuan terus mengembangkan aksinya

yang pada akhirnya pelaku penipuan tersebut menjadi pelaku penipuan yang berskala besar.

2. Unsur - Unsur Tindak Pidana Penipuan

Dalam KUHP tentang Penipuan terdapat dalam BAB XXV Buku II. Pada bab tersebut, termuat berbagai bentuk penipuan yang dirumuskan dalam 20 pasal, masing-masing pasal mempunyai nama khusus. Keseluruhan pasal pada BAB XXV ini dikenal dengan sebutan bedrog atau perbuatan orang. Bentuk pokok dari bedrog atau perbuatan orang adalah Pasal 378 KUHP tentang Penipuan. Berdasarkan rumusan tersebut, maka tindak pidana penipuan memiliki unsur-unsur pokok, yaitu :

- a. Dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum. Dengan maksud harus diartikan sebagai tujuan terdekat dari pelaku, yakni pelaku hendak mendapatkan keuntungan. Keuntungan ini adalah tujuan utama pelaku dengan jalan melawan hukum, pelaku masih membutuhkan tindakan lain, maka maksud belum dapat terpenuhi. Dengan demikian, maksud tersebut harus ditujukan untuk menguntungkan dan melawan hukum sehingga pelaku harus mengetahui bahwa keuntungan yang menjadi tujuannya harus bersifat melawan hukum.
- b. Dengan menggunakan salah satu atau lebih alat penggerak penipuan (nama palsu, martabat palsu atau keadaan palsu, tipu muslihat dan rangkaian kebohongan). Sifat dari penipuan sebagai tindak pidana

ditentukan oleh cara-cara pelaku menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang.

alat penggerak yang digunakan untuk menggerakkan orang lain adalah sebagai berikut :

1) Nama palsu

Nama Palsu dalam hal ini adalah nama yang berlainan dengan nama yang sebenarnya, meskipun perbedaan tersebut sangat kecil. Apabila penipu menggunakan nama orang lain yang sama dengan nama dan dengan dia sendiri, maka penipu dapat dipersalahkan melakukan tipu muslihat atau susunan belit dusta.

2) Tipu muslihat

Tipu muslihat adalah perbuatan-perbuatan yang dilakukan sedemikian rupa sehingga perbuatan tersebut menimbulkan kepercayaan atau keyakinan atas kebenaran dari sesuatu kepada orang lain. Tipu muslihat ini bukanlah ucapan melainkan perbuatan atau tindakan.

3) Martabat atau Keadaan Palsu

Pemakaian martabat atau keadaan palsu adalah bilamana seseorang memberikan pernyataan bahwa dia berada dalam suatu keadaan tertentu dan keadaan itu memberikan hak-hak kepada orang yang ada dalam keadaan tersebut.

4) Rangkaian kebohongan

Beberapa kata bohong dianggap tidak cukup sebagai alat penggerak. Hal ini dipertegas oleh *Hoge Raad* dalam *Arrest* 8 Maret 1926, bahwa

“Terdapat suatu rangkaian kebohongan jika antara berbagai kebohongan itu terdapat suatu hubungan yang sedemikian rupa dan kebohongan yang satu melengkapi kebohongan yang lain sehingga mereka secara timbal balik menimbulkan suatu gambaran palsu seolah-olah merupakan suatu kebenaran.” Rangkaian kebohongan itu harus diucapkan secara tersusun sehingga merupakan suatu cerita yang dapat diterima secara logis dan benar. Dengan demikian, kata yang satu memperkuat atau membenarkan kata orang lain.

- 5) Menggerakkan orang lain untuk menyerahkan sesuatu barang, atau memberi utang, atau menghapus utang. Dalam perbuatan menggunakan orang lain untuk menyerahkan barang diisyaratkan adanya hubungan kausal antara alat penggerak dan penyerahan barang. Hal ini dipertegas oleh *Hoge Raad* dalam Arrest 25 Agustus 1923, bahwa “Harus terdapat suatu hubungan sebab manusia antara upaya yang digunakan dengan penyerahan yang dimaksud dari itu. Penyerahan suatu barang yang terjadi sebagai akibat penggunaan alat-alat penggerak dipandang belum cukup terbukti tanpa menguraikan pengaruh yang ditimbulkan karena dipergunakannya alat-alat tersebut menciptakan suatu situasi yang tepat untuk menyesatkan seseorang yang normal sehingga orang tersebut terpedaya karenanya, alat-alat penggerak itu harus menimbulkan dorongan dalam jiwa seseorang sehingga orang tersebut menyerahkan sesuatu barang.”

Unsur-unsur dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE yang mengandung unsur penipuan :

- a. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak. Terkait unsur ini, dosen Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran Danrivanto Budhijanto, S.H., LL.M. dalam artikel Danrivanto Budhijanto, “UU ITE Produk Hukum Monumental” (diunduh dari www.unpad.ac.id) menyatakan antara lain bahwa perlu dicermati (unsur, ed) ‘perbuatan dengan sengaja’ itu, apakah memang terkandung niat jahat dalam perbuatan itu. Periksa juga apakah perbuatan itu dilakukan tanpa hak? Menurutnya, kalau pers yang melakukannya tentu mereka punya hak. Namun, bila ada sengketa dengan pers, UU Pers (UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, ed) yang jadi acuannya. Menyebarkan berita bohong dan menyesatkan. Karena rumusan unsur menggunakan kata “dan”, artinya kedua unsurnya harus terpenuhi untuk pemidanaan, yaitu menyebarkan berita bohong (tidak sesuai dengan hal/keadaan yang sebenarnya) dan menyesatkan (menyebabkan seseorang berpandangan pemikiran salah/keliru). Apabila berita bohong tersebut tidak menyebabkan seseorang berpandangan salah, maka menurut hemat kami tidak dapat dilakukan pemidanaan.
- b. Yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Unsur yang terakhir ini mensyaratkan berita bohong dan menyesatkan tersebut harus mengakibatkan suatu kerugian konsumen. Artinya, tidak dapat dilakukan pemidanaan, apabila tidak terjadi kerugian konsumen di dalam transaksi elektronik.

Jual beli menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah persetujuan saling mengikat antara penjual dan pembeli. Penjual yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga yang dijual. Menurut KUHPerdara pasal 1457 jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.⁸

Defini Operasional

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah penyampaian pesan, informasi dan makna baik melalui media maupun secara langsung dari individu ke individu, ataupun individu ke kelompok bahkan ke instansi dan lembaga lainnya, yang sebagaimana mempunyai unsur-unsur dari komunikasi yaitu, komunikator, komunikan, pesan, media, dan feedback.

2. Pengertian Opini

Opini merupakan suatu penilaian terhadap pandangan baik buruknya individu ataupun lembaga instansi serta kebijakan ataupun ideologi terhadap sesuatu yang merujuk kepada citra yang bertujuan bersifat membangun, mengkritik, serta mengevaluasi. Opini menurut

8

(https://www.google.co.id/url?sa=&source=web&rct=j&url=https://media.neliti.com/media/publications/1490046-46-ID-perlindungan-hukum-bagi-korban-penipuan.pdf&ved=2ahUKEwiHu4qX0lfcAhXEYysKHcvXDe4QFjABegQIBRA&usg=AovVaw2x1V_-Mor3toOO2BtWLZjk)

Meinanda mempunyai dua unsur yakni ada pernyataan dan masalah yang bertentangan (masalah yang terjadi saat ini).

faktor opini yaitu adanya isu, ada kelompok yang terkait masalah, opini masyarakat terhadap sebuah isu, ada nya pernyataan berupa kata-kata, gerak-gerik terkait isu sehingga menimbulkan opini, dan jumlah orang terlibat.

Opini berbagai segi diantaranya opini dari sosiologi, opini dari segi ilmu komunikasi. Menurut nurudin disimpulkan bahwa opini merupakan ekspresi sikap sebuah aktualisasi dilihat dari komunikasi verbal dan non verbal nya.

Opini dapat diartikan bahwa pembentukan suatu opini tidak selama nya disebabkan oleh komunikasi melainkan juga dari proses pembelajaran atau pengalaman seseorang.

Jenis-jenis opini dalam bukunya Ruslan terdapat beberapa kelompok yaitu opini personal, opini pribadi, opini kelompok, opini kualisi, opini konsensus, opini umum

Pembentukan atau perubahan opini juga tidak selama nya di sebabkan oleh komunikasi tetapi memperoleh nya daei persoalan yang ada di masyarakat sekalipun terdapat orang yang dapat membentuk atau merubah suatu opini mengenai isu terhadap masyarakat namun pengamatan yang dilakukan secara langsung dapat menambah atau memperkuat atau memperlemah informasi yang di komunikasikan.

Ada beberapa dasar pembentukan opini yaitu dengan kelompok positif atau negatif. Kemudian dasar untuk bertahan bagaimana opini itu bisa bertahan dan kekuatan apa yang mendorong opini tersebut bisa bertahan. Dengan adanya opini semakin publik mempunyai dan kepercayaan dan keterbukaan dalam menyampaikan opini semakin baik juga dampaknya terhadap apa yang di opinikan.

Dalam opini juga ada arah kemana opini tersebut dilihat dari beberapa segi yaitu segi positif segi netral dan segi negatif yang merupakan alat untuk memperjelas kemana arah dari opini tersebut.

Opini juga bisa dilihat dari 3 aspek yang pertama *affect, behavior dan cognition*. *Affect* atau perasaan (emosi) komponen afektif merupakan elemen evaluasi dalam unsur pendirian berdasarkan seseorang untuk menilai sesuatu: baik atau buruk. *Behavior* atau perilaku Merupakan komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif untuk melakukan tindakan atau berperilaku atau suatu reaksi yang sedang dihadapinya. Seperti memukul, menghancurkan, menerima, atau menolak. *Cognition* atau pengertian (penalaran) komponen ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai sesuatu informasi, pesan, fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya.

3. Pengertian Go-Jek

Go-Jek merupakan layanan transportasi yang memudahkan kehidupan manusia tyang di dalam nya terdapat berbagai pilihan untuk mencapai kebutuhan manusia, baik mulai dari layanan antar atau pesan

barang dan manusia serta masih banyak lainnya. Layanan yang menggunakan motor yang seperti ojek umumnya hanya saja *Go-Jek* ini lebih terstruktur dan lebih efektif dalam pemanggilan ketika akan menggunakan *Go-Jek*.

4. Pengertian Penipuan

Penipuan merupakan suatu tindakan yang dapat merugikan orang baik dalam skala kecil maupun besar. Yang tujuannya untuk menguntungkan diri sendiri. Penipuan merupakan kasus yang dapat merugikan orang tidak hanya merugikan secara moral tetapi juga merugikan secara materil. Kasus-kasus penipuan sendiri sudah menjadi sorotan dan sudah ada KUHP yang mengatur tentang tindakan yang bisa disebut juga dengan tindakan kriminal ini.

B. Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Hasil Penelitian
Rifaldi 2016 Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta	Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online GoJek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/i Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta	Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan saran untuk PT Gojek Indonesia yaitu sebagai berikut: a. Pihak Gojek harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan memperhatikan kepuasan pelanggan agar para pelanggan menjadi setia menggunakan jasa Gojek. b. Para pelanggan gojek hendaknya memberikan masukan yang obyektif kepada pihak Gojek demi kemajuan Gojek.
Wiratri Anindhita 2016 Institut Bisnis dan Informatika, Universitas Bakrie, Jakarta	Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online (studi pada bisnis GoJek dan <i>Grab Bike</i> dalam penggunaan teknologi tepat guna untuk mengembangkan	Dalam hasil penelitian ini peneliti menemukan dalam penyampaian inovasi ini, GoJek dan <i>Grab Bike</i> melakukan berbagai tahapan dalam proses difusi inovasi dimulai dari tahap pengenalan, tahap persuasi, tahap keputusan, tahap pelaksanaan, dan tahap konfirmasi. Setelah melalui tahap ini

	bisnis transportasi)	akhirnya masyarakat mengadopsi inovasi yang disampaikan dari adanya ojek online ini.
Nasri 2015 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau	Opini Masyarakat tentang pemberitaan penetapan gubernur Riau Annas Maamun sebagai tersangka kasus suap oleh komisi pemberantasan korupsi (studi pada kelurahan simpang tiga)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa opini masyarakat menyatakan sangat kecewa terhadap gubernur Riau Annas Maamun yang belum genap setahun sudah terlibat korupsi, namun masyarakat masih percaya terhadap pemimpin Riau selanjutnya meskipun pemimpin birokrasi Riau telah melakukan korupsi, masyarakat berharap hukuman yang sesuai di berikan kepada pelaku korupsi yakni sesuai dengan UUD yang berlaku di Indonesia.

(Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu)

1. Rifaldi 2016 Politeknik Negeri Jakarta

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang ialah membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan transportasi *online* pada Gojek sedangkan penelitian sekarang membahas tentang opini driver Go-Jek kota Pekanbaru terhadap informasi penipuan dalam jasa pesan antar makanan. Sedangkan persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini ialah sama-sama meneliti terkait Go-Jek.

2. Wiratri Anindhita 2016 Universitas Bakrie Jakarta

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini ialah peneliti sebelumnya meneliti tentang analisis tepat guna pada dua bisnis sekaligus yaitu Gojek dan Grab Bike. Sedangkan penelitian saat ini tentang opini driver khusus pada Go-Jek saja. Sedangkan

persamaan 2 penelitian ini ialah sama-sama meneliti tentang bisnis transportasi online.

3. Nasri 2015 Universitas Islam Riau

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini ialah penelitian sebelumnya tentang opini masyarakat terkait dengan pemerintahan, sedangkan yang saat ini meneliti tentang opini driver yang cakupannya lebih kecil yaitu khusus pada informasi penipuan dalam jasa pesan antar makanan. Persamaan penelitian sebelumnya dengan saat ini ialah sama-sama meneliti tentang opini

