

PERSEPSI TERHADAP PEMBERITAAN FENOMENA *FETISH* DI MEDIA MASSA *ONLINE*

Oleh Lulu Annizha Anwar
Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra Universitas Muslim Indonesia

Zelfia
Abd. Majid
Staff Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra Universitas Muslim Indonesia

ABSTRACT

**LULU ANNIZHA ANWAR. 06520170127. PERCEPTION OF REPORTING
ON THE FETISH PHENOMENON IN ONLINE MASS MEDIA.**

Fetishes include dependence on inanimate objects to induce sexual arousal. At the end of July 2020, the jarik cloth fetish phenomenon occurred in Indonesia, which was widely reported through the mass media, both online mass media and social media. The purpose of this study was to determine of the perception of Communication Studies students at the Muslim University of Indonesia on the reporting of the fetish phenomenon in online mass media and how attitude of Communication Studies students at the Muslim University of Indonesia in responding to the news of fetish phenomenon in online mass media. This study uses qualitative research methods by trying to collect data or information related to the perception of reporting on the fetish phenomenon in online mass media. This study was conducted by collecting data through interviews, documentation, and literature study. This study was conducted for one month in the Communication Studies Program, Faculty of Letters and Communication Studies, Muslim University of Indonesia, Makassar City. The result of this study indicated that the perception of the Communication Studies students at the Muslim University of Indonesia on the reporting of the fetish phenomenon in online mass media is different, but some are almost the same depending on the perspective of each individual. Most students have a positive perception of the news. Based on cognitive aspects, affective aspects, and psychomotor aspects, changes in thought patterns and actions occur after knowing the news of fetish phenomenon in online mass media. Because the perception of Communication Studies students at the Muslim University of Indonesia is different, but some are almost the same, so that the attitude of students in responding to the news of the fetish phenomenon in online mass media is also different and some are almost the same.

Keywords : Fetish Phenomenon, News, Online Mass Media

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Kebutuhan merupakan hal-hal yang diperlukan atau dibutuhkan setiap individu dalam kehidupannya. Manusia memiliki berbagai macam kebutuhan dalam menjalani kehidupannya guna untuk mempertahankan kelangsungan hidup setiap individu. Berkaitan dengan kebutuhan manusia, Abraham Maslow seorang psikolog Amerika mengatakan : “Manusia sebagai makhluk yang tidak pernah berada dalam keadaan yang sepenuhnya puas, bagi manusia kepuasan itu sifatnya sementara, jika suatu kebutuhan telah terpuaskan maka kebutuhan-kebutuhan lain muncul menuntut pemuasan. Sebagai dasar dari setiap kebutuhan manusia adalah kebutuhan fisiologis”

Kebutuhan fisiologis meliputi kebutuhan akan makanan, air, oksigen, istirahat dan seks. Sebagai salah satu kebutuhan fisiologis manusia (*physiological needs*), pemenuhan kebutuhan seksual merupakan kebutuhan dasar yang paling mendesak pemenuhannya karena berkaitan langsung dengan pemeliharaan biologis dan kelangsungan hidup.

Kebutuhan seksual sebagai salah satu kebutuhan fisiologis dan merupakan kebutuhan dasar menurut Teori Piramida Kebutuhan Manusia menurut Abraham Maslow akan paling didahulukan pemuasannya oleh individu, dan jika kebutuhan fisiologis ini tidak terpenuhi atau belum terpuaskan maka individu tidak akan tergerak untuk bertindak memuaskan kebutuhan-kebutuhan yang lain.

Namun banyak individu yang menggunakan cara menyimpang dalam pemenuhan kebutuhan seksual tersebut. Salah satunya yaitu menurut psikologi ada beberapa tingkah laku individu yang menjadi kebiasaan buruk dalam pemenuhan kebutuhan seksual yang dikaitkan dalam psikologi abnormal.

Menurut Gerald C. Davison, dkk dalam buku Psikolog Abnormal Edisi Kesembilan (2010: 621) menjelaskan ada beberapa gangguan yang termasuk dalam abnormalitas, salah satunya yaitu gangguan seksual. Pada bagian gangguan seksual terdapat gangguan *parafilia*.

Dalam DSM-IV-TR, *parafilia* adalah sekelompok gangguan yang mencakup ketertarikan seksual terhadap objek yang tidak wajar atau aktivitas seksual yang tidak pada umumnya.

Salah satu yang termasuk *parafilia* adalah *fetishisme*. Menurut Gerald C. Davison, dkk dalam buku Psikolog Abnormal Edisi Kesembilan (2010: 622) menjelaskan bahwa *Fetishisme* mencakup ketergantungan pada benda-benda mati untuk menimbulkan gairah seksual. Orang yang mengidap *fetishisme*, yang hampir seluruhnya laki-laki, memiliki dorongan seksual berulang dan intens terhadap berbagai keberadaan fetis sangat diinginkan atau bahkan merupakan benda mati, yang disebut fetis (a.l., sepatu perempuan), dan keharusan agar dapat timbul gairah seksual.

Pada akhir bulan Juli 2020 terjadi sebuah fenomena *fetish* kain jarik di Indonesia yang marak diberitakan melalui media massa dan media sosial. Dari berbagai paparan media online, diketahui pelaku *fetish* kain jarik tersebut merupakan salah satu mahasiswa UNAIR yang menjalankan fetishnya dengan alasan riset akademik (penelitian). Pelaku kasus tersebut bernama Gilang dan hingga kini kerap disebut sebagai ‘Gilang Bungkus’ karena perbuatan menyimpang yang ia lakukan melibatkan banyak korban dan korban tersebut dapat digolongkan dalam korban pelecehan seksual. Pada halaman berita online cnnindonesia.com yang terbit pada hari Kamis tanggal 30 Juli 2020 pukul 14:42 WITA dengan headline news “Kesaksian Korban Gilang: Sesak Dibunkus Jarik dan Lakban”. Dalam berita tersebut komunikasi yang dilakukan antara pelaku dan korban melalui media *WhatsApp* sering terjadi pertentangan diantara mereka dikarenakan

pelaku memaksa korban dan mengancam bunuh diri jika korban tidak mengikuti perintahnya, disamping hal itu komunikasi yang dilakukan pelaku sangat tidak memiliki etika komunikasi karena pelaku kerap menggoda korban dan teman korban dengan mengatakan "itu siapa dek? ganteng" padahal mereka sesama jenis (laki-laki dengan laki-laki). Gilang juga menceritakan penyakit yang tengah dideritanya kepada korban yaitu memiliki penyakit vertigo sehingga korban merasa kasihan kepada pelaku dan mengikuti permintaan pelaku.

Gangguan yang diderita pelaku ini tidak hanya melibatkan satu atau dua korban saja, melainkan banyak korban sebelumnya yang sudah ia perintahkan untuk memenuhi fetishnya tersebut. Namun korban-korban sebelumnya baru ikut berkomentar sejak berita *fetish* kain jarik tersebut sudah tersebar dipaparan media. Beragam persepsi atau pandangan masyarakat, dari kalangan selebgram dan artis hingga pakar mengenai kasus *fetish* kain jarik tersebut.

Pemberitaan fenomena *fetish* kain jarik mulai akhir bulan Juli 2020 hingga Maret 2021. Fenomena *fetish* tersebut masih diberitakan di media massa online cnnindonesia.com hingga 13 Maret 2021. Sehingga peneliti memilih untuk berfokus pada fenomena tersebut sebagai objek penelitian mengenai persepsi terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online*?
2. Bagaimana sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online* tersebut?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan :

1. untuk mengetahui persepsi terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online*.
2. Untuk mengetahui sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online*.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang Psikologi Komunikasi. Selain itu hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi atau acuan untuk penelitian berikutnya.

2. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam memperkaya wawasan konsep persepsi atau pandangan sosial terutama tentang persepsi terhadap pemberitaan fenomena *fetish*.

3. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi praktisi psikologi komunikasi untuk mengetahui sejauh mana persepsi khalayak terhadap pemberitaan fenomena *fetish*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Persepsi

Menurut Lahlry persepsi didefinisikan sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasikan data sensoris. Data sensoris sampai kepada kita melalui panca indera kita. Persepsi selektif adalah istilah yang diaplikasikan pada kecenderungan persepsi manusia yang dipengaruhi oleh keinginan-keinginan, kebutuhan-kebutuhan, sikap-sikap, dan faktor psikologi lainnya. Persepsi selektif

mempunyai peranan penting dalam komunikasi seseorang. Persepsi selektif berarti bahwa orang yang berbeda dapat menanggapi pesan yang sama dengan cara yang berbeda. Tidak ada seorang komunikator yang dapat mengasumsikan bahwa sebuah pesan akan mempunyai ketepatan makna untuk semua penerima pesan atau terkadang mempunyai makna yang sama pada semua penerima pesan (Severin, J.Werner dan Tankard. James W 2011:83).

Komunikasi yang efektif tidak hanya merangkai kata saja, namun lebih dari itu, yaitu perlu dipertimbangkan bagaimana sebuah pesan akan dipersepsikan. Teori persepsi menyatakan bahwa proses menginterpretasikan pesan sangat kompleks dan tujuan-tujuan komunikator ini barangkali sulit untuk dicapai (Ibid.,hlm 124).

Menurut Leavitt, persepsi (perception) dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana seseorang melihat sesuatu: sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu (Sobur, 2003:445).

Jadi yang dimaksud persepsi adalah suatu proses ketika seseorang mengorganisasikan informasi dalam pikirannya, mengalami dan mengelola pertanda atau segala sesuatu yang terjadi di lingkungannya. Informasi yang diterima oleh indera dapat berasal dari stimulus lain yang ada pada saat terjadi persepsi, atau berdasarkan respon emosional, konseptual, atau perilaku yang tersimpan sebelumnya. Persepsi adalah dasar proses kognitif atau psikologis. Perilaku yang ditunjukkan individu dapat berbeda-beda karena persepsi bersifat individual (Jalaluddin Rakhmat, 1985:55).

Proses Terbentuknya Persepsi

Proses terjadinya persepsi melalui tiga proses yaitu proses fisik, proses fisiologis dan proses psikologis. Proses fisik berupa objek menimbulkan stimulus, lalu stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Proses

fisiologi berupa stimulus yang diterima oleh indera yang diteruskan oleh saraf sensoris ke otak. Sedangkan proses psikologis berupa proses dalam otak sehingga individu menyadari stimulus yang diterima (Sunaryo, 2004:94).

Kemampuan individu dalam memberikan respon terhadap rangsangan yang diterimanya disebut kemampuan mempersepsi, namun setelah individu melakukan interaksi dengan objek yang dipersepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu :

- a) Persepsi positif, persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal itu akan diteruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap objek yang dipersepsikan.
- b) Persepsi negatif, persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsi. Hal itu akan diteruskan dengan kepasifan atau menolak dan memancing terhadap objek yang dipersepsikan (Irwanto, 2002:71).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam buku Psikologi Komunikasi edisi kelima (2011:55), ada beberapa hal yang mempengaruhi persepsi antara lain :

a. Faktor fungsional

Faktor fungsional adalah faktor yang berasal dari kebutuhan, masa lalu dan hal-hal yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Yang menemukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimulus itu.

b. Faktor struktural

Faktor struktural adalah faktor-faktor yang berasal semata-mata dari sifat

stimulus fisik terhadap efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Faktor-faktor struktural yang menentukan persepsi menurut teori Gestalt bila kita ingin memahami suatu peristiwa kita dapat meneliti faktor-faktor yang terpisah tetapi memandangnya dalam hubungan keseluruhan.

Komunikasi

Pengertian Komunikasi

Menurut Brent D. Ruben (1988) dalam Muhammad (2009:3) memberikan definisi mengenai komunikasi manusia yang lebih komprehensif sebagai berikut : “komunikasi manusia adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain”.

Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (2010) juga memberikan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan beberapa pendapat para ahli antara lain :

Theodore M.Newcomb, “Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu informasi, dari sumber kepada penerima.”

Carl.I.Hovland, “Proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain”.

Gerald R.Miller, “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan suatu penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.”

Everett M.Rogers, “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka.”

Raymond S.Ross, “Komunikasi (internasional) adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga

membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”

Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante, “informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak”.

Harold Laswell, “*Who says what and with channel to whom with what effect?* atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana.

Unsur-Unsur Komunikasi

Dari beberapa pengertian mengenai komunikasi diatas, maka dapat dijelaskan bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika seseorang yang ingin menyampaikan suatu pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, maksudnya komunikasi itu hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek.

Pada awal tahun 1960-an David K.Berlo membuat formula komunikasi sederhana. Formula itu dikenal dengan nama “SMCR” yakni : *Source* (Sumber), *Message* (Pesan), *Channel* (Saluran Media), dan *Receiver* (Penerima). Selain itu, Gerald Miller dan Melvin L. De Fleur menambahkan lagi unsur efek dan umpan balik (*Feedback*) sebagai pelengkap dalam membangun komunikasi yang sempurna (Cangara, 2016 : 22-23).

Komunikasi Massa

Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film.

Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi sebelumnya, komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Sifat pesannya terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama,

suku, pekerjaan maupun dari segi kebutuhan.

Ciri lain yang dimiliki komunikasi massa, ialah sumber dan penerima dihubungkan saluran yang telah diproses secara mekanik. Sumber juga merupakan suatu lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi, dan sebagainya. Oleh karena itu, proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana (dipersiapkan lebih awal), terkendali oleh redaktur dan lebih rumit, dengan kata lain melembaga.

Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baliknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Akan tetapi, dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik seperti radio dan televisi, maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar, misalnya melalui program interaktif.

Selain itu, sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas. Mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya (Cangara, 2016 : 41).

Dalam buku Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer oleh Nurudin (2019:93) menjelaskan bahwa untuk memperjelas apa itu komunikasi massa, agaknya kita perlu merujuk pada beberapa pendapat. Joseph A. Devito pernah mengatakan, *“First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large science. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically*

defined by its forms: television, radio, newspaper, magazines, films, books, and tapes”. (Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi masa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya; televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku dan pita (Effendy, 2002).

Sementara itu Black dan Witney (1988) mengatakan *“Mass communication is a process whereby mass-produced message are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers”* (Komunikasi massa adalah sebuah proses di mana pesan-pesan yang diproduksi secara massal/tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim dan heterogen). Intinya adalah komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa. Media dalam hal ini adalah media massa modern (cetak, elektronik, online) sebab ada media tradisional (kentongan, angklung, bedug dan lain-lain).

Tinjauan Tentang Berita Pengertian Berita

Dalam buku Manajemen Penelitian Pers oleh Tatok Djuroto (2004:46) menjelaskan bahwa berita secara etimologi berasal dari Bahasa sansekerta, yakni *vrit* yang dalam Bahasa Inggris disebut *write*, arti sebenarnya adalah ada atau terjadi. Sebagian orang menyebutnya dengan *vritta* yang berarti kejadian atau yang telah terjadi. *Vritta* dalam Bahasa Indonesia kemudian menjadi berita atau warta. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berita diperjelas menjadi laporan mengenai

kejadian atau peristiwa yang terjadi.

Menurut Rulli Nasrullah dalam buku *Teori Riset dan Media Siber (Cybermedia)* menjelaskan bahwa berita selama ini dipahami sebagai suatu informasi yang diproses melalui institusi media. Juga, khalayak atau massa berada dalam posisi pasif dalam menerima terpaan informasi yang disampaikan oleh media. Suatu peristiwa yang terjadi di lapangan akan dinilai penting atau tidaknya untuk dipublikasikan tergantung bagaimana institusi atau pekerja media melihat peristiwa itu sebagaimana adanya kepentingan atau kekuatan di redaksi. Jika suatu peristiwa memiliki nilai berita yang penting diketahui, dengan memakai perspektif bahwa peristiwa itu dibutuhkan oleh khalayak, institusi media akan mengkonstruksi peristiwa itu menjadi suatu komoditas berita yang akan dikonsumsi oleh khalayak. Dalam kajian komunikasi massa, proses ini dikenal dengan istilah agenda setting; bahwa peristiwa yang terjadi di lapangan akan dikonstruksi oleh institusi media untuk memilah fakta dan data apa saja yang dianggap penting untuk disampaikan kepada khalayak. Didalam konten berita itu tentu ada agenda tersembunyi yang berasal dari perusahaan media (Rulli:2014: 48).

Nilai dan Klasifikasi Berita

Dalam buku *Jurnalisme Kontemporer* oleh Septian Santana K (2009:17), menjelaskan bahwa Nilai berita menurut Downie Jr dan Kasier, merupakan istilah yang tidak mudah didefinisikan. Istilah ini meliputi segala sesuatu yang tidak mudah dikonsepsikan. Ketinggian nilainya tidak mudah untuk dikonkretkan. Nilai berita juga menjadi tambah rumit bila dikaitkan dengan sulitnya membuat konsep arti dari berita itu sendiri. Beberapa elemen nilai berita yang mendasari pelaporan ialah *immediacy*, *proximity*, *consequence*, *conflict*, *addity*, *sex*, *emotion*, *prominance*, *suspense*, dan *progness*. Pada sebuah kisah berita, bisa jadi terdapat elemen yang saling mengisi dan terkait dengan peristiwa yang

dilaporkan wartawan.

Dalam buku *Jurnalistik Teori dan Praktek* oleh Hikmah Kusumaningrat (2005: 62) menjelaskan bahwa Tobias Poucer menyebutkan beberapa kriteria yang membutuhkan nilai layak berita, antara lain:

1. Tanda-tanda yang tidak lazim, benda-benda yang ganjil, hasil kerja atau produk alam dan seni yang hebat dan tidak biasa, banjir atau badai disertai petir dan guruh yang mengerikan, gempa bumi, sesuatu yang aneh dan muncul dengan tiba-tiba dilangit, dan penemuan-penemuan baru yang pada abad itu sangat banyak terjadi.
2. Berbagai jenis keadaan, perubahan, perubahan pemerintahan, masalah perang dan damai, sebab-sebab perang dan keinginan-keinginan perang, pertempuran, kekalahan, rencana-rencana para pemimpin militer, undang-undang baru, pertimbangan-pertimbangan yang disetujui, pegawai negeri, orang-orang terkenal, kelahiran dan kematian para pangeran, ahli waris tahta, upacara pelantikan dan upacara-upacara resmi serupa itu, upacara pelantikan, pergantian jabatan atau pemecatan, kematian orang-orang terkenal, akhir riwayat orang yang tidak bertuhan dan masalah-masalah lainnya.

Kriteria tentang nilai saat ini sudah lebih disederhanakan dan disistematikkan sehingga sebuah unsur kriteria mencakup jenis-jenis berita yang lebih luas. Hikmah Kusumaningrat dan purnama Kusumaningrat dalam buku *Jurnalistik Teori dan Praktek* (2005: 64-66) menjabarkan mengenai unsur-unsur nilai berita yang sekarang digunakan dalam memilih berita, antara lain:

1. Aktualitas (*timelines*). Semakin aktual suatu berita, semakin tinggi nilai beritanya. Ada kalanya penemuan suatu peristiwa penting atau menarik yang usianya sudah bertahun-tahun dapat langsung menjadi berita utama. Pada situasi seperti itu, kecepatan

dibutuhkan dalam hal penyingkapannya.

2. Kedekatan (*Proximity*). Peristiwa yang mengandung unsur kedekatan dengan pembaca akan menarik perhatian. Semakin dekat dengan kondisi pembaca, maka semakin menarik berita itu.
3. Keterkenalan (*prominence*). Kejadian yang menyangkut tokoh terkenal akan menarik banyak minat pembaca. Nama-nama terkenal tidak harus diartikan orang saja. Tempat-tempat terkenal dan situasi-situasi terkenal juga memiliki nilai berita yang tinggi.
4. Dampak (*consequence*). Peristiwa yang memiliki dampak luas terhadap masyarakat, misalnya pengumuman kenaikan BBM atau ilmuwan yang mengembangkan suatu vaksin baru, memiliki nilai berita tinggi.
5. *Human Interest*. Berita yang memiliki daya tarik secara universal yang menarik minat orang memiliki nilai berita tinggi. Beberapa unsur human interest, misalnya ketegangan, ketidaklaziman, minat pribadi, konflik, simpati, kemajuan, seks, usia, hewan, dan humor.

Gangguan Fetish

Gangguan fetish (*fetishisme*) termasuk dalam golongan *parafilia*. Dalam DSM-IV-TR, *parafilia* adalah sekelompok gangguan yang mencakup ketertarikan seksual terhadap objek yang tidak wajar atau aktivitas seksual yang tidak pada umumnya (Davison.dkk, 2010:621).

Pengertian Gangguan Fetish

Menurut Gerald C. Davison dkk, dalam buku psikologi abnormal edisi kesembilan (2010:622) menjelaskan bahwa *Fetishisme* mencakup ketergantungan pada benda-benda mati untuk menimbulkan gairah seksual. Orang yang mengidap *fetishisme*, yang hampir seluruhnya laki-laki, memiliki dorongan seksual berulang dan intens terhadap berbagai keberadaan fetis sangat diinginkan atau bahkan

merupakan benda mati, yang disebut fetis (a.l., sepatu perempuan), dan keharusan agar dapat timbul gairah seksual.

Kaki dan sepatu, stoking transparan, benda-benda dari karet seperti jas hujan, sarung tangan, perlengkapan toilet, pakaian dari bulu, dan terutama celana dalam merupakan benda-benda yang umum digunakan untuk menimbulkan gairah seksual bagi para fetisis. Beberapa orang dapat melakukan tindakan *fetishisme* mereka sendirian secara diam-diam dengan membelai, mencium, membaui, mengisap, menempelkan di anus, atau hanya menatap benda-benda pemujaan tersebut seraya melakukan masturbasi. Ada juga yang membutuhkan pasangan mereka untuk memakai fetis tersebut sebagai stimulan sebelum melakukan hubungan seks. Fetisis kadang tertarik untuk mengoleksi benda-benda yang diinginkan dan mereka dapat mencuri setiap minggu untuk menambah benda-benda koleksi mereka.

Ketertarikan yang dirasakan fetisis pada benda tersebut mengandung komponen kompulsif; hal itu dialami secara spontan dan tidak dapat ditahan olehnya. Tingkat fokusasi erotis-status eksklusif dan sangat istimewa yang dimiliki benda tersebut sebagai stimulan seksual--itulah yang membedakan *fetishisme* dengan ketertarikan normal para laki-laki heteroseksual dalam budaya barat terhadap, contohnya, sepatu bertumit tinggi dan celana jins. Fetisis sepatu boot harus menatap atau menyentuh sepatu boot agar dapat terangsang, dan bila fetis tersedia, gairah tersebut menjadi sangat kuat.

Gangguan tersebut biasanya berawal dari masa remaja, meskipun fetis dapat memperoleh keistimewaannya pada masa yang lebih awal, yaitu di masa kanak-kanak. Fetis sering kali mengidap jenis *parafilia* lain, seperti *pedofilia*, *sadisme*, dan *masokisme* (Mason, 1997).

Kriteria Fetishisme

Dalam buku *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* edisi keempat *text revision* (2000)

menjelaskan bahwa ada beberapa kriteria *fetishisme*, yaitu:

1. Berulang, intens, dan terjadi dalam kurun waktu setidaknya enam bulan, fantasi, dorongan, atau perilaku yang menimbulkan gairah seksual berkaitan dengan penggunaan benda-benda mati.
2. Menyebabkan distress atau hendaya yang jelas dalam fungsi sosial atau pekerjaan.
3. Benda-benda yang menimbulkan gairah seksual tidak terbatas pada bagian pakaian perempuan yang dikenakannya sebagai lawan jenis atau alat-alat yang dirancang untuk menstimulasi alat kelamin secara fisik, seperti vibrato.

Teori Pendukung

1. Teori Stimulus Respon

Menurut Hidjanto, Djamal, Andi Fachruddin dalam buku Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi (2011:69) menyatakan bahwa Stimulus respon adalah suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian dapat dipahami adanya antara kaitan pesan pada media dan reaksi audien. Elemen utama dari stimulus respon antara lain ; Stimulus (pesan), Penerima atau organisme (*receiver*), dan Efek (*respons*).

Asumsi dasar yang dapat dilihat dari stimulus respon adalah segala bentuk pesan yang disampaikan baik verbal dan non verbal dapat menimbulkan respons. Jika kualitas ransangan stimulus yang diberikan baik akan sangat besar mempengaruhi respon yang ditimbulkan. Individu dalam komunikasi tersebut mempengaruhi munculnya respon juga. Stimulus yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau ditolak. Perhatian dari komunikan akan mempengaruhi proses komunikasi.

Menurut Prof. Dr. H.M Burhan Bungin, S.Sos. I (2007:277). Sosiologi komunikasi, prinsip stimulus-organisme-respon ini merupakan dasar teori dari jarum hipodermik, teori klasik mengenai proses

terjadinya efek media massa yang sangat berpengaruh. Teori jarum hipodermik memandang bahwa sebuah pemberitaan media massa dibaratkan sebagai obat yang disuntikkan ke dalam pembuluh darah *audience*, yang kemudian *audience* akan bereaksi seperti yang diharapkan. Dalam masyarakat massa, dimana prinsip stimulus-response mengasumsikan bahwa pesan informasi dipersiapkan oleh media dan distribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas, sehingga secara serempak pesan tersebut dapat diterima oleh sejumlah besar individu, bukan ditujukan pada orang per orang, kemudian sejumlah besar individu itu akan merespon pesan informasi. Penggunaan teknologi telematika yang semakin luas dimaksudkan untuk reproduksi dan distribusi pesan informasi itu sehingga diharapkan dapat memaksimalkan jumlah penerima dan *response* oleh *audience*, sekaligus meningkatkan *response* oleh *audience*.

Model ini menggambarkan bahwa media massa mempunyai efek yang sangat kuat dalam masyarakat. Saat ini, banyak yang menyalahgunakan sosial media, salah satunya yaitu pada fenomena *fetish* yang terjadi di akhir bulan Juli 2020.

Response merupakan perilaku yang diamati dan dirangsang oleh stimuli kemudian diperantarai oleh keadaan dalam organisme manusia. Jika dikaitkan dengan teori S-O-R atau stimulus-organisme-response dimana stimulus yaitu pemberitaan fenomena *fetish* memberikan rangsangan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia. Kemudian fenomena *fetish* disampaikan melalui media massa online (organisme) untuk dipahami, diterima atau tidak diterima. Kemudian timbul ketertarikan dan beragam respon dari mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia. (respon).

2. Teori Penilaian Sosial (Social Judgement Theory)

Teori penilaian sosial atau *social judgement theory* memberikan perhatian bagaimana seseorang memberikan

penilaian mengenai segala pernyataan yang didengarnya. Misalnya, seorang teman dekat Anda menyatakan mendukung atau menyukai sesuatu yang sangat Anda benci. Apa yang akan Anda lakukan? Bagaimana mengatasi hal ini? Bagaimana pengaruh pernyataan teman Anda itu terhadap kepercayaan Anda? Teori penilaian sosial disusun berdasarkan penelitian Muzafer Sherif yang berupaya memperkirakan bagaimana seseorang menilai suatu pesan dan bagaimana penilaian yang dibuat tersebut dapat memengaruhi sistem kepercayaan yang sudah dimiliki sebelumnya (Morissan, 2013:79).

Menurut Sherif kita selalu membuat acuan seperti ini sepanjang hidup kita. Kita sering menduga panjang sesuatu tanpa alat pengukur panjang, menentukan waktu atau jam berdasarkan intensitas cahaya matahari atau menentukan usia seseorang berdasarkan penampilan fisiknya. Menurut Sherif, proses yang sama juga berlaku dalam menilai pesan komunikasi. Hal ini disebutnya dengan persepsi sosial. Dalam kehidupan sosial, acuan atau referensi tersimpan di dalam kepala kita serta berdasarkan pengalaman sebelumnya. Kita mengandalkan pada referensi internal atau disebut *reference point*. Dalam melakukan penelitian mengenai penilaian sosial ini, sejumlah responden diminta pendapatnya terhadap sejumlah pernyataan mengenai berbagai topik (isu). Mereka kemudian diminta untuk mengelompokkan berbagai pernyataan itu berdasarkan kesamaannya. Responden kemudian diminta menandai kelompok pernyataan mana yang bisa diterimanya, pernyataan mana yang ditolak dan pernyataan mana yang netral (tidak setuju namun juga tidak menolak) (Morissan, 2013:80).

Dari penelitian Sherif bahwa seorang individu memberikan penilaian untuk menerima atau menolak pesan berdasarkan dua hal yaitu acuan internal dan keterlibatan ego. Namun demikian proses penilaian ini dapat menimbulkan distorsi (penyimpangan). Misalnya dalam contoh pembalikan liar, orang dapat mengalami

distorsi dalam penilaiannya dengan cara membuat efek pertentangan (*contrast effect*) atau dengan membuat efek asimilasi (*assimilation effect*). Efek pertentangan terjadi bila individu menilai suatu pesan menjadi lebih jauh atau bertentangan dengan pandangannya sendiri daripada yang seharusnya. Adapun efek asimilasi terjadi bila orang menilai suatu pesan menjadi lebih dekat dengan pandangannya sendiri daripada yang seharusnya. Jika suatu pesan secara relatif mendekati pandangan sendiri maka pesan itu akan diasimilasikan, namun sebaliknya suatu pesan yang relatif jauh dari pendapat sendiri akan dikontraskan. Efek asimilasi dan efek kontras ini semakin diperkuat dengan keterlibatan ego yang dimiliki orang bersangkutan (Morissan, 2013:81).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang (Moleong, 2015:5). Penelitian ini berupaya mengumpulkan data atau informasi yang berkaitan dengan Persepsi Terhadap Pemberitaan Fenomena *Fetish Di Media Massa online*.

Penentuan subjek penelitian ini berdasarkan sampling purposif (*purposive sampling*). Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel (Kriyantono, 2010:156). Karena akar persoalan krusial dari teknik sampling dalam penelitian komunikasi kualitatif terletak pada persoalan bagaimana mungkin memperoleh data atau informasi yang akurat dan memadai dari orang-orang yang sesungguhnya tidak mengetahui atau hanya sedikit saja mengetahui persoalan-persoalan yang

diteliti (Pawito,2008:89).

Berdasarkan hal tersebut maka peneliti menentukan subjek dalam penelitian ini adalah persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Muslim Indonesia Kota Makassar, yang diseleksi dengan kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti, yaitu:

1. mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Muslim Indonesia masing-masing 2 mahasiswa dari setiap konsentrasi yaitu mahasiswa konsentrasi Jurnalistik, mahasiswa konsentrasi *Public Relations*, mahasiswa konsentrasi *Broadcasting*, dan mahasiswa konsentrasi Manajemen Komunikasi.
2. Mahasiswa tersebut mengetahui tentang pemberitaan fenomena *fetish* kain jarik yang diberitakan pada akhir bulan Juli 2020 dan masih diberitakan hingga Maret 2021 di media online cnnindonesia.com.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Selain menggunakan peneliti sebagai instrumen utama, teknik pengumpulan data juga bersumber pada observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode, diantaranya sebagai berikut:

Wawancara

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara mendalam yang menggunakan panduan wawancara (*interview guide*) yang telah dibuat oleh penulis.

Dokumentasi

Dokumentasi pada penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu dokumentasi pribadi dan dokumen resmi. Dokumen pribadi ialah dokumen tertulis yang diperoleh peneliti melalui studi kepustakaan dan wawancara dengan partisipan. Dokumen resmi ialah dokumen

yang diterbitkan langsung oleh cnnindonesia.com.

Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yang akan dilakukan peneliti merupakan teknik pengumpulan data dengan tinjauan pustaka ke perpustakaan dan pengumpulan buku-buku, bahan tertulis serta referensi yang relevan dengan masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data atau informasi dari buku-buku dan berita yang memiliki relevansi dengan pembahasan dalam penelitian. Selain itu peneliti mengumpulkan data dari hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah yang akan diteliti baik yang telah diterbitkan maupun yang tidak diterbitkan dalam bentuk buku atau karya ilmiah.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Terhadap Pemberitaan Fenomena *Fetish* Di Media Massa Online.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menguraikan hasil penelitian persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online cnnindonesia.com dengan menilai persepsi dari aspek kognitif, afektif dan psikomotorik.

A. Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Terhadap Pemberitaan Fenomena *Fetish* Dari Aspek Kognitif.

Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan

menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat 2011:50). Kognitif merupakan pengetahuan tentang suatu objek, dengan demikian persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia akan dilihat dari aspek ini. Tahap ini meliputi pemikiran-pemikiran, pengertian dan pengetahuan tentang objek yang dipersepsikan. Berikut nama dan jumlah informan yang telah diwawancarai dalam bentuk tabel.

N O	Nama	Angk	Konsentrasi	JK
1	Ramona	2017	Jurnalistik	P
2	Fajar Sujadi	2019	Jurnalistik	L
3	Nur Hikmah Indriani	2018	Public Relation	P
4	Safwan S	2018	Public Relation	L
5	Putri Azzahra Anwar	2018	Broadcasting	P
6	Azhari Sarro Dien Mochammad	2017	Broadcasting	L
7	Adinda Pratiwi Zainal A.T	2019	Manajemen Komunikasi	P
8	Suryadi Setiawan Tahir	2019	Manajemen Komunikasi	L

Sebagaimana pemberitaan fenomena *fetish* ini sangat banyak di media massa online utamanya cnnindonesia.com membuat mahasiswa mengetahui pemberitaan tersebut, kemudian mahasiswa yang kurang informasi akan mengupdate informasi terkait pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia yang juga sering mengakses media massa online. Berikut

pernyataan dari informan terkait persepsi yang dinilai dari aspek kognitif.

Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Adinda Pratiwi Zainal A.T, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2019 yang menyatakan bahwa ia mengetahui pemberitaan fenomena *fetish* ini melalui media massa online, sebagai berikut :

“Saya mengetahui pemberitaan fenomena fetish melalui media massa online, pemberitaan fenomena fetish itu tertuju pada pemberitaan yang berhubungan dengan seksualitis atau juga bisa dikatakan gangguan. Dilihat dari berita yang beredar seseorang melakukan pelecehan seksual terhadap mahasiswa yang dibungkus dengan jarik dan lakban.”

Berbeda dengan penjelasan Suryadi Setiawan Tahir, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2019 bahwa ia mengetahui pemberitaan fenomena *fetish* ini melalui beberapa media massa termasuk salah satunya media massa online, sebagai berikut :

“Saya mengetahui pemberitaan fenomena fetish ini dari beberapa media, termasuk media massa online cnnindonesia.com, saya juga mengetahui pemberitaan fenomena fetish lain yang serupa yaitu sejumlah model di malang mengaku menjadi korban fenomena ini usai menemukan foto mereka di akun fetish yang diunggah oleh seseorang tanpa izin, dari pemberitaan yang saya baca, kesepakatan pelaku dan korban yaitu foto tersebut ditampilkan di katalog online shop.”

Sementara itu, Fajar Sujadi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2019

mengetahui pemberitaan fenomena *fetish* dari dua media massa online, sebagai berikut :

“Saya mengetahui pemberitaan fenomena fetish ini dari media online diantaranya Kompas dan Cnnindonesia, dimana pemberitaan fetish ini menyangkut pemberitaan kelainan seksual yang fenomena ini kerap terjadi dikalangan laki.”

Berdasarkan pernyataan diatas, Fajar Sujadi mengetahui pemberitaan fenomena *fetish* ini setelah membaca berita dari media massa online Kompas dan Cnnindonesia.com.

Senada dengan pernyataan diatas, Safwan S mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2018 mengetahui pemberitaan fenomena *fetish* melalui beberapa media massa online, sebagai berikut :

“Saya mengetahui pemberitaan fenomena fetish ini dari beberapa media massa online salah satunya cnnindonesia.com, dimana pemberitaan yang dianggap pelecehan seksual, yang dimana rayuan-rayuan beserta paksaan yang muncul untuk mempengaruhi suatu korban untuk mengikuti kemauan pelaku untuk membungkus dirinya dengan lakban sebagai alasan untuk bahan penelitian dari pelaku tersebut.”

Tak berbeda dengan pernyataan Azhari Sarro Dien, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2017 mengetahui pemberitaan fenomena *fetish* melalui beberapa media massa online, televisi, dan juga melalui sosial media twitter, sebagai berikut :

“Saya mengetahui pemberitaan fenomena fetish dari media massa online, seperti website berita Cnnindonesia.com, melalui

televisi dan juga melalui sosial media twitter. Pemberitaan fenomena fetish ini adalah hal yg pernah gempar atau viral beberapa waktu yang lalu, mengenai orang-orang yang mempunyai atau tertarik pada hal-hal tertentu untuk menaikkan gairah seksualnya. Dulu juga pernah ada pemberitaan serupa dengan ini namun tidak se-viral yang ini, pernah ada mengenai fetish kaos kaki dan fetish pakaian dalam pria.”

Sementara pernyataan Ramona, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2017 mengetahui pemberitaan fenomena *fetish* melalui media massa online, melalui sosial media Instagram dan surat kabar, sebagai berikut :

“Saya mengetahui pemberitaan fenomena fetish melalui media massa online salah satunya cnnindonesia.com dan melalui sosial media Instagram, serta melalui surat kabar. Pemberitaan fenomena fetish ini merupakan pemberitaan mengenai gangguan seksual yang dimana mahasiswa menjadi tersangka dengan melampiaskan keinginannya dan menjadikan penelitian sebagai alasannya agar mahasiswa lain ingin membantu dan memenuhi hasratnya.”

Pernyataan yang hampir sama dengan Putri Azzahra Anwar, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2018 mengetahui pemberitaan fenomena *fetish* melalui media massa online, sebagai berikut :

“Saya mengetahui pemberitaannya lewat media online yang menurut saya itu adalah kelainan psikologi yang berkaitan dengan seksualitas. Fenomena ini, dimana seseorang

mempunyai gangguan psikologi seksual yang bisa juga dikatakan sebagai pelecehan seksual.”

Sama halnya dengan pernyataan yang diutarakan oleh Nur Hikmah Indriani, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2018 mengetahui pemberitaan fenomena fetish melalui media massa online dan media massa televisi, sebagai berikut :

“Saya mengetahui pemberitaan fenomena fetish melalui media massa online dan media massa televisi, kemudian saya mencari beberapa informasi mengenai fenomena fetish, seperti apa itu fetish lebih lanjut dan jenis-jenis fetish dan sebagainya. Hal yang saya ketahui mengenai pemberitaan fetish ialah dimana seseorang memiliki penyimpanan atas orientasi seksual yang tidak biasa dan beberapa ada yang di luar nalar.”

Berdasarkan pernyataan dari beberapa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia mengenai persepsinya terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online *cnnindonesia.com* dilihat dari aspek kognitif, beberapa mahasiswa yang memberikan pernyataan diatas, sebagian besarnya mengetahui melalui media massa online, namun ada juga yang mengetahui melalui televisi, sosial media twitter dan sosial media instagram.

B. Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Terhadap Pemberitaan Fenomena *Fetish* Dari Aspek Afektif.

Afektif merupakan ranah yang berkaitan dengan sikap seseorang terhadap suatu objek. Perubahan sikap seseorang dapat diketahui apabila memiliki penguasaan kognitif yang tinggi.

Dalam bagian ini, peneliti akan menguraikan persepsi informan terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online terkait aspek afektif yaitu sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia yang setuju dan tidak setuju terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online yang terus menerus dilansir oleh *cnnindonesia.com* mulai Juli 2020 hingga Maret 2021. Pernyataan diutarakan oleh Adinda Pratiwi Zainal AT, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2019, sebagai berikut :

“Saya setuju dengan pemberitaan fenomena fetish di media massa online agar masyarakat tahu tentang seksual yang tidak masuk akal ini agar bisa dihindari dan bekerja sama, agar seksual ini tidak melibatkan banyak korban dikalangan anak milenial dan anak usia dini.”

Pernyataan dari Adinda Pratiwi Zainal AT bahwa ia setuju dengan pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online *cnnindonesia.com* dengan persepsinya agar masyarakat tahu tentang seksual yang tidak masuk akal tersebut dan juga sekiranya bisa dihindari agar seksual ini tidak melibatkan banyak korban dikalangan anak milenial dan anak usia dini.

Tidak berbeda dengan pernyataan dari Suryadi Setiawan, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2019, sebagai berikut :

*“Saya setuju dengan pemberitaan fenomena fetish di media massa online *cnnindonesia.com* karena pemberitaan itu mengedukasi kita mengenai fenomena fetish, apalagi *cnnindonesia.com* adalah media massa yang besar dan sudah terpercaya dikalangan masyarakat.”*

Berdasarkan pernyataan di atas, Suryadi setuju dengan pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online

cnnindonesia.com karena pemberitaan itu mengedukasi terkait fenomena *fetish*, ia menerima dan percaya dengan pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online cnnindonesia.com karena melihat dari sisi media cnnindonesia.com adalah media massa yang besar dan sudah terpercaya dikalangan masyarakat.

Sama halnya dengan pernyataan Fajar Sujadi, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2019, sebagai berikut :

“Saya setuju dengan pemberitaan fenomena fetish di media massa online cnnindonesia.com karena dalam pemberitaannya tidak menuliskan dengan jelas nama korban, sependek pengetahuan saya tentang kode etik jurnalistik yang tidak boleh itu ketika media tersebut mencantumkan nama korban, karena korban pasti akan terganggu psikisnya.”

Kutipan wawancara diatas menunjukkan bahwa Fajar Sujadi setuju dengan pemberitaan fenomena fetish di media massa online cnnindonesia.com karena pemberitaannya tidak menuliskan dengan jelas nama korban, melihat dari kode etik jurnalistik yang tidak boleh itu ketika media tersebut mencantumkan nama korban, karena korban pasti akan terganggu psikisnya.

Sementara pernyataan dari Safwan S, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2018, sebagai berikut :

“Saya setuju dengan pemberitaan fenomena fetish di media massa online cnnindonesia.com karena pemberitaan tersebut menjelaskan dengan detail dan melansir banyak berita terkait fenomena fetish tersebut sehingga pembaca bisa berhati-hati dengan berbagai macam kejahatan yang bisa terjadi darimana saja bahkan melalui sosial media dan modus

apa saja termasuk modus penelitian seperti yang diberitakan.”

Tidak berbeda dengan pernyataan Azhari Sarro Dien Mochammad, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2017, sebagai berikut :

“Saya setuju dan ada juga bagian tidak setuju dengan pemberitaan fenomena fetish di media massa online cnnindonesia.com yang lumayan banyak melansir berita terkait fenomena fetish tersebut mulai Juli 2020 hingga Maret 2021. Saya setuju karena pemberitaan tersebut untuk memberi hukuman yang sewajarnya kepada tersangka karena ada trauma yang ditinggalkan untuk korbannya dan mempengaruhi masa depannya, hanya saja yang harus diberi sanksi hanya tersangka bukan semua orang disekitarnya, termasuk pihak kampus dan keluarga tersangka. Tidak setujunya karena pada pemberitaan itu keluarga tersangka juga terekspos dan sebaiknya seperti korban dan keluarga korban, keluarga tersangka juga berhak di anonymkan karena kembali lagi yang bersalah hanya pelaku dan yang harus kena sanksi sosial hanya pelaku bukan keluarga atau perguruan tinggi pelaku.”

Sementara pendapat dari Ramona, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2017, sebagai berikut :

“Saya setuju dengan pemberitaan fenomena fetish di media massa online cnnindonesia.com agar memberikan efek jerah kepada tersangka agar tidak mengulangi perbuatannya dan juga kejadian

tersebut bisa dijadikan pelajaran agar kedepannya kita lebih berhati-hati.”

Pendapat dari Putri Azzahra Anwar, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2018, sebagai berikut :

“Saya setuju dengan adanya pemberitaan fenomena fetish karena bisa lebih menyadarkan seseorang ataupun memberitahu pembaca tentang apa itu fenomena fetish.”

Tidak berbeda dengan pernyataan yang diutarakan oleh Nur Hikmah Indriani, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2018, sebagai berikut :

“Saya sangat setuju dengan adanya pemberitaan fenomena fetish ini melalui media massa online dikarenakan dengan terusnya diberitakan mengenai fetish, masyarakat mengetahui lebih banyak mengenai kelainan orientasi seksual yang ada disekitar kita.”

Dari beberapa pernyataan diatas, persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia dari aspek afektif, sebagian besar setuju dengan pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online *cnnindonesia.com* agar memberikan efek jerah kepada tersangka dan tidak mengulangi perbuatannya, kejadian tersebut bisa dijadikan pelajaran agar kedepannya pembaca lebih berhati-hati dalam berinteraksi sosial dengan orang lain terlebih dengan orang yang baru kenal.

C. Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Terhadap Pemberitaan Fenomena *Fetish* Dari Aspek Psikomotorik.

Psikomotorik merupakan pengaruh pesan pada khalayak berakibat dalam

bentuk perilaku atau tindakan. Dalam bagian ini, peneliti akan menguraikan persepsi informan terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online *cnnindonesia.com* terkait aspek psikomotorik yaitu pengaruh pemberitaan fenomena *fetish* terhadap perilaku atau tindakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia. Berikut pernyataan dari Adinda Pratiwi Zainal AT, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2019, sebagai berikut :

“Dari pemberitaan fenomena fetish di media massa online cnnindonesia.com ini bagaimana kita harus tahu mana yang bisa kita percaya atau tidak, dan kita harus cari tahu apakah benar ini seseorang membutuhkan kita untuk hal positif atau sebaliknya. Dan bisa dikatakan jangan mudah percaya oleh seseorang.”

Berdasarkan pernyataan diatas, Adinda Pratiwi Zainal AT dapat mengambil pelajaran dari pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online *cnnindonesia.com* bahwa ia akan lebih berhati-hati Ketika berinteraksi dengan orang baru dan juga tidak mudah percaya oleh orang yang baru.

Tidak berbeda dengan pernyataan dari pernyataan dari Suryadi Setiawan, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2019, sebagai berikut :

“Dari pemberitaan fenomena fetish di media massa online cnnindonesia.com kita dapat mengetahui bentuk kasus serta dampak dari fenomena fetish ini yang membuat saya yang juga sebagai seorang mahasiswa untuk lebih waspada terhadap lingkungan saya.”

Dari pernyataan diatas, bagi Suryadi Setiawan dengan adanya pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online *cnnindonesia.com* membuat ia dapat mengetahui bentuk kasus serta dampak dari

fenomena *fetish*, juga sebagai seorang mahasiswa untuk lebih waspada terhadap lingkungannya.

Pernyataan yang hampir sama diutarakan oleh Fajar Sujadi, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2019, sebagai berikut :

“Dalam pemberitaannya bahwa ada tamparan keras buat si pelaku dan pelaku-pelaku yang belum terungkap. Semoga dari pemberitaan tersebut tak ada korban selanjutnya, maka ketika sudah merasakan hal aneh segera berkonsultasi dengan ahli psikiater. Dan dari pemberitaan tersebut saya sebagai mahasiswa harus lebih bisa memilah berita yang dapat dipercaya dan berita yang perlu ditelusuri dulu sumbernya.”

Sama halnya dengan pernyataan dari Safwan S, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2018, sebagai berikut :

“Dari pemberitaan tersebut dimana kita juga sudah tergambarkan mengenai penipuan atau yang dijudge sebagai pelecehan seksual, dengan cara-cara yang cukup kreatif, karena menggunakan riset atau penelitian sebagai alasan untuk pemenuhan hasratnya, maka kita atau lebih khususnya diri saya sendiri akan waspada terhadap modus penipuan seperti ini.”

Sementara pernyataan Azhari Sarro Dien Mochammad, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2017, sebagai berikut :

“Dari pemberitaan tersebut, setiap manusia mempunyai ketertarikan seksualnya masing-masing, adapula kita tidak boleh percaya dengan cepat kepada

sembarangan orang sebelum mengetahui kebenarannya.”

Tidak berbeda dengan pernyataan Ramona, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2017, sebagai berikut :

“Dari pemberitaan fenomena fetish tersebut, saya pribadi sebagai mahasiswa juga harus memfilter berita yang sedang dikonsumsi publik, agar dari kejadian yang diberitakan bisa menjadi pembelajaran untuk saya dan juga lingkungan saya kedepannya.”

Pendapat Putri Azzahra Anwar, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2018, sebagai berikut :

“Dari pemberitaan fetish tersebut, saya dapat mengetahui ternyata pelecehan seksual bisa juga diartikan sebagai fetish atau gangguan psikologi seksual seseorang yang dimana pelakunya laki-laki dan korbanya adalah mahasiswa baru di perguruan tinggi yang kenal hanya melalui instagram dan korban mempercayai pelaku. Saya selaku mahasiswa juga harus hati-hati dengan modus kejahatan seperti ini sehingga berita ini sangat informatif dan edukatif bagi saya.”

Pendapat yang hampir sama diutarakan oleh Nur Hikmah Indriani, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2018, sebagai berikut :

“Dengan terus diberitakannya fenomena fetish ini, saya cukup kagum kepada ccnindonesia.com yang tidak berhenti memberikan pengawasan terhadap korban. Dengan terus dinaikannya berita, semoga para pelaku dan

korban mendapatkan perhatian yang lebih khusus. Korban dibantu untuk urusan psikologis dan pelaku dibantu untuk mengontrol hasratnya agar tidak merugikan pihak manapun. Saya sebagai mahasiswa juga turut waspada terhadap orang baru yang memiliki kriteria fetish yang dapat melakukan apa saja dengan alasan apa saja agar hasratnya bisa terpenuhi.”

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas, persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online terkait aspek psikomotorik yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia dapat mengambil tindakan atau perilaku dari pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online cnnindonesia.com.

2. Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Terhadap Pemberitaan Fenomena *Fetish* Di Media Massa Online.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menguraikan hasil penelitian sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa online cnnindonesia.com dari beberapa hasil wawancara yang telah dilakukan.

Pernyataan yang diutarakan oleh Adinda Pratiwi Zainal AT, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2019, sebagai berikut :

“Dari pemberitaan fenomena fetish di media massa online cnnindonesia.com ini bagaimana kita harus tahu mana yang bisa kita percaya atau tidak, dan kita harus cari tahu apakah benar ini seseorang membutuhkan kita untuk hal positif atau sebaliknya. Dan bisa dikatakan jangan mudah

percaya oleh seseorang yang baru kita kenal, karena kejahatan bisa datang darimana saja dan kapan saja dengan motif apa saja. Sekarang semua bisa diakses dengan mudah tetapi tak jarang juga orang menyalahgunakan akses tersebut, sehingga kita yang harus membatasi diri dan menjaga diri dari kejahatan sosial seperti yang diberitakan.”

Sama halnya dengan pernyataan dari Suryadi Setiawan, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2019, sebagai berikut :

“Dari pemberitaan fenomena fetish di media massa online cnnindonesia.com saya dapat mengetahui bentuk kasus serta dampak dari fenomena fetish ini sehingga membuat saya juga sebagai seorang mahasiswa bersikap lebih waspada terhadap lingkungan saya.”

Pernyataan yang hampir sama diutarakan oleh Fajar Sujadi, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2019, sebagai berikut :

“Dari pemberitaan tersebut saya sebagai mahasiswa harus bersikap lebih pemilih dalam hal berita yang dapat dipercaya dan berita yang perlu ditelusuri dulu sumbernya.”

Sama halnya dengan pernyataan dari Safwan S, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2018, sebagai berikut :

“Dari pemberitaan tersebut sudah tergambarkan mengenai penipuan atau yang dijudge sebagai pelecehan seksual, dengan cara-cara yang cukup berbeda karena menggunakan riset atau penelitian sebagai alasan untuk pemenuhan hasratnya, maka kita atau lebih khususnya diri saya sendiri akan

waspada terhadap modus penipuan seperti yang diberitakan. Dalam hal ini saya sebagai mahasiswa harus bersikap antisipasi ketika berkenalan ataupun bertemu dengan orang baru dikenal melalui sosial media.”

Sementara pernyataan Azhari Sarro Dien Mochammad, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2017, sebagai berikut :

“Dari pemberitaan tersebut, saya mengetahui setiap manusia mempunyai ketertarikan seksualnya masing-masing. Hal ini membuat saya bersikap hati-hati dan tidak boleh percaya dengan cepat kepada sembarangan orang sebelum mengetahui kebenarannya.”

Tidak berbeda dengan pernyataan Ramona, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2017, sebagai berikut :

“Semenjak saya telah melihat pemberitaan fenomena fetish tersebut, saya pribadi sebagai mahasiswa mulai waspada dan memfilter berita yang sedang dikonsumsi publik, agar dari kejadian yang diberitakan bisa menjadi pembelajaran untuk saya dan juga lingkungan saya kedepannya.”

Pendapat Putri Azzahra Anwar, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2018, sebagai berikut :

“Dari pemberitaan fetish tersebut, saya dapat mengetahui ternyata pelecehan seksual bisa juga diartikan sebagai fetish atau gangguan psikologi seksual seseorang yang dimana pelakunya laki-laki dan korbanya adalah mahasiswa baru di

perguruan tinggi yang kenal hanya melalui instagram dan korban mempercayai pelaku. Saya selaku mahasiswa juga harus bersikap antisipasi dengan modus kejahatan seperti ini. Sehingga berita ini sangat informatif dan edukatif bagi saya.”

Pendapat yang hampir sama diutarakan oleh Nur Hikmah Indriani, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2018, sebagai berikut :

“Dengan terus diberitakannya fenomena fetish ini, saya cukup kagum kepada ccnindonesia.com yang tidak berhenti memberikan pengawalan terhadap korban. Dengan terus dinaikannya berita, semoga para pelaku dan korban mendapatkan perhatian yang lebih khusus. Korban dibantu untuk urusan psikologis dan pelaku dibantu untuk mengontrol hasratnya agar tidak merugikan pihak manapun. Saya sebagai mahasiswa mulai bersikap waspada dan sangat hati-hati terhadap orang baru yang memiliki kriteria fetish yang dapat melakukan apa saja dengan alasan apa saja agar hasratnya bisa terpenuhi.”

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas, sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online* yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia setuju dengan pemberitaannya karena membuat mereka lebih bersikap waspada dan lebih pemilih dalam mencerna berita yang banyak di media massa *online*.

Pembahasan

Dalam buku psikologi abnormal edisi kesembilan (2010:622) menjelaskan bahwa *Fetishisme* mencakup

ketergantungan pada benda-benda mati untuk menimbulkan gairah seksual. Beberapa orang dapat melakukan tindakan *fetishisme* mereka sendirian secara diam-diam dengan membelai, mencium, membaui, mengisap, menempelkan di anus, atau hanya menatap benda-benda pemujaan tersebut seraya melakukan masturbasi. Ada juga yang membutuhkan pasangan mereka untuk memakai fetis tersebut sebagai stimulan sebelum melakukan hubungan seks.

Ketertarikan yang dirasakan fetisis pada benda tersebut mengandung komponen kompulsif; hal itu dialami secara spontan dan tidak dapat ditahan olehnya. Tingkat fokalisasi erotis-status eksklusif dan sangat istimewa yang dimiliki benda tersebut sebagai stimulan seksual--itulah yang membedakan *fetishisme* dengan ketertarikan normal para laki-laki heteroseksual dalam budaya barat terhadap, contohnya, sepatu bertumit tinggi dan celana jins. Fetisis sepatu boot harus menatap atau menyentuh sepatu boot agar dapat terangsang, dan bila fetis tersedia, gairah tersebut menjadi sangat kuat. Gangguan tersebut biasanya berawal dari masa remaja, meskipun fetis dapat memperoleh keistimewaannya pada masa yang lebih awal, yaitu di masa kanak-kanak. Fetis sering kali mengidap jenis *parafilia* lain, seperti *pedofilia*, *sadisme*, dan *masokisme*.

Pada akhir bulan Juli 2020 terjadi sebuah fenomena *fetish* kain jarik di Indonesia yang marak diberitakan melalui media massa baik media massa *online* maupun media sosial. Salah satu halaman berita online cnnindonesia.com yang memberitakan fenomena *fetish* terbit pada hari Kamis tanggal 30 Juli 2020 pukul 14:42 WITA dengan *headline news* "Kesaksian Korban Gilang: Sesak Dibungkus Jarik dan Lakban". Pemberitaan fenomena *fetish* tersebut merupakan sebuah pemberitaan terkait *fetish* terhadap kain jarik yang dilakukan oleh seorang mahasiswa Unair yang memiliki semacam gangguan seksual karena adanya

ketertarikan pada kain jarik. Pelaku meminta kepada korban agar mengikuti keinginannya untuk membungkus seluruh tubuh korban dengan kain jarik sehingga pelaku merasakan kepuasan ketika korban telah membungkus dirinya dengan kain jarik menggunakan lakban. Tidak hanya satu korban, pelaku meminta mahasiswa lain untuk mengikuti keinginannya dengan modus alasan sedang melakukan riset akademik (penelitian). Dalam berita tersebut komunikasi yang dilakukan antara pelaku dan korban melalui sosial media *WhatsApp* sering terjadi pertentangan diantara mereka dikarenakan pelaku memaksa korban dan mengancam bunuh diri jika korban tidak mengikuti perintahnya. Sehingga banyak korban yang mengikuti keinginan pelaku dalam memenuhi hasratnya.

Pelaku juga kerap menceritakan penyakit yang tengah dideritanya kepada korban yaitu memiliki penyakit vertigo sehingga korban merasa kasihan kepada pelaku dan mengikuti permintaan pelaku walaupun keadaan terpaksa dan tersiksa karena seluruh tubuh dibungkus kain jarik menggunakan lakban.

Gangguan yang diderita pelaku ini tidak hanya melibatkan satu atau dua korban saja, melainkan banyak korban sebelumnya yang telah ia perintahkan untuk memenuhi fetishnya tersebut. Namun korban-korban sebelumnya mulai berkomentar sejak berita *fetish* kain jarik tersebut sudah tersebar dipaparan media. Beragam persepsi atau pandangan masyarakat, dari kalangan selebgram dan artis hingga pakar mengenai kasus *fetish* kain jarik tersebut.

Pemberitaan fenomena *fetish* ini tidak hanya menyita perhatian publik, namun dari kalangan media pun banyak yang menerbitkan berita terkait fenomena *fetish* kain jarik tersebut. Salah satunya yaitu media massa *online* cnnindonesia.com yang menerbitkan kurang lebih 50 berita terkait fenomena *fetish* kain jarik tersebut mulai bulan Juli 2020 hingga Maret 2021.

Pada tanggal 4 September 2021 kemarin masih diberitakan karena pelaku kerap ketahuan menggunakan ponsel dan berulah di rutan sehingga perbuatannya masih disorot oleh media.

1. Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Terhadap Pemberitaan Fenomena *Fetish* Di Media Massa Online.

Menurut Lahlry persepsi didefinisikan sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasikan data sensoris. Data sensoris sampai kepada kita melalui panca indera kita. Persepsi selektif adalah istilah yang diaplikasikan pada kecenderungan persepsi manusia yang dipengaruhi oleh keinginan-keinginan, kebutuhan-kebutuhan, sikap-sikap, dan faktor psikologi lainnya. Persepsi selektif mempunyai peranan penting dalam komunikasi seseorang. Persepsi selektif berarti bahwa orang yang berbeda dapat menanggapi pesan yang sama dengan cara yang berbeda. Tidak ada seorang komunikator yang dapat mengasumsikan bahwa sebuah pesan akan mempunyai ketepatan makna untuk semua penerima pesan atau terkadang mempunyai makna yang sama pada semua penerima pesan (Severin, J.Werner dan Tankard. James W 2011:83).

Menurut Leavitt, persepsi (perception) dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana seseorang melihat sesuatu: sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu (Sobur, 2003:445).

Jadi yang dimaksud persepsi adalah suatu proses ketika seseorang mengorganisasikan informasi dalam pikirannya, mengalami dan mengelola pertanda atau segala sesuatu yang terjadi di lingkungannya. Informasi yang diterima oleh indera dapat berasal dari stimulus lain yang ada pada saat terjadi persepsi, atau berdasarkan respon emosional, konseptual,

atau perilaku yang tersimpan sebelumnya. Persepsi adalah dasar proses kognitif atau psikologis. Perilaku yang ditunjukkan individu dapat berbeda-beda karena persepsi bersifat individual (Jalaluddin Rakhmat, 1985:55).

Kemampuan individu dalam memberikan respon terhadap rangsangan yang diterimanya disebut kemampuan mempersepsi, namun setelah individu melakukan interaksi dengan objek yang dipersepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu :

- a. Persepsi positif, persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal itu akan diteruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap objek yang dipersepsikan.
- b. Persepsi negatif, persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsi. Hal itu akan diteruskan dengan kepasifan atau menolak dan memancing terhadap objek yang dipersepsikan (Irwanto, 2002:71).

Berdasarkan teori S-O-R (*stimulus organisme response*) yang dimana peneliti sebagai komunikator memberikan pesan (*stimulus*) pada informan dalam hal ini mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia sebagai penerima atau organisme (*receiver*) dan menghasilkan persepsi informan sebagai efek (*respons*). Persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia juga dilihat dari beberapa aspek yaitu aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek psikomotorik.

A. Aspek Kognitif

Berdasarkan persepsi dari beberapa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas

Muslim Indonesia terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online* *cnnindonesia.com* dari aspek kognitif, sebagian besar mahasiswa mengetahui melalui media massa *online*, namun ada juga yang mengetahui melalui televisi, sosial media *twitter* dan sosial media *instagram*.

Mahasiswa juga menunjukkan ketertarikan terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online*, dari pernyataan mereka beberapa diantaranya ada yang mencari tahu informasi lebih jelas mengenai pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online*.

B. Aspek Afektif

Persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia dari aspek afektif, sebagian besar setuju dengan pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online* *cnnindonesia.com* agar memberikan efek jerah kepada tersangka dan tidak mengulangi perbuatannya, kejadian tersebut bisa dijadikan pelajaran agar kedepannya pembaca lebih berhati-hati dalam berinteraksi sosial dengan orang lain terlebih dengan orang yang baru kenal dan lebih memilih dalam membaca berita di media massa *online*. Namun ada beberapa bagian dari berita tersebut yang membuat mahasiswa tidak setuju seperti pernyataan dari salah satu mahasiswa bahwa pada pemberitaan itu keluarga tersangka juga terekspos dan sebaiknya seperti korban dan keluarga korban, keluarga tersangka juga berhak dirahasiakan identitasnya karena kembali lagi yang bersalah hanya pelaku dan yang harus kena sanksi sosial hanya pelaku bukan keluarga atau perguruan tinggi pelaku.

C. Aspek Psikomotorik

Aspek psikomotorik merupakan pengaruh pesan pada khalayak berakibat dalam bentuk perilaku atau tindakan. Berdasarkan persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia

terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online* terkait aspek psikomotorik yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia dapat mengambil tindakan atau perilaku dari pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online* *cnnindonesia.com*. Dari pernyataan rata-rata mahasiswa yaitu setelah mereka melihat pemberitaan tersebut di media massa *online* maka mereka akan lebih berhati-hati dan waspada kepada orang yang baru dikenal melalui sosial media, lebih cermat dalam mengambil tindakan utamanya mengenai memilih berita mana yang akan dipercaya dan lebih ditelusuri kebenarannya.

Adapun asumsi peneliti setelah menganalisis hasil penelitian bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia memiliki persepsi yang berbeda-beda namun adapula persepsi yang hampir sama. Sebagian besar mahasiswa memiliki persepsi positif, dalam hal ini mengetahui dan setuju serta menerima atau mendukung terkait pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online* *cnnindonesia.com* namun ada beberapa bagian dari berita tersebut yang membuat mahasiswa tidak setuju.

2. Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia Terhadap Pemberitaan Fenomena *Fetish* Di Media Massa *Online*.

Berdasarkan kerangka pikir pada penelitian ini, berawal dari adanya pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online* *cnnindonesia.com*, kemudian dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, teori S-O-R (*stimulus organisme response*) dan teori Pandangan Sosial (*Social Judgement Theory*) maka muncul persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online*. Dengan menggunakan teori-teori tersebut dan dari persepsi mahasiswa sehingga sikap mahasiswa Ilmu

Komunikasi Universitas Muslim Indonesia terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online* menjadi hasil akhir pada penelitian ini.

Berdasarkan teori Pandangan Sosial (*Social Judgement Theory*) yang memberikan perhatian bagaimana seseorang memberikan penilaian mengenai segala pernyataan yang didengarnya. Peneliti telah memberikan stimulus (pesan) kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia sebagai penerima atau organisme (*receiver*), kemudian menghasilkan persepsi mahasiswa sebagai efek (*respons*). Berdasarkan teori Pandangan Sosial ini, peneliti memberikan penilaian mengenai segala pernyataan yang diutarakan oleh mahasiswa sebagai informan pada penelitian ini.

Adapun asumsi peneliti setelah menganalisis hasil penelitian bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia memiliki sikap yang berbeda namun adapula sikap yang hampir sama dalam menanggapi pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online*. Sebagian besar mahasiswa setuju dan mendukung dengan pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online* *cnnindonesia.com* namun ada beberapa bagian dari berita tersebut yang membuat mahasiswa tidak setuju. Sehingga sikap mereka berbeda-beda dalam menanggapi pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online*.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini mengenai persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online*, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online* berbeda-beda namun adapula yang hampir sama

tergantung dari cara pandang masing-masing individu. Sebagian besar mahasiswa memiliki persepsi positif terhadap pemberitaan tersebut. Berdasarkan aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek psikomotorik bahwa terjadinya perubahan pola pikir dan tindakan setelah mengetahui pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online*.

2. Sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia terhadap pemberitaan fenomena *fetish* di media massa *online* yaitu Sebagian mahasiswa setuju dan mendukung namun ada juga yang tidak setuju. Beberapa mahasiswa juga mulai memproteksi diri dan waspada dalam hal tidak gampang percaya dengan orang yang baru dikenal melalui sosial media karena kejahatan *online* bisa datang darimana saja, melalui media apa saja, dan dengan modus alasan apa saja. Beberapa mahasiswa tersebut juga akan mulai lebih memperhatikan dan lebih cermat dalam memilih berita yang ingin dipercaya serta mencari tahu kebenarannya terlebih dahulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, Chaedar.A. 2009. *Pokoknya Kualitatif (Dasar-dasar Merancang dan melakukan Penelitian Kualitatif)*. Jakarta: Pustaka Jaya
- Bungin, Burhan. 2007. *Analisa Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Davison, Gerald C., dkk. 2010. *Psikologi Abnormal*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada

- Hidjanto, Djamal, Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. Jakarta: Kencana
- Irwanto. 2002. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kriyantono, Rahmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana
- Kusumaningrat, Hikmat & Purnama Kusumaningrat. 2005. *Jurnalistik Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Bumi Aksara
- Nevid, Jeffrey S., dkk. 2014. *Psikologi Abnormal Di Dunia yang Terus Berubah*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Nurudin. 2019. *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT. Grafindo Persada
- Pawito, 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT. Lkis Pelangi Aksara
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi* edisi kelima. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Severin, Werner J. & James W. Tankard, Jr. 2011. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa* edisi kelima. Jakarta: Prenada Media
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sunaryo. 2004. *Psikologi Untuk Pendidikan*. Jakarta: EGC.
- Nurudin. 2019. *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT. Grafindo Persada
- Pawito, 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT. Lkis Pelangi Aksara
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi* edisi kelima. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Severin, Werner J. & James W. Tankard, Jr. 2011. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa* edisi kelima. Jakarta: Prenada Media
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sunaryo. 2004. *Psikologi Untuk Pendidikan*. Jakarta: EGC.