

JENIS PESAN DAN ARAH OPINI TERHADAP TOPIK ISU ANAK

(Analisis Isi *Tweet Post* dalam Akun Twitter @komnas_anak

Periode Agustus – Oktober 2014)

Devita Artanti

Sri Hastjarjo

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

In 2014, Indonesia declared to be year of emergency sexual abuse of children. It is caused there were many case of a crime that children became a victim. Not only sexual abuse, the other right of children such demography rights, civil liberty rights, education rights and medical rights will be difficult to have for children. The purpose of the research were to determined whether or not there were significant difference between the messages used by @komnas_anak of any child issues any to determine there were or not differences between followers opinion of children issues.

Data source obtained by tweet post @komnas_anak period 2014 August - October. The population of research were 245 tweet post which include from @komnas_anak and post from followers that were retweet by @komnas_anak. The sample collecting technicques used in this research was purposive sampling which than determinated the size of the sample with category that has been created.

The result of the research obtained to the count process through Chi Square different test. From beth of the test was produced Chi Square, grade messages type category and child issues for 49,07 and opinion aim category with child issues for 12,596. Afterward, it can be proved that both of the Chi Square result beyond the critical grade of the Chi Square for 15,592.

Keywords:*analysis of the content of the tweet post, twitter, children's issues, public opinion*

Pendahuluan

Pemberitaan mengenai pelanggaran hak anak seperti kekerasan selalu menjadi salah satu pemberitaan yang menarik perhatian masyarakat. Masyarakat seakan dibuat terkejut dengan kasus tersebut. Tindakan kekerasan ini tidak hanya terjadi pada orang dewasa, tetapi sudah mulai terjadi pada anak-anak.

Pada pertengahan bulan Maret tahun 2014 lalu, terkuak kasus pelanggaran hak anak mengenai kasus kejahatan seksual terhadap anak TK usia lima tahun yang terjadi di lingkungan sekolah *Jakarta International School* (JIS). Pelaku dari kejahatan ini adalah 4 pria dan 1 wanita, kelimanya bekerja sebagai tukang kebersihan di sekolah yang bersangkutan. Kasus JIS ini juga menyeret pelaku kejahatan seksual berkebangsaan Amerika Serikat yang diketahui pernah mengajar di JIS selama 10 tahun.

Berangkat dari kasus JIS, kasus yang tidak kalah mencengangkan adalah terkuaknya kasus kekerasan yang terjadi di Sukabumi, Jawa Barat. Pria berumur 24 tahun yang bernama Adri Sobari alias Emon ini melakukan kekerasan terhadap lebih dari 50 anak dengan mengimingi mereka uang. Banyaknya kasus pelanggaran terhadap anak-anak disebabkan oleh masyarakat yang masih belum memahami hak-hak anak.

Dari beberapa kasus yang terjadi, di dalam kasus pelecehan ini pun sering terjadi kekerasan. Menurut Lampost.co, Komisi Nasional Perlindungan Anak (Komnas PA) mencatat kasus kekerasan terhadap anak pada 2012—2013 ada 3.023 kasus pelanggaran hak anak di Indonesia dan 58% atau 1.620 anak menjadi korban kejahatan seksual.¹

Ketika suatu isu atau kasus terkuak, maka kasus-kasus lain yang terkait dan juga kasus yang serupa akan ikut terkuak. Salah satu lembaga yang menangani kasus pelanggaran hak anak ini adalah Komisi Nasional Perlindungan Anak (KomNas

¹Insan Ares, *Berita Angka Kekerasan Anak di Indonesia Meningkat*, diakses dari <http://lampost.co/berita/angka-kekerasan-anak-di-indonesia-meningkat>, (diakses tgl 29 September 2014, pkl 08.42).

Anak). Lembaga ini merupakan Lembaga Swadaya Masyarakat sebagai wahana masyarakat yang independen dalam mewujudkan situasi dan kondisi yang kondusif bagi pemantauan, pemajuan dan perlindungan hak anak dan solusi bagi permasalahan anak yang timbul.

Selain melakukan pemantauan dan penanganan kasus anak, KomNas Anak juga memberikan informasi-informasi mengenai kasus-kasus anak melalui media cetak berupa *press release* dan juga media sosial seperti blog (<https://komnasma.wordpress.com>), Twitter (www.twitter.com/komnas_anak) dan Facebook (www.facebook/pages/Komisi-Nasional-Perlindungan-Anak) yang dimiliki secara resmi oleh KomNas Anak. Informasi yang diberikan meliputi cara mencegah, data statistik kasus anak dan lain sebagainya.

Merujuk data layanan pengaduan masyarakat yang dilayani melalui program Hotline Service, pengaduan langsung, surat menyurat cetak maupun elektronik, sepanjang tahun 2014, Komnas Perlindungan Anak sudah menerima 1.737 kasus pelanggaran hak anak. Sama artinya bahwa Komnas Perlindungan Anak telah menerima pengaduan masyarakat kurang lebih 210 pengaduan pelanggaran hak anak setiap bulannya.²

Kasus pelanggaran anak ini terdiri dari kasus kekerasan seksual, kekerasan fisik, penelantaran anak, perebutan anak, eksploitasi ekonomi, bahkan perdagangan anak. Berdasarkan rilis catatan akhir tahun milik Komisi Nasional Perlindungan Anak tersebut dapat dikatakan bahwa setiap tahun kasus kekerasan angka terus melonjak dan tidak hanya anak yang menjadi korban, bahkan anakpun mampu menjadi pelaku kejahatan seksual.

Jakarta, 23 Juli tidaklah berlebihan jika didasarkan pada fakta dan data sebaran, pelaku dan penegakan hukum terhadap kasus-kasus kejahatan seksual yang terjadi akhir-akhir ini dan banyak menyedot perhatian anggota masyarakat termasuk media, Komisi Nasional Perlindungan (KOMNAS ANAK), sebagai lembaga institusi independen di bidang Pemenuhan, Promosi dan Perlindungan Anak di Indonesia menetapkan bahwa tahun 2013/2014 merupakan Tahun Darurat Nasional Kejahatan Seksual Terhadap Anak.³

²Komisi Nasional Perlindungan Anak, 2014, Laporan Publik Tengah Tahun 2014

³Ibid

Adanya penetapan Tahun Darurat Kejahatan Anak ini memiliki dampak yang sangat besar bagi orang tua dan pemerintah. Bagi orang tua, penetapan ini adalah ancaman untuk anak-anak mereka sedangkan untuk institusi menjadi suatu misi yang harus diselesaikan bagaimanapun caranya sehingga tidak ada lagi korban berjatuhan.

Dalam Akun Twitter @komnas_anak berisi informasi mengenai isu-isu pelanggaran hak yang terjadi pada anak, tidak hanya informasi, di dalamnya juga terdapat opini dari *followers* dalam menanggapi isu anak yang disampaikan oleh KomNas anak. Opini *followers* dapat dikatakan sebagai pandangan publik terhadap pemaknaan akan sebuah realitas yang sedang berkembang dan tidak dapat disalahkan atau juga dibenarkan bahwa opini publik juga merupakan pandangan pribadi seseorang terhadap wacana yang sedang berkembang.

Berdasarkan hal-hal di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Isi *Tweet Post* dalam Akun Twitter @komnas_anak Periode Agustus – Oktober 2014”

Perumusan Masalah

1. Apakah ada perbedaan yang signifikan antara jenis pesan yang digunakan oleh @komnas_anak dari setiap isu anak yang disampaikan selama kurun waktu Agustus – Oktober 2014?
2. Apakah ada perbedaan yang signifikan antara arah opini *followers* dalam menanggapi isu anak yang disampaikan oleh @komnas_anak selama kurun waktu Agustus – Oktober 2014?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara jenis pesan yang digunakan oleh @komnas_anak dari setiap isu anak yang disampaikan selama periode Agustus – Oktober 2014.

2. Mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara arah opini *followers* dalam menanggapi isu anak yang disampaikan oleh @komnas_anak selama periode Agustus – Oktober 2014.

Tinjauan Pustaka

A. New Media

Menurut Terry Flew, *new media* atau media baru adalah media digital, yaitu *Forms of media content that combine and integrate data, text, sound, images of all kinds; are stored in digital format; and increasingly distributed through networks.*⁴Suatu penggabungan format media berupa data, tulisan, suara, foto dan lain sebagainya dalam format digital dan disebarakan melalui internet. Menurut Wilson Dizard membandingkan media baru dengan media lama adalah *The old and the new both offer information and entertainment resources to large audiences, conveniently and at competitive prices. The difference is that the new media can expand the range of resources to new dimensions*⁵Kalimat ini menjelaskan bahwa media baru dan media lama memiliki persamaan dalam menawarkan informasi dan hiburan, namun media baru dapat memperluas jarak. Selain itu, media baru juga merupakan inovasi-inovasi dari media sebelumnya yang kemudian terbentuk dalam suatu media baru untuk dapat mengakses konten apa saja, dimana saja, baik itu berupa data, suara, musik dan lain sebagainya yang disebarakan melalui internet.

B. Twitter

Twitter merupakan sebuah situs jejaring sosial yang berbasis layanan *microblogging*. *Microblogging* sendiri adalah sebuah layanan blog multimedia yang menggunakan batasan karakter. File seperti text, foto maupun audio dapat

⁴Terry Flew, *New media : an Introduction (3rd edition)*, 2008, (Melbourne: Oxford University Press), hal, 2- 3.

⁵Wilson Dizard, *Old Media/New Media: Mass Communications in the Information Age*, 1997, (USA: Longman), hal 11.

dipublikasikan kepada khalayak umum atau terbatas sesama anggota. Pada dasarnya ini adalah *web-blog* yang dipersempit.

Daya tarik Twitter adalah kesiapan, dengan kata lain real-time. Twitter menggunakan *post*-ing singkat maksimal 140 karakter, hal ini berbeda dengan blog seperti Blogger atau Wordpress dimana seseorang dapat *posting* dengan menggunakan sebanyak mungkin karakter.⁶ *Tweet* dapat berisi bermacam-macam informasi, kisah, cerita, judul foto atau video. Pengguna Twitter juga bisa mendapatkan informasi tanpa perlumenuhkan *tweet*, cukup dengan mem-*follow* akun lainnya.

C. *Tweet Post* sebagai Pesan

Komunikasi adalah proses yang berpusat pada pesan dan bersandar pada informasi. Di dalam proses komunikasi, pesan merupakan salah satu unsur komunikasi yang tidak bisa dipisahkan dari unsur-unsur komunikasi lainnya pesan. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber.⁷ Tanpa adanya pesan yang disampaikan seseorang tidak akan mendapatkan informasi apalagi terjadi pertukaran informasi. Pengaruh sebuah pesan, makna dan pengaruhnya sebagian ditentukan oleh tanda-tanda, simbol dan kata-kata dan tindakan yang ada dalam pesan tersebut, serta sebagian oleh proses penafsiran yang digunakan oleh penerima pesan.⁸

D. Isu Anak

Menurut dua pakar di Amerika Serikat, Hainsworth dan Meng, sebuah isu muncul sebagai suatu konsekuensi atas beberapa tindakan yang dilakukan, atau

⁶Duwi Priyatno, *Asyiknya Mencari Teman dan Berburu Dollar di Situs Pertemanan Twitter*, 2010, (Yogyakarta: Gava Media), hal 2.

⁷Deddy Mulyana, *Ilmu Komunika Suatu Pengantar*, 2005, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), hal. 63.

⁸Stephen Little John, *Teori Komunikasi*, 2009, (Jakarta: Salemba), hal 201.

diusulkan untuk dilakukan, oleh satu atau beberapa pihak yang dapat menghasilkan negosiasi dan penyesuaian sektor wisata, kasus pengadilan sipil atau kriminal atau dapat menjadi masalah kebijakan publik melalui tindakan legislatif atau perundangan.⁹ Chase & Jines menggambarkan isu sebagai sebuah masalah yang belum terpecahkan yang siap diambil keputusannya.

Definisi sederhana lainnya menurut Regester & Larkin bahwa sebuah isu mempresentasikan suatu kesenjangan antara praktek korporat dengan harapan-harapan *stakeholder*.¹⁰ Dengan kata lain, sebuah isu yang timbul ke permukaan adalah suatu kondisi atau peristiwa yang mempunyai efek pada target-target di masa mendatang.

E. Opini Publik

Suatu opini adalah pernyataan dari sikap dan opini dapat berubah-ubah. Noella-Neumann mendefinisikan opini publik sebagai *attitudes or behaviors one must express in public if one is not to isolate oneself; in areas of controversy or change, public opinions are those attitudes one can express without running the danger of isolating oneself*.¹¹ Menurut William Albiq, opini publik adalah suatu jumlah pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan dan opini publik merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik.¹²

Opini yang berasal dari luar media merupakan cara pandang masyarakat terhadap realitas untuk kemudian dikonstruksi ulang dalam perspektif masyarakat itu sendiri. Oleh George, pola ineteraksi dan konstruksi ini disebut *personal construct*. *Personal construct* adalah pola interpretasi yang diciptakan masing-masing individu,

⁹Fazary Sulisty, *Peranan Public Relations dalam Penanganan Krisis Komunikasi Pada Pt. Unilever Indonesia, Tbk (Studi Kasus Pepsodent)*, 2011, *Tesis pada Program Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Nusantara*.

¹⁰*Ibid.*

¹¹Morissan, *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*, 2010, (Bogor: Ghalia Indoensia), hlm 117.

¹²Helena Ollie, *Opini Publik*, 2007,(Jakarta: PT Indeks), hal 20

ketika berhadapan dengan suatu peristiwa atau realitas sehingga memberikan tanggapan atau makna yang dirumuskannya atas peristiwa tersebut.

F. Kecenderungan Opini

Komunikasi adalah proses kegiatan menerima pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media dengan mengharapkan *feedback*. Dalam setiap pesan yang disampaikan selalu memiliki makna di dalamnya. Untuk memberikan makna tersebut orang bertindak terhadap objek berdasarkan objek yang ingin diketahui dengan menangani objek-objek tersebut.

Melalui kegiatan komunikasi memberi dan menerima diantara makna dan tindakan ini orang memperoleh kecenderungan tertentu. Kecenderungan ini diperhitungkan ke dalam perilakunya jika ia memasuki situasi baru.¹³ Kecenderungan menunjukkan garis tindakan kepada seseorang. Apa yang diperhitungkan orang saat menemukan makna dalam situasi yang baru, mungkin saja itu merupakan kecenderungan yang dimilikinya tetapi tidak perlu selalu demikian.¹⁴

G. Analisis Isi

Menurut Barelson, analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak. Menurut Krippendorff, analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplika dan sah datanya dengan memperhatikan konteksnya.¹⁵ Secara umum, analisis isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik referensi dari isi.¹⁶ Analisis isi kuantitatif adalah analisis yang digunakan secara kuantitatif yang dihitung dengan mengukur dan menghitung aspek dari isi

¹³Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*, 2006, (Bandung: Remaja Rosdakarya), hal 3.

¹⁴ Ibid, hal 4.

¹⁵Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, 2011, (Jakarta: Kencana), hal 15.

¹⁶ Ibid.

yang disajikan dengan kuantitatif. Analisis isi yang dipakai hanya memfokuskan pada hal yang tersurat dan harus dikerjakan secara objektif.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Deskripsi ini dimaksudkan untuk menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik secara detail suatu pesan. Deskriptif kuantitatif pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui jenis pesan apa yang lebih banyak digunakan dalam menyampaikan isu anak, isu apa yang sedang berkembang dalam akun Twitter @komnas_anak dan mengetahui perbedaan jenis pesan dan arah *followers* terhadap isu-isu anak yang disampaikan oleh di dalam akun Twitter @komnas_anak. Unit analisis ini menggunakan analisis tematik.

Populasi dari penelitian ini adalah semua *tweet post* yang ada dalam akun Twitter @komnas_anak selama periode Agustus – Oktober 2014, yaitu berjumlah 245 *tweet post*. Penelitian ini hanya meneliti *tweet post* yang di dalamnya berisi informasi mengenai isu-isu anak pada periode yang telah ditentukan. Dari penentuan populasi sasaran, kemudian ditentukan jumlah sampel berjumlah 132 *tweet post* dengan menggunakan teknik sampel purposive. Sampel purposive merupakan pemilihan siapa subjek yang ada dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan.¹⁷ Sesuai pengertian sampel di atas, sampel ini ditentukan sesuai dengan kategorisasi pesan dan opini yang ada di dalam akun Twitter @komnas_anak untuk mencari informasi yang dibutuhkan.

Untuk mengetahui alat ukur valid atau tidaknya, digunakan teknik *intercoder reliability*. Reliabilitas menilai sejauh mana alat ukur dan data yang dihasilkan menggambarkan variasi yang ada dalam gejala yang sebenarnya. Alat ukur yang reliabel seharusnya melahirkan hasil yang sama dari serangkaian gejala yang sama, tanpa tergantung keadaan.

¹⁷Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, 2009, (Bandung: PT Refika Aditama), hal 272.

Analisis dan Pembahasan

A. Kategori Topik Isu Anak dan Jenis Pesan

Dalam akun twitter @komnas_anak, jenis pesan informatif adalah ini lebih banyak memberikan informasi topik isu anak mengenai hak perlindungan khusus. Informasi lebih banyak disampaikan oleh @komnas_anak sendiri berupa data angka kekerasan terhadap anak. Dari hasil koding, informasi mengenai hak perlindungan khusus lebih kepada penyampaian informasi tentang kekerasan seksual. Kemudian dalam topik isu hak kependudukan dan kebebasan sipil, sebagian besar informasi disampaikan oleh *follower*. Pesan yang disampaikan ini lebih mengenai isu kebebasan sipil, yaitu berupa kebebasan anak-anak dalam menyampaikan pendapat, keinginan dan harapan seperti keinginan anak untuk diadakan atau dibentuk Kementerian Khusus Anak.

Tabel 1.1
Frekuensi Penyajian Topik Isu Anak dan Jenis Pesan di Akun Twitter
@komnas_anak

Isu Anak	Jenis Pesan			
	Informasi	Edukasi	Hiburan	Jumlah
Hak Kependudukan dan Kebebasan Sipil	27	-	-	27
Hak Pendidikan	2	1	2	5
Hak Kesehatan	10	16	1	27
Hak Perlindungan Khusus	50	22	1	73
Jumlah	89	39	4	132

(Sumber: Olah Data Primer)

Dalam @komnas_anak, pesan yang bersifat edukatif ini lebih banyak membahas mengenai hak perlindungan khusus. Pesan edukatif ini lebih kepada

penyampaian pesan yang dilakukan oleh @komnas_anak kepada anak-anak ataupun orang tua secara langsung dengan mengadakan acara, penyuluhan, dan sosialisasi di tempat-tempat tertentu seperti sekolah.

Penyampaian pesan secara edukatif dalam hal sosialisasi ataupun penyuluhan mengenai kesehatan tidak begitu banyak disampaikan dalam akun @komnas_anak. Meskipun tidak begitu banyak, dari hasil koding yang dilakukan, @komnas_anak tetap peduli dengan mendatangi sekolah-sekolah untuk memberikan sosialisasi mengenai dampak dari merokok dengan hastag #tobaccotruth&dare.

Frekuensi yang diharapkan dapat diketahui melalui tabel berikut ini:

Tabel 1.2
Frekuensi yang Diharapkan Kategori Topik Isu Anak dengan Jenis Pesan di
Akun Twitter @komnas_anak

Frekuensi (O)	Frekuensi yang Diharapkan (E)
27	$\frac{(89)(27)}{132} = 18,2$
0	$\frac{(39)(27)}{132} = 7,98$
0	$\frac{(4)(27)}{132} = 0,81$
2	$\frac{(89)(89)}{132} = 3,37$
1	$\frac{(39)(5)}{132} = 1,47$
2	$\frac{(4)(5)}{132} = 0,15$

10	$\frac{(89)(27)}{132} = 18,2$
16	$\frac{(39)(27)}{132} = 7,97$
1	$\frac{(4)(27)}{132} = 0,81$
50	$\frac{(89)(73)}{132} = 49,21$
22	$\frac{(39)(73)}{132} = 21,56$
1	$\frac{(4)(73)}{132} = 2,21$

(Sumber: Olah Data Primer)

Setelah didapatkan nilai E, maka dapat dimasukkan ke dalam rumus chi square. Berikut ini adalah nilai X^2 :

Tabel 1.3
Nilai X^2 Kategori Topik Isu Anak dengan Jenis Pesan di Akun Twitter
@komnas_anak

Isu Anak	Jenis Pesan	O	E	O - E	$(O - E)^2$	$\frac{(O - E)^2}{E}$
Hak Kependudukan dan Kebebasan Sipil	Informasi	27	18.2	8.8	77.44	4.25
	Edukasi	0	7.98	-7.98	63.6804	7.98
	Hiburan	0	0.81	-0.81	0.6561	0.81
Hak Pendidikan	Informasi	2	3.37	-1.37	1.8769	0.55
	Edukasi	1	1.47	-0.47	0.2209	0.15
	Hiburan	2	0.15	1.85	3.4225	22.81

Hak Kesehatan	Informasi	10	18.2	-8.2	67.24	3.7
	Edukasi	16	7.97	8.03	64.4809	8.1
	Hiburan	1	0.81	0.19	0.0361	0.04
Hak Perlindungan Khusus	Informasi	50	49.21	0.79	0.6241	0.01
	Edukasi	22	21.56	0.44	0.1936	0.009
	Hiburan	1	2.21	-1.21	1.4641	0.66
					X ²	49,07

(Sumber: Olah Data Primer)

Ket: O : Frekuensi Observasi, E: Frekuensi Harapan, X²: Nilai Chi Kuadrat

Sehingga derajat kebebasan ini $(4-1) \times (3-1) = 6$. Nilai x^2 adalah 49,07 sedangkan tabel nilai kritis chi kuadrat yang ditetapkan adalah sebesar 12,592. Hal ini berarti, nilai x^2 melampaui nilai kritis. Sehingga hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada perbedaan jenis pesan yang digunakan oleh @komnas_anak dalam setiap isu anak.

B. Kategori Topik Isu Anak dengan Arah Opini

Tabel 1.4
Frekuensi Penyajian Kategori Topik Isu Anak dengan Arah Opini di Akun Twitter @komnas_anak

Isu Anak	Arah Opini Publik			Jumlah
	Pro	Kontra	Netral	
Hak Pendudukan dan Kebebasan Sipil	24	-	-	24
Hak Pendidikan	2	-	-	2
Hak Kesehatan	5	1	1	7
Hak Perlindungan	21	6	7	34

Khusus				
Jumlah	52	7	8	67

(Sumber: Olah Data Primer)

Dalam arah opini publik ini, pernyataan atau pendapat *tweet* yang disampaikan oleh *follower* lebih banyak menyetujui atau pro mengenai isu hak pendudukan dan kebebasan sipil. *Tweet* pro ini dilihat dari *tweet* mengenai kebebasan sipil yang berisi pendapat, keinginan dan harapan khususnya anak-anak dalam pembentukan Kementerian Khusus Anak-Anak. Keinginan ini memunculkan hastag #suaraanak #suaraanak2014. Sebagian besar anak-anak menginginkan pembentukan Kementerian Anak agar ada yang menampung aspirasi anak, ada yang mendengar rintihan penderitaan anak, anak-anak terlindungi, dan agar ada pemerintah yang lebih fokus memperhatikan masalah anak. Pernyataan ini bahkan di-*mention*-kan langsung kepada Presiden Jokowi.

Tidak hanya mengenai hak pendudukan dan kebebasan sipil, arah opini pro juga banyak disampaikan oleh followers mengenai hak perlindungan khusus di bulan Oktober 2014. Penyampaian pesan ini lebih banyak menyampaikan saran bahwa orang tua berperan penting untuk mengurangi kasus-kasus yang menjadikan anak menjadi korban. Bahkan artis ikut berpartisipasi memberikan opini seperti Cornelia Agatha dan Bambang Tri Atmojo. Penyampaian mendukung ini pun juga terlihat dari adanya kegiatan sosialisasi di beberapa tempat, seperti CFD, di beberapa kota bahkan provinsi yang mendukung adanya gerakan *Stop Child Abuse* dengan hastag #stopchildabuse.

Dalam isu hak kesehatan pun *follower* juga ikut memberikan pendapat terhadap *tweet* dari akun lain yang kemudian di *retweet* oleh @komnas_anak, yaitu mendukung menyurutkan kemesraan anak-anak Indonesia dengan rokok. Secara tidak langsung, *followers* meyetujui bahwa merokok itu tidak baik, merokok itu mengganggu kesehatan, merokok itu merugikan dan harus dikurangi ataupun dihentikan. Kesetujuan akan mengenai hak pendidikan pun juga disampaikan oleh

followers meskipun tidak begitu banyak. Mereka menyetujui atau menyarankan bahwa memerdekakan anak Indonesia dari kemiskinan dan kebodohan dapat dilakukan dengan pendidikan yang berkualitas yang difasilitasi oleh negara.

Arah opini *followers* @komnas_anak yang mengatakan kontra lebih banyak disampaikan pada isu hak perlindungan khusus. Kontra ini berisi sindiran untuk bertanya kepada diri sendiri, jika kita tidak setuju akan banyaknya kekerasan yang terjadi pada anak, lalu apa yang sudah dilakukan untuk melindungi anak Indonesia dari kekerasan?. Tentu saja hal ini menjadi suatu pernyataan yang tidak setuju.

Sedangkan *followers* yang mengatakan kontra terhadap isu kesehatan menyatakan ketidaksetujuan mereka dengan mengatakan kita tidak boleh diam saja melihat jutaan anak Indonesia dipaksa menghirup asap rokok yang berbahaya bagi kesehatan mereka. Terlihat jelas bahwa masih banyak orang yang diam jika melihat anak-anak menjadi korban perokok ataupun anak menjadi perokok. Untuk isu hak kependudukan dan kebebasan sipil serta hak pendidikan tidak ada *followers* yang memberikan pendapat tidak setuju, semua menyatakan pro terhadap pesan yang disampaikan mengenai 2 isu tersebut.

Netral adalah penyampaian pendapat yang memposisikan mereka di tengah-tengah atau dengan kata lain, tidak setuju dan juga tidak menolak terhadap informasi yang diberikan dalam akun @komnas_anak. Pada pernyataan pendapat netral ini *followers* lebih banyak netral terhadap informasi mengenai hak perlindungan khusus, seperti mengatakan makin banyak berita kekerasan, hidup memang keras, namun bukan berarti kekerasan jadi hal yang biasa. Dalam hal isu kesehatan, *followers* ikut pula menyampaikan kenteralan pendapat mereka dalam kasus merokok.

Tabel 1.5
Frekuensi Yang diharapkan Kategori Topik Isu Anak dengan Arah
Opini di Akun Twitter @komnas_anak

Frekuensi (O)	Frekuensi yang Diharapkan (E)
24	$\frac{(52)(24)}{67} = 18,62$
0	$\frac{(7)(24)}{67} = 2,507$
0	$\frac{(8)(24)}{67} = 2,86$
2	$\frac{(52)(2)}{67} = 1,55$
0	$\frac{(7)(2)}{67} = 0,21$
0	$\frac{(8)(2)}{67} = 0,23$
5	$\frac{(52)(7)}{67} = 5,43$
1	$\frac{(7)(7)}{67} = 0,73$
1	$\frac{(8)(7)}{67} = 0,83$
21	$\frac{(52)(34)}{67} = 26,38$
6	$\frac{(7)(34)}{67} = 3,55$

7	$\frac{(8)(4)}{67} = 4,06$
---	----------------------------

(Sumber: Olah Data Primer)

Setelah didapatkan nilai E, maka dapat dimasukkan ke dalam rumus chi square. Berikut ini adalah nilai X^2 :

Tabel 1.6
Nilai X^2 Kategori Topik Isu Anak dengan Arah Opini di Akun Twitter @komnas_anak

Isu Anak	Arah Opini	O	E	O - E	$(O - E)^2$	$\frac{(O - E)^2}{E}$
Hak Kependudukan dan Kebebasan Sipil	Pro	24	18.62	5.38	28.9444	1.55
	Kontra	0	2.507	-2.507	6.285049	2.50
	Netral	0	2.86	-2.86	8.1796	2.87
Hak Pendidikan	Pro	2	1.55	0.45	0.2025	0.13
	Kontra	0	0.21	-0.21	0.0441	0.21
	Netral	0	0.23	-0.23	0.0529	0.24
Hak Kesehatan	Pro	5	5.43	-0.43	0.1849	0.034
	Kontra	1	0.73	0.27	0.0729	0.1
	Netral	1	0.83	0.17	0.0289	0.032
Hak Perlindungan Khusus	Pro	21	26.38	-5.38	28.9444	1.1
	Kontra	6	3.55	2.45	6.0025	1.7
	Netral	7	4.06	2.94	8.6436	2.13
X^2						12,596

(Sumber: Olah Data Primer)

Ket: O : Frekuensi Observasi, E: Frekuensi Harapan, X^2 : Nilai Chi Kuadrat

Derajat kebebasan ini $(4-1) \times (3-1) = 6$. Nilai x^2 adalah 12,596 sedangkan tabel nilai kritis chi kuadrat yang ditetapkan adalah sebesar 12,592. Hal ini berarti, nilai x^2 melampaui nilai kritis. Sehingga hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada perbedaan arah opini *followers* dalam menanggapi setiap isu anak yang disampaikan oleh @komnas_anak.

Kesimpulan

Dari hasil analisa pembedaan kedua media tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

1. Ada perbedaan jenis pesan yang digunakan oleh @komnas_anak dalam setiap isu anak yang disampaikan periode Agustus – Oktober 2014.

Jenis pesan informatif lebih banyak digunakan oleh @komnas_anak dalam isu hak perlindungan khusus. Pesan informatif ini menyampaikan segala informasi berita terkait, informasi jumlah kekerasan dan lain sebagainya, di mana jenis pesan berbentuk informasi sesuai dengan fungsinya yaitu untuk dipelajari, dipahami sebagai suatu ancaman bahwa anak-anak harus dijaga dengan baik dari segala permasalahan yang sedang berkembang. Untuk jenis pesan edukasi yang digunakan oleh @komnas_anak juga lebih banyak menyampaikan mengenai hak perlindungan khusus. Pesan edukatif ini berfungsi untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berguna memfungsikan dirinya secara efektif dalam masyarakatnya. Sedangkan untuk jenis pesan hiburan yang digunakan oleh @komnas_anak lebih banyak menyampaikan mengenai hak pendidikan. Di mana jenis pesan berbentuk hiburan ini berfungsi untuk menggembarakan, menghibur namun tetap menyampaikan pesan dengan mengalihkan perhatian dari masalah yang dihadapi.

2. Ada perbedaan arah opini *followers* dalam menanggapi setiap isu anak yang disampaikan oleh @komnas_anak periode Agustus – Oktober 2014

Arah opini *followers* lebih banyak pro atau setuju dalam menanggapi hak kependudukan dan kebebasan sipil, hak pendidikan, hak kesehatan dan hak perlindungan khusus. Dengan kata lain, isu apa yang disampaikan oleh @komnas_anak dapat menentukan arah opini seseorang. Sesuai dengan pengertian isu menurut Hainsworth dan Meng yang mengatakan bahwa isu muncul sebagai suatu konsekuensi atas beberapa tindakan yang dilakukan atau diusulkan untuk dilakukan oleh beberapa pihak yang dapat menghasilkan negosiasi. Dengan kata lain, ketika suatu isu muncul ke permukaan, isu tersebut akan mempunyai efek pada target-target di masa mendatang dan efek itu adalah dapat berupa opini, pendapat yang diutarakan oleh pihak-pihak yang tertentu.

Saran

Saran atas penelitian ini terbagi menjadi dua bagian. Saran yang pertama adalah bagi akun Twitter @komnas_anak, yaitu disarankan lebih banyak memberikan informasi kasus-kasus anak lainnya diluar dari kasus yang sedang berkembang sehingga *followers* dapat mengetahui informasi isu lainnya dan *followers* juga dapat lebih banyak memberikan pendapat. Saran yang kedua adalah saran bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya analisis isi. Disarankan agar peneliti selanjutnya untuk dapat menggali lebih dalam mengenai latar belakang *followers* dan dapat mengetahui alasan *followers* dalam menyampaikan pendapat terhadap isu-isu yang disampaikan oleh @komnas_anak.

Daftar Pustaka

- Dizard, Wilson. (1997). *Old Media/New Media: Mass Communications in the Information Age*. USA: Longman.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Flew, Terry. (2008). *New media : An Introduction (3rd edition)*. Melbourne: Oxford University Press.

- Komisi Nasional Perlindungan Anak. (2014). Laporan Publik Tengah Tahun 2014
- Littlejohn, Stephen. (2009). *Teori Komunikasi*. Alih bahasa Mohammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Salemba.
- Morissan. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. (2006). *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Olii, Helena. (2007). *Opini Publik*. Jakarta: PT Indeks
- Priyatno, Duwi. (2010). *Asyiknya Mencari Teman dan Berburu Dollar di Situs Pertemanan Twitter*. Yogyakarta: Gava Media.
- Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama
- Sulistyo, Fazary. (2011). *Peranan Public Relations dalam Penanganan Krisis Komunikasi Pada Pt. Unilever Indonesia Tbk (Studi Kasus Pepsodent)*. Binus: Thesis Program Ilmu Komunikasi Universitas Bina Nusantara
- [http:// lampost.co/berita/angka-kekerasan-anak-di-indonesia-meningkat](http://lampost.co/berita/angka-kekerasan-anak-di-indonesia-meningkat) yang diakses pada 09/02/2014 jam 19.15 WIB.