

BAB I

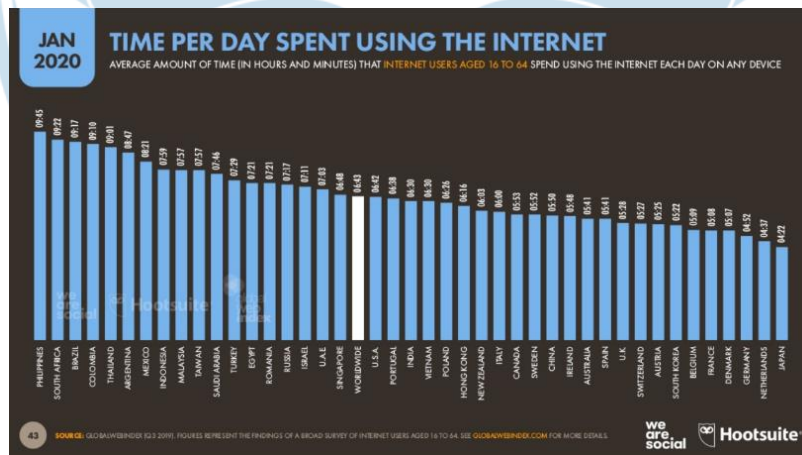
PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pertama kali dikenal dengan nama paguyuban network pada tahun 1990, internet di Indonesia terus berkembang dan penggunaannya terus bertambah dari waktu ke waktu. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 mencatat bahwa jumlah pengguna internet tahun 2018 mengalami peningkatan yang tajam, yaitu sejumlah 27.916.716 juta jiwa dari tahun 2017. Pada tahun 2017 jumlah pengguna internet mencapai 143,26 juta jiwa dengan populasi penduduk sejumlah 262 juta orang, sedangkan pada tahun 2018 sejumlah 171,17 juta jiwa dengan jumlah populasi penduduk 264,16 juta orang.

GAMBAR 1.1

Peringkat Indonesia dalam Durasi Penggunaan Internet Tahun 2020



Sumber: survei HootSuite dan agensi marketing sosial We Are Social

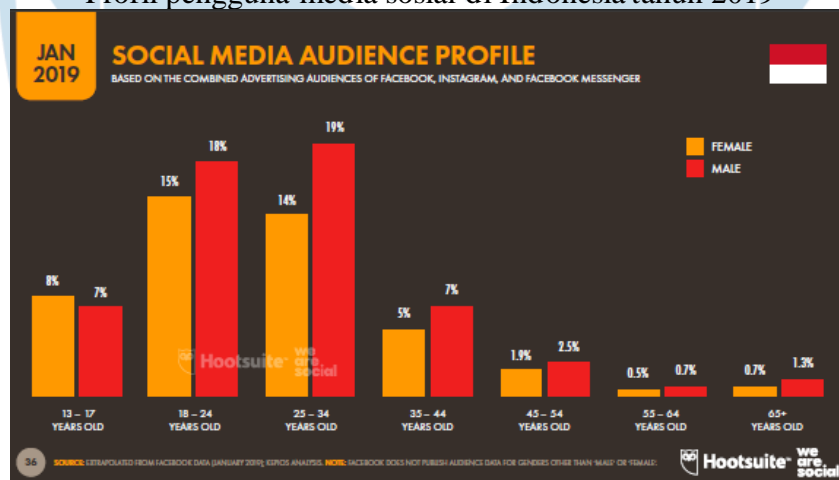
Berdasarkan data dalam situs *HootSuite* dan agensi marketing sosial *We Are Social* yang berjudul "Global Digital Reports 2020" pada akhir Januari 2020, Indonesia menempati posisi kedelapan di dunia sebagai negara paling lama menghabiskan waktu untuk mengakses internet. Pengguna internet di Indonesia dalam rentang usia 16 hingga

64 tahun menggunakan internet rata-rata selama 7 jam 59 menit dalam satu hari. Angka tersebut telah melampaui rata-rata global yaitu 6 jam 43 menit perhari.

Hasil survey APJII dari tahun 2016 hingga tahun 2018 menunjukkan dominasi pengguna internet yang bervariasi. Pada tahun 2016 didominasi oleh kalangan usia 35 hingga 44 tahun. Pada tahun 2017 usia 19 hingga 34 menjadi kalangan yang mendominasi penggunaan internet di Indonesia. Dominasi pengguna internet terus bergerak ke kalangan yang lebih muda, pada tahun 2018 usia 15 tahun hingga 19 tahun menjadi pengguna internet terbanyak di Indonesia. Apabila melihat dari tingkat pendidikan, penetrasi pengguna internet terbanyak adalah kalangan masyarakat yang pernah kuliah namun tidak tamat dan kalangan yang telah tamat S3. Serta 92,6% kalangan masyarakat yang sedang kuliah adalah pengguna internet.

GAMBAR 1.2

Profil pengguna media sosial di Indonesia tahun 2019



Sumber: hasil survei HootSuite dan agensi marketing sosial We Are Social

Sedangkan untuk penggunaan media sosial yang dirangkum oleh HootSuite pada Januari 2019 adalah sejumlah 150 juta pengguna aktif media sosial atau 56% dari keseluruhan populasi penduduk Indonesia. Serta didominasi oleh kalangan usia 18 hingga 34 tahun. Dengan dominasi jumlah pengguna laki-laki pada usia 25 hingga 34 tahun, dan dominasi pengguna perempuan pada usia 18 hingga 24 tahun.

Merujuk pada hasil survei We Are Social tahun 2020, Indonesia menempati posisi kelima sebagai negara yang menghabiskan waktu paling lama dalam menggunakan media sosial, yaitu mencapai 3 jam 26 menit dalam satu hari. Adapun media sosial yang paling banyak digunakan adalah Youtube. Sedangkan Instagram menempati peringkat keempat setelah Whatsapp dan Facebook. Dalam skala global, selama tahun 2019 Instagram berada di peringkat kelima sebagai aplikasi yang paling banyak di unduh (HootSuite, 2020).

Meskipun berada pada peringkat kelima sebagai media sosial yang paling banyak digunakan, namun berdasarkan survei yang dilakukan oleh sebuah badan amal yang berkonsentrasi pada tindakan *bullying* berbasis di Inggris, yaitu *Ditch The Label* Instagram menjadi media sosial dengan tingkat *cyberbullying* paling tinggi. Dengan persentase sebesar 42%. Sedangkan Facebook berada pada peringkat kedua sebesar 37%, dan Snapchat pada peringkat ketiga dengan 31%.

GAMBAR 1.3
Profil pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2020



Sumber: hasil survei NapoleonCat

NapoleonCat sebuah lembaga survei media sosial yang berbasis di Polandia, mengeluarkan data pengguna Instagram di Indonesia pada Januari 2020 mencapai 62.230.000. Hal ini menunjukkan bahwa 22,8% dari populasi penduduk Indonesia merupakan pengguna Instagram. Dengan perbandingan jumlah pengguna yaitu 51% perempuan dan 49% laki-laki. Kemudian kalangan usia 18 hingga 24 tahun menyumbangkan 23.000.000 pengguna Instagram.

Apabila melihat dari kalangan usia yang paling banyak menggunakan Instagram, kalangan usia tersebut tergolong dalam remaja (Santrock, 2019, h.14). Pada fase tersebut disebut juga sebagai fase *unrealistic*, hal ini dikarenakan remaja banyak dan selalu melihat kehidupan berdasarkan pandangan dan penilaian pribadinya, bukan menurut fakta (Pieter & Lubis, 2010, h.156). Kondisi demikian membuat remaja mudah mengalami ketegangan emosi sehingga menimbulkan kondisi emosional yang tidak stabil. Ketidak stabilan emosional menyebabkan kurang mampunya menguasai dan mengontrol emosi. Seorang remaja dikatakan matang secara emosi apabila bisa mengontrol emosi, menunggu mengungkapkan emosinya, mengungkapkan emosi dengan cara yang lebih terhormat dan bisa diterima (Pieter & Lubis, 2010, h.159).

Disisi lain, rentang usia tersebut juga merupakan rentang usia untuk memasuki bangku perkuliahan atau mahasiswa. Arnett (2015) dalam Santrock (2019, h.15) menyebutkan bahwa usia 18 – 25 tahun menjadi masa dewasa baru. Hal ini dikarenakan terjadi peningkatan minat pada remaja untuk mengembangkan keterampilan sehingga dapat menjadi anggota masyarakat yang utuh. Terdapat beragam minat dalam masa remaja, namun tidak semua harus dimiliki oleh remaja. Hal tersebut sangat bergantung pada karakteristik dan kebutuhan remaja. Salah satunya adalah minat pendidikan. Besarnya minat pada pendidikan dipengaruhi oleh peluang kerja yang diharapkan.

Terdapat pekerjaan yang menuntut pendidikan tinggi, maka pendidikan menjadi cita-cita dari remaja (Pieter & Lubis, 2010, h.163).

Media sosial membuka peluang penggunaannya untuk menuangkan pikiran pribadi dalam menanggapi setiap pesan yang disampaikan melalui media sosial. Ketika sebuah unggahan ditanggapi oleh pengguna Instagram lain, baik melalui kolom komentar maupun *direct message*, maka ini adalah umpan balik yang terjadi atas efek yang dialami oleh penerima pesan. Hal tersebut dapat memudahkan pembentukan komunitas, mempermudah promosi produk, mempercepat penyebaran informasi, mempermudah interaksi, dan lain sebagainya. Meskipun demikian, media sosial dapat menimbulkan dampak yang negatif, seperti timbulnya kecemasan, depresi hingga tindakan kriminal, yaitu *cyberbullying* atau perundungan secara *online* (Amedia (2015) dalam Sukmaraga, 2018, h.19).

GAMBAR 1.4
Infografis pengalaman *cyberbullying* pada tahun 2018



Sumber: survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Berdasarkan data APJII dengan bekerja sama dengan Poling Indonesia pada tahun 2018, 49% pengguna media sosial pernah mengalami *cyberbullying*. 31,6% diantaranya memilih untuk membiarkan tindakan *cyberbullying* tersebut, sedangkan 7,9% mengaku membalas tindakan *bullying* tersebut. 5,2% lainnya memilih untuk

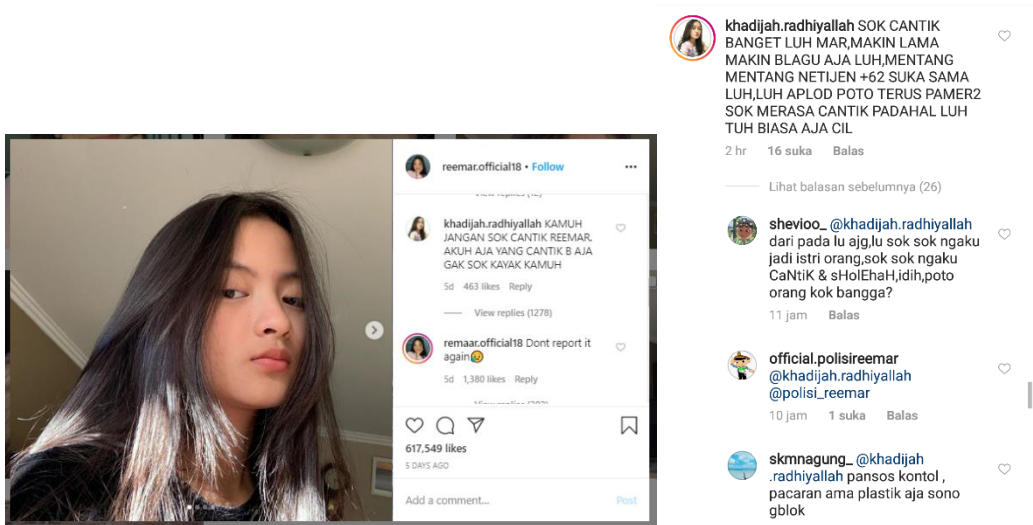
menghapus riwayat *cyberbullying* yang pernah dialami. Serta 3,6% memilih untuk melaporkan kepada pihak yang berwajib.

Terjadinya tindakan *cyberbullying* dalam Gunawan (2018, h.108) disebutkan tidak terlepas dari peran orang tua dan pertemanan, yang kemudian disebut sebagai faktor pendorong *cyberbullying*. Keberadaan orang tua pada satu media sosial yang sama dengan anak memungkinkan orang tua untuk melihat dan memberikan pengawasan pada perilaku anak dalam bermedia sosial. Sehingga menjadi peran pengawasan pada pembentukan perilaku *cyberbullying*. Sedangkan pertemanan diasumsikan menjadi tempat anak melarikan diri dari kondisi keluarga yang tidak dikehendaki. Maka pemilihan lingkungan pertemanan menjadi hal yang penting. Ketika anak memilih untuk bergabung dalam kelompok anak yang melakukan *bullying* maka akan mendorong timbulnya perilaku *bullying* yang sama pada anak.

Akhir tahun 2019 jagat maya dihebohkan dengan meninggalnya Choi Jin-ri (Sulli) serta sahabatnya Goo Hara. Penyebabnya disebut-sebut karena ulah dari K-Netz, sebutan untuk Netizen Korea Selatan yang melakukan tindakan *cyberbullying* kepada keduanya. Penampilan Sulli menjadi sasaran *bullying*, mulai dari disebut sebagai pengguna narkoba karena penampilan matanya, hingga gaya berpakaian yang tidak pernah menggunakan *bra* dianggap hanya mencari sensasi. Sedangkan Goo Hara meninggalkan catatan tentang keputusasaannya dalam hidup karena menjadi sasaran *cyberbullying* tentang hubungan pribadinya (Widiyarti, 2019). Kerap kali mengalami tindakan *cyberbullying*, Goo Hara bahkan pernah memohon pada para penggemar untuk berkomentar lebih positif kepadanya di media sosial sebelum akhirnya memutuskan untuk bunuh diri.

GAMBAR 1.5

Tangkap layar komentar makian pada salah satu foto di akun Instagram Reemar Martin



Sumber: Instagram Reemar Martin (@reemar.official18)

Pada 28 April 2020 nama Reemar Martin menjadi ramai diperbincangkan. Artis TikTok asal Filipina ini menjadi sasaran *bullying* dari netizen Indonesia. Reemar memperoleh komentar makian karena dianggap merusak hubungan dari para penggemar laki-lakinya. Hingga berujung pada penutupan akun Instagram Reemar akibat banyaknya akun Instagram yang melaporkan akunnya. Hal tersebut kemudian yang mendorong Reemar untuk mengungkapkan keinginan menonaktifkan seluruh media sosial yang ia miliki hingga keinginan untuk mengakhiri hidupnya.

GAMBAR 1.6

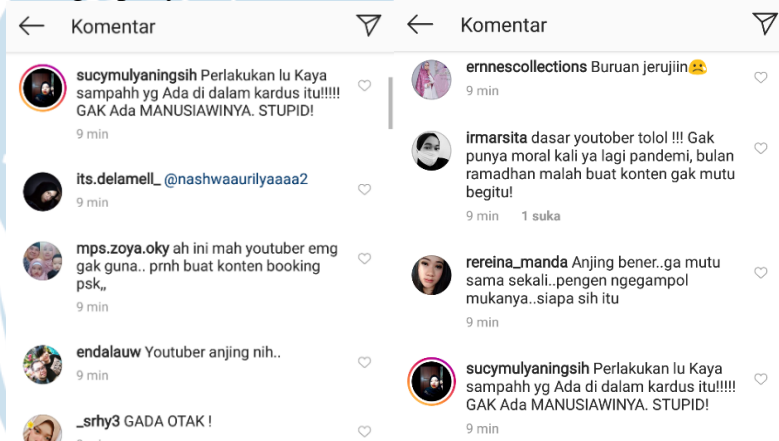
Tangkap layar *tweet* ungkapan keputusan di akun Twitter Reemar Martin



Sumber: Twitter Reemar Martin (@reemar_martin)

Ungkapan-ungkapan serupa tidak jarang ditemui dalam akun Instagram @lambe_turah. Pada bulan Juli 2020 akun tersebut telah memperoleh 8,1 juta pengikut dengan 9.130 postingan. Mengangkat slogan “Gossip Adalah Fakta yang Tertunda”, akun ini sukses menarik perhatian dengan postingan yang berupa tangkapan layar dari akun-akun media sosial artis maupun berbagai hal yang sedang ramai diperbincangkan. Foto maupun video yang diunggah oleh akun tersebut tidak lupa diberi keterangan yang memancing rasa penasaran bagi yang melihatnya. Hal tersebut justru menimbulkan reaksi yang beragam dari para pengguna Instagram.

GAMBAR 1.7
Tangkap layar komentar makian pada akun @lambe_turah



Sumber: Instagram Lambe Turah (@lambe_turah)

Nama lambe turah menanjak tajam ketika salah satu admin dari akun tersebut muncul di program televisi Pagi-Pagi Pasti Happy di Trans TV pada akhir tahun 2017. Dalam acara tersebut admin akun @lambe_turah dipanggil sebagai Mommy, dan membicarakan mengenai informasi yang telah diunggah di akun Instagram @lambe_turah untuk kemudian dikomentari oleh pembawa acara. Dengan semakin terkenalnya akun @lambe_turah, diasumsikan semakin banyak yang melihat unggahan beserta komentar pada akun Instagram tersebut. Semakin banyak komentar makian yang dibaca, maka tidak menutup kemungkinan pengguna Instagram lain menganggap

bahwa hal serupa merupakan hal yang biasa, sehingga dapat mendorong untuk terjadinya tindakan *cyberbullying*.

Penelitian ini hendak mengetahui mengenai penggunaan kata makian dalam media sosial Instagram dalam kaitannya menunjang terjadinya tindakan *cyberbullying*. Kata makian yang dimaksud dapat dengan mudah ditemukan dalam akun @lambe_turah. Seperti yang disampaikan Prajarto (2018) dalam Inderasari, Achsani & Lestari (2019, h.39) bahwa mayoritas pesan yang ada dalam kolom komentar akun @lambe_turah cenderung didominasi oleh pesan dengan sentimen negatif dan disampaikan dalam bentuk sarkasme maupun perkataan negatif secara vulgar dan frontal. Penelitian yang dilakukan oleh Judhita tahun 2018 menyatakan bahwa komentar-komentar dari *followers* @lambe_turah justru menjadikan akun tersebut menjadi ajang ghibah, ujaran kebencian dan terkadang berujung dengan pertengkar, baik antara selebriti yang bersangkutan dengan *netizen* atau para pendukung dengan *haters* selebriti.

Pudjibudojo (2019, h.104) menjelaskan bahwa beberapa hal yang termasuk kedalam tindakan *cyberbullying* adalah mengirimkan pesan atau gambar yang menebarkan ancaman, menyebabkan ketakutan atau bersifat vulgar, menyebarkan informasi pribadi orang lain, pura-pura menjadi orang lain (menggunakan akun palsu) untuk membuat orang lain terlihat buruk, atau secara sengaja berusaha merendahkan seseorang dalam grup online. Selain itu, Edward (1983) dalam Rosidin (2010, h.26) mendefinisikan makian sebagai ungkapan yang menyinggung harga diri orang lain, dengan tujuan menyakiti hatinya untuk sementara waktu. Juga ditujukan untuk kebutuhan yang tidak jelas sehingga terkadang pemaki tidak mengetahui arti sebenarnya yang terkandung dalam kata makian tersebut. Kesamaan tujuan yaitu untuk

berusaha menyakiti hingga merendahkan orang lain, maka makian yang digunakan dalam media sosial dapat digolongkan sebagai tindakan *cyberbullying*.

Dua faktor utama pembentukan tindakan *cyberbullying* adalah orang tua dan teman. Kedua faktor tersebut bisa menjadi pendorong timbulnya *cyberbullying* maupun pencegah tindakan *cyberbullying*. Faktor orang tua akan menjadi pendorong *cyberbullying* ketika memberikan dampak atau pengalaman yang buruk pada responden. Gunawan, et.al, (2018) menyebutkan bahwa kondisi keluarga yang kurang harmonis akan cenderung mendorong munculnya perilaku *cyberbullying* pada anak. Hal tersebut karena kondisi yang kurang harmonis menyebabkan kasih sayang dan perhatian kepada anak menjadi kurang. Sehingga anak mencari media lain untuk mencurahkan isi hati, yaitu media sosial, di mana tidak terdapat kontrol dari orang tuanya. Demikian pula pertemanan, kelompok pertemanan yang saling mendukung dan tidak melakukan tindakan bullying atau *cyberbullying* satu sama lain akan menumbuhkan anak yang terhindar dari tindakan *cyberbullying*.

Penelitian mengenai penggunaan bahasa atau kata-kata yang tidak pantas dalam media sosial telah dilakukan oleh Elen Inderasari, Ferdian Achsani dan Bini Lestari yang terbitkan dalam jurnal Semantik pada Februari 2019. Berjudul “Bahasa Sarkasme Netizen dalam Komentar Akun Instagram ‘Lambe Turah’”. Dalam penelitian tersebut, menjelaskan kebiasaan netizen dalam pemilihan bahasa ketika berinteraksi di media sosial. Sarkasme menjadi salah satu gaya bahasa yang digunakan oleh netizen dalam kolom komentar akun Instagram @lambe_turah. Sarkasme mengandung celaan hingga hinaan yang ditujukan untuk mengolok-olok atau menjatuhkan lawan bicara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komentar netizen dalam akun Instagram @lambe_turah selalu menyimpang dari kaidah maksim kesantunan berbahasa. Serta menunjukkan beberapa faktor yang menyebabkan pelanggaran kesantunan berbahasa

tersebut, antara lain untuk menunjukkan eksistensi diri, meluapkan ekspresi, komunikasi *nonface to face*, Instagram sebagai media sosial yang bebas, serta perilaku bermedia sosial yang cenderung sama dengan perilaku dalam kehidupan sehari-hari.

Sedangkan penelitian terdahulu mengenai efek media sosial terhadap perilaku *cyberbullying* salah satunya dilakukan oleh Dinar Primasti dan Sulih Indra Dewi pada tahun 2017. Dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Media Sosial terhadap Penyimpangan Perilaku Remaja (*Cyberbullying*), diperoleh data bahwa terdapat pengaruh media sosial Facebook terhadap penyimpangan perilaku remaja (*cyberbullying*). Permasalahan kontrol emosi yang dialami oleh remaja serta lemahnya kontrol di media sosial membuat remaja lebih nyaman menggunakan media sosial. Hal ini dikarenakan media sosial memberikan ruang yang lebih bebas dari media lain, sehingga remaja merasa dapat melakukan apapun di media sosial dengan leluasa. Seperti contohnya menunjukkan eksistensi diri maupun meluapkan emosi di status Facebook, seperti luapan rasa marah, kecewa, sedih, hingga mengeluarkan kata-kata kasar, memaki bahkan melakukan *bullying* kepada teman mereka melalui Facebook.

Penelitian lain dilakukan oleh Anastasia Siwi Fatma Utami dan Nur Baiti pada tahun 2018. Penelitian tersebut berjudul Pengaruh Media Sosial terhadap perilaku *Cyberbullying* pada Kalangan Remaja. Adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengetahuan, pengalaman dan sikap remaja mengenai perilaku *cyberbullying* di media sosial yang digunakan, tidak spesifik pada Instagram. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data bahwa terdapat pengaruh media sosial terhadap perilaku *cyberbullying* yang cukup kuat. Adapun jenis *cyberbullying* yang paling banyak terjadi adalah *harassment*, yaitu pesan-pesan yang berisikan gangguan pada email, sms, maupun pesan teks pada jejaring sosial yang dilakukan secara terus menerus.

Model S – R mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan – tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu (Mulyana, 2015, h.144). Pesan yang disampaikan melalui media massa dalam berbagai bentuk akan mendorong penerima pesan untuk memberikan respon. Komunikasi massa yang terbentuk dalam interaksi di media sosial kemudian akan menimbulkan efek tertentu. Efek yang terjadi dapat berbeda-beda pada setiap individu. Dapat mempengaruhi perubahan pemikiran, perubahan perasaan hingga perubahan tingkah laku. Perubahan tingkah laku dapat terjadi akibat proses belajar yang dialami seseorang ketika terpapar pesan dari media sosial. Adapun proses belajar meliputi tiga tahapan, yaitu perhatian, pengingatan dan reproduksi. Proses perhatian dikatakan terjadi ketika dari sekian banyak komentar dalam sebuah unggahan, namun komentar makianlah yang dibaca. Setelah memperhatikan, komentar makian harus diingat terlebih dahulu untuk dapat direproduksi kembali.

Berangkat dari asumsi bahwa semakin sering seseorang mengakses media sosial Instagram @lambe_turah, maka semakin sering mereka terpapar komentar makian. Dengan jumlah komentar yang banyak membuat hal tersebut menjadi sesuatu yang biasa. Sehingga kondisi terpaan yang besar ini menimbulkan proses belajar yang besar pula untuk mereproduksi komentar serupa. Meskipun demikian, keberadaan peran pengawasan orang tua dan peniruan terhadap perilaku teman diasumsikan menjadi jembatan dari terpaan komentar makian dengan pembentukan perilaku *cyberbullying*. Di mana ketika responden menerima terpaan komentar makian yang besar, namun terdapat pengawasan atau kontrol yang besar dari orang tua maupun teman. Maka akan cenderung menurunkan potensi terbentuknya tindakan *cyberbullying*, begitu pula sebaliknya.

Maka dalam penelitian ini hendak mengetahui pengaruh dari terpaan komentar makian pada akun Instagram @lambe_turah terhadap perubahan perilaku penggunanya ke arah yang negatif, yaitu *cyberbullying* dengan adanya faktor pendorong *cyberbullying* (pengawasan orang tua dan peniruan teman) sebagai variabel moderasi.

2. Rumusan Masalah

Bedasarkan pemaparan di atas, maka peneliti terdorong untuk mengetahui “Bagaimana pengaruh terpaan komentar makian dalam akun Instagram @lambe_turah terhadap perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa pengikut akun @lambe_turah dengan faktor pendorong *cyberbullying* sebagai variabel moderasi?”

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan komentar makian dalam akun Instagram @lambe_turah terhadap perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa pengikut akun @lambe_turah dengan faktor pendorong *cyberbullying* sebagai variabel moderasi.

4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dalam perkembangan referensi Ilmu Sosial, terkhusus Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan topik efek komunikasi massa terhadap kecenderungan perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa. Terlebih mengenai efek media baru sebagai komunikasi massa dalam mempengaruhi perubahan perilaku.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong kesadaran pengguna media sosial untuk memerangi tindakan *cyberbullying*. Mengingat berbagai media sosial telah memberikan pilihan untuk membatasi (blokir) hingga melaporkan tindakan *cyberbullying*. Dengan demikian sama artinya dengan menyelamatkan kehidupan orang lain, berkaca pada dampak *cyberbullying* yang dapat menimbulkan keinginan bunuh diri.

5. Kerangka Teori

a. Media Sosial sebagai Komunikasi Massa

Media sosial merupakan bagian dari media baru, dengan karakteristik yang berbeda dari media yang telah ada selama ini (media konvensional). Perbedaan dari kedua media ini terletak pada medium yang digunakan. Selama ini media konvensional identik dengan karakter *one to many*. Pada umumnya pesan dari media konvensional berupa teks, audio, atau gambar dengan teknologi print maupun analog. Sedangkan media baru merupakan media dengan platform baru, karena menggabungkan karakter media cetak, audio, dan visual, sekaligus ditandai oleh karakter interaktivitas yang tinggi (Wahyuni, 2013, h.97).

Tingkat interaktivitas yang tinggi dari media baru memberikan perubahan cara berkomunikasi. Perubahan tersebut berkaitan dengan perkembangan teknologi, cakupan area, produksi massal, distribusi massal, hingga pada efek yang berbeda dengan efek yang diberikan media konvensional (Nasrullah, 2014, h.13). Perubahan cara berkomunikasi yang diberikan oleh media baru membuat komunikasi tidak lagi terbatas pada jarak, ruang, dan waktu. Komunikasi dapat terjadi dimana saja, kapan saja, dan tanpa harus bertatap muka.

Dalam kaitannya dengan bentuk atau level komunikasi, Meike dan Young (2012) dalam Rizal (2020, h.275) mengartikan media sosial sebagai gabungan antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi antar individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Berangkat dari definisi tersebut, dapat dipahami bahwa media sosial menjadi gabungan dari komunikasi interpersonal dan komunikasi massa.

Dari karakteristik yang disampaikan Richard L. Weaver II (1993) dalam Budyatna & Ganiem (2011, h.16) menyebutkan salah satu karakteristik dari komunikasi interpersonal adalah tidak harus bertatap muka. Bagi komunikasi interpersonal yang sudah terbentuk, memiliki saling pengertian antara dua individu, kehadiran fisik dalam berkomunikasi tidak terlalu penting. Ketika seseorang mengunggah foto atau video melalui media sosial, kemudian ditanggapi orang lain dan menghasilkan sebuah interaksi, maka komunikasi interpersonal telah terjadi.

Dalam komunikasi massa, komunikasi bersifat heterogen dan anonim. Komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasi menggunakan media dan tidak tatap muka secara langsung. Serta komunikan bersifat heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda. Sama halnya dengan pesan yang dikirimkan melalui media sosial dapat diterima oleh siapa saja, bahkan tanpa saling mengenal.

Selain itu ciri komunikasi massa yang terdapat dalam media sosial adalah menimbulkan keserempakan. Jangkauan khalayak yang banyak dan tidak terbatas secara serempak dalam waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama (Romli, 2016, h.4). Foto atau video yang dikirimkan melalui media sosial dapat dinikmati oleh khalayak banyak dalam waktu yang bersamaan. Maka pada saat

yang sama komunikasi massa juga terjadi, sebab komunikasi massa tidak mensyaratkan adanya keterlibatan aktif semua pihak (Wattie, 2011, h.73).

Dalam sebuah proses komunikasi, pesan yang telah diterima oleh komunikan akan memberikan efek yang kemudian akan memunculkan respon. Foto atau video yang diunggah melalui Instagram merupakan sebuah pesan yang diterima oleh banyak orang sebagai komunikan. Komunikan akan mengalami efek komunikasi massa yang dapat mencakup aspek kognitif, afektif dan konatif. Efek yang terjadi pada setiap orang berbeda-beda, sehingga menimbulkan respon yang berbeda-beda. Seperti yang disampaikan oleh Darmastuti (2011) dalam Wattie (2011, h.72) bahwa media sosial akan memberikan pengaruh pada kepercayaan, nilai dan sikap; pandangan dunia; organisasi sosial; tabiat manusia; orientasi kegiatan; serta persepsi diri dan orang lain.

b. Efek Komunikasi Massa

Dalam penelitian ini hendak berfokus pada efek komunikasi massa dari penggunaan Instagram. Penelitian efek media massa terhadap audiens bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kehadiran suatu media atau proses penyampaian pesan mempengaruhi audien dalam berfikir, bersikap, dan berperilaku (Sari, 1993, h.30). Setidaknya terdapat tiga efek dari komunikasi massa, yang meliputi aspek kognitif, afektif dan konatif. Ketiga efek tersebut adalah sebagai berikut: (Romli, 2016, h.14)

1) Efek Kognitif

Mc Luhan dalam Romli (2016, h.14) menyebutkan bahwa media massa adalah perpanjangan alat indra dari penggunaanya (*sense extention theory*). Hal ini dikarenakan media massa memungkinkan penggunaanya untuk memperoleh

informasi tentang benda, orang atau tempat bahkan yang belum pernah dikunjungi secara langsung. Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek kognitif meliputi bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif.

2) Efek Afektif

Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberi informasi, namun diharapkan dapat turut merasakan emosi dari informasi yang diberikan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya efek afektif, yaitu:

a) Suasana Emosional

Respon pengguna media massa dipengaruhi oleh kondisi emosional dirinya. Tayangan menyedihkan akan terasa sangat mengharukan apabila disaksikan ketika sedang mengalami rasa kecewa. Sedangkan adegan lucu akan menimbulkan tawa ketika disaksikan setelah memperoleh keberuntungan.

b) Skema Kognitif

Skema kognitif merupakan gambaran yang ada dalam pikiran manusia untuk menjelaskan alur peristiwa. Dalam sebuah film contohnya, aktor yang sering muncul pada akhirnya akan menang. Oleh karena itu penonton tidak terlalu cemas ketika aktor tersebut mengalami masalah. Penonton akan menduga pasti akan ada yang menolong aktor tersebut.

c) Situasi terpaan (*setting of exposure*)

Situasi ketika menggunakan media massa akan mempengaruhi kondisi emosional. Contohnya anak-anak lebih ketakutan menonton televisi dalam

keadaan sendiri atau di tempat gelap. Reaksi orang lain pada saat menonton juga mempengaruhi emosi penonton lain dalam memberikan respon.

d) Faktor predisposisi individual

Faktor ini menunjukkan sejauh mana pengguna media merasa terlibat dengan tokoh yang ditampilkan dalam media massa. Dengan identifikasi penonton, pembaca atau pendengar menempatkan diri dalam posisi tokoh. Oleh karena itu, ketika tokoh identifikasi (identifikasi) kalah, penonton akan kecewa dan sebaliknya.

3) Efek Konatif

Merupakan efek yang timbul dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Informasi dari media tidak selalu mempunyai efek yang sama setiap penonton. Terjadinya efek yang berbeda pada tiap penonton dapat dijelaskan dengan teori psikologi, yaitu teori proses belajar. Teori tersebut menyebutkan bahwa proses belajar bukan hanya dari pengalaman langsung, namun juga dari peniruan atau peneladanan (*modelling*). Perilaku merupakan hasil dari faktor-faktor kognitif dan lingkungan. Oleh sebab itu, penonton dapat memiliki keahlian atau keterampilan tertentu apabila terjadi hubungan yang positif antara stimulus yang diamati dengan karakteristik dirinya.

Bandura dalam Romli (2016, h.18) menjelaskan bahwa proses belajar dapat dibagi menjadi empat tahapan, yaitu:

a) Proses perhatian

Permulaan proses belajar adalah munculnya peristiwa yang diamati secara langsung atau tidak langsung oleh seseorang. Peristiwa tersebut dapat berupa tindakan tertentu atau gambaran pola pemikiran yang disebut sebagai *abstract modelling*. Apabila peristiwa sudah diamati, terjadilah

tahap pertama yaitu perhatian. Seseorang dapat dikatakan baru saja mempelajari sesuatu apabila ia memperhatikan peristiwa tersebut. Hal ini dikarenakan banyak peristiwa yang dapat diteladani, namun tidak semua diperhatikan.

b) Proses pengingatan

Untuk mengingat, peristiwa yang dialami harus direkam dalam bentuk imajinal dan verbal. Yang pertama disebut dengan *visual imagination*, yaitu gambaran mental tentang peristiwa yang diamati dan menyimpan gambaran itu pada memori. Yang kedua mengolah gambaran tersebut dalam bentuk bahasa. Agar peristiwa dapat diteladani, tidak cukup hanya merekam dalam memori, namun juga harus dibayangkan secara mental mengenai cara menjalankan tindakan yang kita teladani tersebut. Memvisualisasikan diri kita sedang melakukan sesuatu disebut dengan *rehearsal*.

c) Proses reproduksi

Proses reproduksi berarti menghasilkan kembali perilaku atau tindakan yang telah diamati. Motivasi bergantung pada peneguhan. Terdapat tiga macam peneguhan yang mendorong tindakan, yaitu peneguhan eksternal, peneguhan gantian, dan peneguhan diri.

c. Terpaan Media

Media massa dapat memberikan kekuatan yang besar untuk mempengaruhi sikap dan perilaku manusia. Hal ini dikarenakan media massa mampu untuk mengarahkan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk di masa yang akan datang (Romli, 2016, h.45). Dalam artian media massa dengan karakteristik yang dimiliki mampu menyebarkan dan membentuk *trend* di masa yang akan datang bagi

khalayak. Sehingga hal tersebut dapat membimbing dan mempengaruhi kehidupan dimasa kini dan masa depan khalayak.

Kondisi khalayak terkena pesan dari media massa ini dapat dipahami sebagai terpaan media. Terpaan media adalah keadaan terkena pada khalayak akan pesan-pesan yang disebarluaskan oleh media massa (Romli, 2016, h.47). Shore (1985) dalam Kriyantono (2006, h.207) menyebutkan bahwa terpaan media menyangkut keterbukaan seseorang terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa. Hal ini berarti terpaan media bukan sekedar mengakses media maupun seberapa dekat seseorang dengan media masa secara fisik. Melainkan merupakan kegiatan mendengar, melihat, membaca hingga mengalami dan memperhatikan pesan dari media massa, baik secara individu maupun kelompok.

Terpaan media atau *media exposure* menunjukkan penggunaan media oleh khalayak yang dapat diamati melalui jenis media, frekuensi penggunaan media, serta durasi penggunaan media oleh khalayak (Sari, 1993, h.29). Jenis media dapat berupa audio, visual, cetak, serta kombinasi dari ketiganya. Frekuensi penggunaan dipahami sebagai seberapa sering atau berapa kali khalayak menggunakan media. Dapat dilihat dalam satu hari, satu minggu hingga satu bulan. Sedangkan durasi penggunaan dapat dihitung dari seberapa lama khalayak menggunakan media. Dapat dihitung dalam satuan menit atau jam dalam satu hari hingga satu minggu.

Bedasarkan hal diatas, terpaan media dapat diukur menggunakan beberapa indikator berikut:

- 1) Durasi

Durasi penggunaan media diukur dengan menghitung waktu yang digunakan khalayak ketika mengakses media. Pengukuran dapat dilakukan

dalam satuan menit hingga jam perhari, maupun satuan menit hingga jam per minggu.

2) Frekuensi

Frekuensi penggunaan media dapat diukur dengan menghitung kekerapan khalayak dalam mengakses media. Dapat diamati per satu hari, satu minggu maupun satu bulan. Seberapa sering khalayak mengakses media, semakin besar terpaan media yang dialami.

3) Atensi

Menurut KBBI, atensi sama dengan perhatian dan minat. Seperti yang telah disebutkan diatas bahwa terpaan berkaitan dengan keterbukaan khalayak terhadap pesan media. Ketika khalayak mau membuka diri terhadap pesan atau informasi tertentu, maka khalayak telah menaruh perhatian atau atensi pada informasi tersebut. Shimp (2003, h.182) membagi atensi menjadi tiga, yaitu *involuntary attention*, *nonvoluntary attention*, dan *voluntary attention*. *Involuntary attention* terjadi ketika penerima pesan tidak perlu atau hanya sedikit melakukan usaha untuk menerima stimulus, seperti contohnya suara yang keras dan sinar yang terang. *Nonvoluntary attention* atau atensi spontan, terjadi ketika penerima pesan menaruh perhatian pada stimulus yang pada awalnya tidak disadari, namun ia terus menaruh perhatian karena menganggap stimulus tersebut menarik. Sedangkan *voluntary attention* terjadi ketika penerima pesan dengan sengaja memberi perhatian pada stimulus tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Berbagai media, baik media konvensional seperti televisi, radio, dan media cetak hingga media online memiliki kecenderungan menampilkan informasi yang

sama secara berulang kali. Kesamaan dapat berupa informasi, narasumber bahkan gambaran yang sama. Daya jangkau yang luas serta keserempakan informasi yang menjadi sifat dari media massa dapat mendorong timbulnya kesamaan persepsi dan opini yang dapat tersebar secara luas sehingga menjadi opini mayoritas (Kriyantono, 2014, h.207). Sama halnya dengan terpaan informasi yang terus menerus dan berulang-ulang di media sosial. Postingan gambar maupun komentar yang memiliki kesamaan dan berjumlah banyak, maka itu yang akan menjadi opini mayoritas. Hal tersebut kemudian akan mempengaruhi khalayak yang terkena terpaan.

d. Teori S – R

Teori S-R menggambarkan proses komunikasi secara sederhana dengan hanya melibatkan dua komponen yaitu media massa dan penerima pesan atau khalayak. Stimulus - respon juga merupakan model komunikasi yang paling dasar, serta dipengaruhi oleh disiplin ilmu psikologi, khususnya aliran behavioristik (Mulyana, 2015, h.143). Media massa mengeluarkan stimulus dan khalayak menanggapi dengan menunjukkan respon. Dengan demikian teori ini digambarkan seperti jarum hipodermik dan peluru. Disebut sebagai teori jarum hipodermik atau teori peluru karena teori ini menyatakan bahwa kegiatan mengirimkan pesan sama dengan penyuntikan obat yang bisa langsung masuk kedalam jiwa penerima pesan. Sama halnya seperti sebuah peluru yang ditembakkan dan langsung masuk kedalam tubuh (Morissan, 2013, h.23).

Teori S – R muncul saat media massa Jerman dijadikan alat propaganda pemerintah pada masa perang dunia. Radio sebagai media massa pada masa itu berhasil memberikan pengaruh kepada masyarakat. Pengaruh yang dimaksud

adalah masyarakat menjadi mendukung penguasa untuk mengobarkan Perang Dunia ke-1 dan ke-2. Berdasarkan hal tersebut, teori ini kemudian menggambarkan media massa yang menyalahgunakan pengaruhnya dan merusak tatanan sosial. Sehingga masyarakat biasa sebagai audiens tidak berdaya dalam menghadapi pengaruh media massa tersebut (Morissan, 2013, h.504).

Hal tersebut menunjukkan bahwa proses komunikasi merupakan sebuah proses aksi – reaksi yang sederhana. Komunikator memberikan aksi dalam bentuk pesan atau informasi melalui media massa. Sehingga menimbulkan reaksi dari khalayak yang menerima pesan tersebut. Berdasarkan teori Stimulus – Response, media massa berperan untuk mendapatkan dan melihat rangsangan (respon) yang menghasilkan reaksi dari masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa media memiliki peran sebagai pemberi informasi kepada masyarakat, sehingga media massa ikut menambah wawasan di tengah masyarakat (Romli, 2016, h.29).

Dalam teori ini, proses komunikasi berjalan secara satu arah atau linear. Pesan berjalan dari sumber kepada pihak yang menerima pesan atau komunikasi. Model S – R mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan – tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu (Mulyana, 2015, h.144). Dengan model ini, kita akan memusatkan perhatian kepada aliran pesan-pesan komunikasi massa sejak disebarluaskan melalui media massa, hingga mencapai dan memperoleh efek dari khalayak massa (*mass audience*) yang terakhir (Wiryanto, 2000, h.20).

Asumsi dalam teori ini adalah bahwa perilaku individu akan timbul karena kekuatan stimulus yang datang dari luar dirinya, bukan atas dasar motif dan sikap yang dimiliki. Maka proses komunikasi komunikasi berjalan statis, dan perilaku

manusia atau respon dapat diramalkan (Mulyana, 2013, h.145). Penekanan pada model komunikasi ini adalah pesan yang disampaikan komunikator mampu menumbuhkan motivasi, menumbuhkan gairah kepada komunikan, sehingga komunikan dapat cepat menerima pesan yang disampaikan dan selanjutnya terjadi perubahan sikap. Sedangkan dalam memahami mengenai perubahan sikap yang baru, terdapat tiga variabel yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan (Effendy (2003) dalam Kurniawan (2018, h.63).

e. **Komentar Makian**

Maki atau memaki menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), merujuk pada mengeluarkan kata-kata (ucapan) keji (kotor, kasar) sebagai pelampiasan kemarahan atau rasa jengkel. Sedangkan makian merupakan kata-kata keji yang diucapkan untuk memarahi dan lain sebagainya. Selanjutnya, komentar menurut KBBI adalah ulasan atau tanggapan atas suatu berita, pidato, dan lain sebagainya. Apabila melihat kedua definisi tersebut, maka komentar makian dapat dipahami sebagai ulasan atau kritik dengan menggunakan kata-kata kotor, kasar sebagai pelampiasan rasa marah terhadap suatu berita, pidato dan lain sebagainya.

Makian sama halnya dengan tangisan dari seorang anak kecil ketika mengalami peristiwa yang tidak diinginkan. Maksud dari hal tersebut adalah makian menjadi respon instingtif atas peristiwa yang menyakitkan, menyiksa hati, mengganggu serta tidak diharapkan (Rosidin, 2010, h.48). Sejalan dengan hal tersebut, Gray (2000) dalam Rosidin (2010, h.48) menyebutkan bahwa makian memiliki fungsi sebagai alat untuk membebaskan atau mengurangi kemarahan. Serta orang-orang yang memaki pada umumnya mengalami lebih sedikit stres (tekanan jiwa) dibandingkan orang yang tidak memaki.

Selain fungsi meredakan tekanan jiwa, Bolton dan Hutton (1997) dalam Rosidin (2010, h.47) mengelompokkan fungsi dari makian berdasarkan konteks menjadi empat, antara lain:

- 1) Digunakan sebagai sebuah kebiasaan atau aturan kelompok, pada umumnya digunakan pada orang-orang tertentu dan tidak ditujukan untuk menyakiti,
- 2) Digunakan untuk menghina, mencerca, mengancam, mengejutkan dan menyakiti atau mengganggu orang lain,
- 3) Digunakan sebagai candaan atau melawak, pada umumnya yang digunakan adalah bahasa kotor atau tidak senonoh.
- 4) Digunakan untuk mengungkapkan emosi yang kuat, seperti saat terkejut.

Apabila melihat dari keempat fungsi di atas, dapat dipahami bahwa makian tidak selalu menjadi sebuah usaha untuk menyakiti orang lain. Dalam penelitian ini menitik beratkan pada makian sebagai ungkapan rasa marah yang bertujuan untuk menyakiti orang lain. Penggunaan makian dapat diidentifikasi berdasarkan bentuk serta referensinya. Rosidin (2010, h.38) & Wijana (2004, h.244) memaparkan bentuk-bentuk makian dalam bahasa Indonesia kedalam tiga bentuk, yaitu:

- 1) Makian berbentuk kata

Makian berbentuk kata dapat dibagi lagi menjadi dua, yaitu makian bentuk dasar dan makian bentuk jadian. Makian bentuk dasar berwujud kata-kata monomorfemis. Seperti babi, bangsat, setan, dan sebagainya. Sedangkan makian berbentuk jadian merupakan makian yang berupa kata-kata polimorfemis atau bermorfem lebih dari satu. Adapun makian jadian dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:

- a) Makian berafiks, seperti sialan, bajingan, kampungan, diancuk dan diamput.

- b) Makian bentuk ulang, merupakan makian yang berbentuk pengulangan, seperti cecunguk dari kata dasar cunguk
 - c) Makian bentuk majemuk, seperti kurang ajar, buaya darat, cuki mai
- 2) Makian berbentuk frasa

Terdapat dua bentuk frasa makian dalam bahasa Indonesia, antara lain:

- a) Kata 'dasar' ditambahkan dengan kata makian

Kata makian yang digunakan dapat berasal dari referensi yang bermacam-macam. Contohnya, binatang (dasar anjing), profesi (dasar pelacur), benda (dasar gombal), keadaan (dasar gila), dan makhluk halus (dasar iblis).

- b) Kata makian ditambahkan imbuhan '-mu'

Kata makian yang dapat digunakan hanya dapat yang berupa kata-kata kekerabatan dan anggota tubuh. Contohnya, 'bapakmu' (kekerabatan), 'matamu' (anggota tubuh).

- 3) Makian berbentuk klausal

Makian berbentuk klausal merupakan kata makian yang ditambahkan dengan kata ganti, seperti kamu, dia, mereka, kalian dan sebagainya dibelakang kata makian. Penempatan kata ganti dibelakang makian ditujukan untuk memberikan penekanan pada makian.

Sedangkan apabila melihat dari referensi penggunaannya, Wijana (2004, h.246) membagi kata makian berdasarkan referensi dalam bahasa Indonesia, sebagai berikut:

- 1) Keadaan

Keadaan yang digunakan sebagai makian adalah keadaan yang tidak menyenangkan, antara lain:

- a) Keadaan mental, seperti gila, sinting, bodoh, tolol,
- b) Keadaan yang tidak direstui Tuhan atau agama, seperti keparat, kafir.

- c) Keadaan yang berhubungan dengan peristiwa tidak menyenangkan, seperti celaka, sialan, mati, modar, mampus,
- d) Keadaan yang mengejutkan atau mengherankan atau mengagumkan, seperti gila soal ujian ini sulit sekali!

2) Binatang

Kata makian yang menggunakan referensi binatang adalah yang memiliki kesamaan sifat dari binatang tersebut dengan sifat orang yang hendak dimaki. Seperti kata babi untuk menunjukkan sifat menjijikan dan haram. Sedangkan kata monyet dan kunyuk digunakan untuk menunjukkan keburukan rupa.

3) Makhluk halus

Makian menggunakan sebutan makhluk halus ditujukan untuk menunjukkan sifat seseorang yang sering kali mengganggu kehidupan. Terdapat tiga kata yang berhubungan dengan makhluk halus yang sering digunakan untuk makian, antara lain kata setan, iblis, dan setan alas.

4) Benda

Nama-nama benda yang digunakan dalam makian pada umumnya berkaitan dengan keburukan benda tersebut. Seperti kata tai untuk menunjukkan bau tidak sedap, kata gombal untuk menunjukkan usang dan kotor, sompret untuk menunjukkan suara yang mengganggu.

5) Bagian tubuh

Nama bagian tubuh yang biasa digunakan untuk memaki adalah bagian tubuh yang erat kaitannya dengan aktivitas seksual. Hal ini dikarenakan aktivitas tersebut bersifat personal dan dilarang diperbincangkan secara terbuka,

kecuali dalam forum tertentu. Selain itu, kata mata juga biasa digunakan untuk memaki orang yang tidak menggunakan indera penglihatannya dengan baik.

6) Kekerabatan

Kata kekerabatan yang umum digunakan untuk memaki merujuk pada orang-orang yang dihormati, seperti ibu, bapak, kakek, nenek. Sebagai orang yang dihormati, maka tidak sepatasnya menggunakan kata tersebut tidak pada tempatnya. Memaki dengan kata tersebut biasanya ditambahkan imbuhan ‘-mu’ dibelakangnya, untuk mengungkap kejengkelan pada seseorang.

7) Aktivitas

Aktivitas-aktivitas yang pada umumnya dijadikan sebagai makian adalah yang berhubungan dengan aktivitas seksual.

8) Profesi

Profesi yang biasanya digunakan untuk makian adalah profesi yang dianggap rendah dan diharamkan oleh agama. Adapun profesi-profesi tersebut seperti maling, sundal, copet, lonte, bajingan, sundal.

f. *Cyberbullying*

Bullying dapat dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu *overt* dan *covert*. *Over bullying* meliputi tindakan agresi secara fisik, seperti memukul, menendang, mendorong, dan menyentuh untuk memenuhi hasrat seksual. Sedangkan *covert bullying* mencakup pelecehan secara verbal seperti menghina ras dan kondisi seksual. *Covert bullying* lebih bersifat acak atau diskriminatif. Tindakan *overt bullying* dapat disertai dengan tindakan *covert bullying*, yaitu dengan dikeluarkan dari sebuah kelompok pertemanan, dikuntit, digosipkan, diancam secara verbal dan dilecehkan secara verbal (Shariff, 2005, h.458).

Tindakan *cyberbullying* dapat dikategorikan sebagai *covert bullying*. Hal ini karena pada umumnya terjadi pada remaja dengan medium internet atau media elektronik dengan *bullying* secara verbal atau tertulis. *Cyberbullying* dapat artikan sebagai tindakan mengirimkan atau memposting pesan yang berbahaya atau terlibat dalam bentuk agresi sosial lainnya dengan menggunakan internet atau teknologi digital lainnya. Adapun pesan dapat berupa teks maupun gambar. Dengan menggunakan media internet atau teknologi digital, maka pesan tersebut dapat disebarluaskan dan tidak dapat dengan mudah dihapus begitu saja (Willard, 2007, h.1). *Cyberbullying* dikatakan berbahaya karena dapat berbentuk pelecehan secara langsung dan tidak langsung yang memiliki tujuan untuk merusak reputasi atau mengganggu hubungan korban.

Secara sederhana *cyberbullying* dapat dimengerti sebagai bentuk *bullying* yang menggunakan alat bantu telepon genggam, SMS, gambar atau video, E-mail, *instant messaging*, *chat room*, website, game online. Sehingga menggunakan internet untuk mengolok-olok, mengancam, menyebarkan gosip atau informasi pribadi sudah termasuk kedalam *cyberbullying* (Priyatna, 2010, h.32). Pelaku *cyberbullying* dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu mereka yang melakukan *cyberbullying* karena merasa dirinya superior dan mereka yang melakukan *cyberbullying* karena pernah menjadi korban *cyberbullying*. Pelaku *cyberbullying* yang merasa superior, menganggap dirinya lebih unggul, lebih memiliki hak dan merasa dirinya berbeda dengan korbannya, sehingga mereka merasa bahwa orang yang lebih rendah daripadanya atau korban patut untuk menjadi target *cyberbullying*.

Sedangkan pelaku *cyberbullying* yang pernah menjadi korban, melakukan tindakan *cyberbullying* karena dipicu keinginan untuk balas dendam atas kejadian yang telah dialaminya. Balas dendam tersebut dapat dilakukan kepada pelaku

cyberbullying sebelumnya maupun kepada orang lain yang dianggap dapat menjadi korban. Dengan melakukan *cyberbullying* mereka akan merasa nyaman karena pengalaman buruknya telah ditebus (Sulianta & Hendrawan, 2015, h.29).

Terdapat berbagai bentuk tindakan *cyberbullying*, yang kerap kali terjadi seperti pemberian nama panggilan yang buruk seperti nama hewan, nama makhluk halus, juga termasuk panggilan berdasarkan bentuk fisik seseorang; menyebarkan foto seseorang dengan tujuan menghibur diri sendiri atau orang lain atau sekedar untuk mempermalukan orang tersebut; memberikan ancaman yang berkaitan dengan keselamatan, seperti kata mati atau bunuh; dan opini yang merendahkan keadaan atau penampilan seseorang (Price & Dagleis (2010) dalam Gunawan (2018, h.108). Lebih rinci lagi, Willard (2007, h.5) menjelaskan berbagai bentuk *cyberbullying*, antara lain:

1) *Flaming*

Dapat diartikan sebagai pertempuran argumen panas. Dikatakan panas karena argumen yang disampaikan adalah argumen dengan menggunakan bahasa kasar, frontal, serta vulgar bahkan dapat berupa penghinaan dan ancaman. Tindakan ini pada umumnya terjadi pada diskusi, *chat group* di media sosial hingga game online. Tindakan ini bisa menjadi semakin memanas ketika terselip ancaman kekerasan terselubung. Seperti komentar “aku akan membunuhmu”, yang dapat diartikan sebagai ancaman yang nyata atau bisa jadi tidak nyata.

2) *Harassment*

Merupakan tindakan mengirim pesan-pesan dengan kata-kata tidak sopan atau biasa disebut dengan pelecehan kepada seseorang secara terus menerus. Pada umumnya tindakan ini dilakukan melalui saluran komunikasi

pribadi, seperti email, sms, maupun pesan teks di jejaring sosial (media sosial) secara terus menerus. Meskipun demikian, dapat juga terjadi pada komunikasi publik, Konsep utama dalam pelecehan adalah pengulangan pesan-pesan tidak sopan atau melecehkan. Hal ini yang membuat tindakan pelecehan lebih berbahaya dari flaming, dikarenakan penderitaan korban terjadi terus menerus, disebabkan oleh pesan-pesan yang menyakitkan setiap kali mereka online atau memeriksa telepon genggam mereka.

3) *Denigration*

Dapat diartikan sebagai fitnah. Tindakan mengirimkan pesan yang tidak benar dan kejam mengenai seseorang dengan tujuan untuk merusak reputasi atau persahabatan. Yang termasuk dalam tindakan ini adalah menyebarkan gosip dan rumor. Korban tidak menerima pesan tersebut secara langsung, namun pesan tersebut disampaikan kepada orang lain. Meskipun tidak menutup kemungkinan bentuk *cyberbullying* ini dilakukan dengan menyebarkan pesan kedalam grup di mana korban juga terlibat.

4) *Impersonation*

Bentuk *cyberbullying* yang berupa peniruan atau lebih populer disebut dengan pembajakan akun. Pelaku *cyberbullying* yang memiliki akses untuk akun media sosial korban akan berpura-pura menjadi pemilik akun dan menyebarkan teks, foto maupun video yang berisi keburukan dari korban atau mengganggu hubungan korban dengan orang lain.

5) *Outing dan Trickery*

Outing merupakan tindakan memposting, mengirim atau meneruskan pesan yang mengandung informasi pribadi dan intim yang berpotensi menimbulkan rasa malu pada diri korban. Sedangkan *trickery* adalah bagian

dari proses *outing*, dapat dipahami sebagai tipu daya yang dilakukan terhadap korban yang tidak bersalah dan polos. Korban akan merasa pesan pribadi yang disampaikan kepada pelaku akan aman, sehingga korban dengan polos mengirimkan hal-hal yang pribadi pada pelaku. Pelaku yang telah berhasil menggali hal pribadi korban, menjadikan hal tersebut sebagai sebuah ancaman ketika korban tidak mau menuruti keinginan dari pelaku.

6) *Exclusion*

Bentuk *cyberbullying* ini dapat diartikan sebagai tindakan pengucilan. Pengucilan tidak hanya terjadi dalam masyarakat atau agama saja, namun dapat juga terjadi dalam dunia maya. Pengucilan dalam dunia maya dilakukan dengan mengecualikan seseorang untuk masuk kedalam suatu grup tertentu. Sehingga membuat orang tersebut dipandang sebagai orang yang terbuang.

7) *Cyberstalking*

Merupakan pengiriman pesan dengan nada ancaman yang berbahaya, sangat mengintimidasi, sangat tidak sopan hingga berujung pada pemerasan atau pencemaran nama baik. Pelaku atau *cyberstalker* akan berusaha merendahkan target, menghancurkan persahabatan hingga reputasi target. Pada umumnya *cyberstalker* menutupi identitasnya dalam melakukan aksi. Tindakan ini dapat dilatarbelakangi oleh permasalahan pribadi maupun hendak memanfaatkan korban.

Berbagai bentuk *cyberbullying* diatas, memiliki beberapa faktor pendorong atau penyebab, antara lain sebagai berikut: (Gunawan, et.al, 2018, h.108)

1) Faktor Keluarga

Terdapat ungkapan yang menyebutkan bahwa anak adalah peniru yang baik. Perilaku orang tua menjadi hal pertama yang akan ditiru oleh anak, karena

orang tua adalah orang pertama yang berinteraksi dengan anak. Sikap dan tingkah laku orang tua akan memberikan pengaruh positif maupun negatif pada kepribadian anak. Sikap dan tingkah laku yang diamati oleh anak kemudian akan ditiru dan dilakukan anak dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam dunia nyata maupun dunia maya. Kondisi keluarga yang tidak harmonis cenderung memberikan rasa tidak aman bagi anak. Hal ini kemudian mendorong anak untuk meluapkan emosi melalui media yang membuatnya merasa bebas dan terlepas dari pengawasan orang tua, seperti media sosial.

2) Faktor Pertemanan

Pertemanan menjadi faktor yang mendorong perilaku *cyberbullying*. *Cyberbullying* yang dilakukan oleh remaja, tidak terlepas dari karakteristik remaja yang masih labil dan melakukan pencarian jati diri. Maka kelompok pertemanan dalam hal ini akan berperan besar. Suatu kelompok pertemanan pada umumnya dibentuk berdasarkan kesamaan minat atau kesukaan. Meskipun demikian, keinginan untuk terlihat menonjol kerap kali menjerumuskan remaja kedalam kelompok yang dianggap memiliki citra lebih. Citra lebih tersebut tidak jarang adalah kelompok yang bandel atau tidak menuruti aturan, seperti dengan sengaja melakukan tindakan *bullying*. Tindakan tersebut tidak terlepas dari pengaruh kondisi keluarga. Remaja yang berasal dari keluarga yang berantakan dan tidak harmonis, tindakan *bullying* akan dilakukan dengan lebih lepas karena mengeluarkan emosi yang didapatkan dalam keluarga.

Sama halnya seperti tindakan *bullying* di dunia nyata, tindakan *cyberbullying* juga memberikan dampak negatif bagi perkembangan dan pertumbuhan korbannya. Dampak dari *cyberbullying* dapat diawali dengan perasaan sakit hati, kecewa yang kemudian menjadikan korban menjadi murung, dilanda rasa khawatir, dan selalu

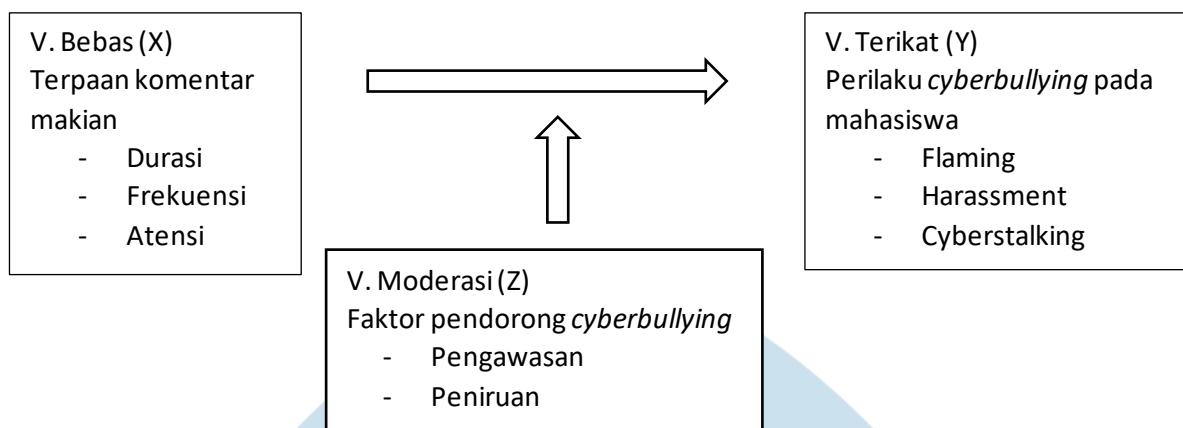
merasa bersalah atau gagal. *Cyberbullying* yang dialami secara terus menerus dapat menimbulkan depresi, kecemasan, ketidaknyamanan, penurunan prestasi, tidak mau bergaul dengan teman sebaya, menghindari lingkungan sosial mengonsumsi minuman keras dan narkoba hingga timbulnya upaya bunuh diri (Gunawan, et.al, 2018, h.110).

6. Kerangka Konsep

Membentuk kerangka konsep merupakan proses mengubah konsep menjadi konstruk. Konstruk merupakan konsep yang dapat diamati dan diukur (Kriyantono, 2006, h.19). Maka mengubah konsep menjadi konstruk dapat dipahami sebagai pemberian batasan atau pembatasan pengertian pada konsep yang telah ditentukan agar dapat diamati dan diukur. Variabel bebas adalah variabel yang menentukan arah atau perubahan tertentu pada variabel terikat (Bungin, 2005, h.72). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah terpaan komentar makian dalam akun Instagram @lambe_turah. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang “dipengaruhi” oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) adalah perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa. Pada penelitian ini menggunakan variabel moderasi. Variabel moderasi dipahami sebagai variabel yang bersifat memperkuat atau memperlemah pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Serta fungsi dari variabel ini adalah menyertai variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat (Solimun, et.al, 2017, h.79). Apabila digambarkan hubungan antar variabel adalah sebagai berikut:

BAGAN 1.1

Hubungan antar variabel



a. Terpaan Komentar Makian pada Akun Instagram

Terpaan media bukan sekedar kedekatan seseorang dengan media secara fisik, namun mencakup kegiatan mendengar, melihat, membaca hingga mengalami dan memperhatikan pesan dari media massa. Terpaan media dapat diamati dengan melihat frekuensi, durasi serta atensi dari pengguna media ketika terpapar pesan dari media massa. Dalam penelitian ini berfokus pada komentar makian yang ada pada unggahan dari akun Instagram @lambe_turah.

Adapun pemilihan media sosial Instagram dikarenakan Instagram termasuk kedalam lima media sosial yang paling banyak diunduh di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri pengguna Instagram mencapai 62 juta orang, atau sekitar 22,8% dari keseluruhan populasi penduduk Indonesia. Sedangkan akun @lambe_turah merupakan akun gosip yang populer dan tidak jarang digunakan sebagai sumber data dalam program-program gosip di televisi.

Meskipun telah menuai popularitas yang sedemikian rupa, akun tersebut tidak hanya berisi pergunjungan para artis dan peristiwa yang sedang banyak diperbincangkan, namun juga menuai berbagai reaksi dari pengguna Instagram. Salah satu reaksi yang hampir selalu ada adalah komentar makian. Hingga bulan

Juli 2020 terdapat 9.130 unggahan dari akun tersebut. Apabila seluruh unggahan tersebut memiliki setidaknya satu komentar makian, maka terdapat lebih dari 9.000 komentar makian dilihat oleh 62 juta pengguna Instagram di Indonesia. Seperti yang telah disebutkan dalam kerangka teori, bahwa semakin banyak terpaan media yang berisi hal serupa atau pengulangan informasi, maka akan menjadi opini mayoritas. Dengan hal tersebut, maka komentar makian yang banyak jumlahnya telah menjadi opini mayoritas. Semakin sering pengguna Instagram terpapar komentar makian tersebut, maka hal tersebut bukan lagi menjadi hal yang tabu. Sehingga membuat proses perhatian menjadi semakin mudah, lalu mengingatnya dan mereproduksi tindakan yang sama.

Komentar makian dalam penelitian ini diamati dari kolom komentar yang ada dalam setiap unggahan akun @lambe_turah. Kondisi terpapar komentar makian tersebut diamati dengan melihat frekuensi, durasi dan atensi. Frekuensi yang dimaksud adalah frekuensi mengakses Instagram, akun @lambe_turah, kolom komentar akun @lambe_turah, dan komentar makian dalam kolom makian tersebut. Durasi dalam hal ini mencakup lama waktu yang digunakan untuk mengakses Instagram, akun @lambe_turah, kolom komentar dan komentar makian.

Sedangkan atensi diamati berdasarkan dua bentuk atensi, yaitu *Nonvoluntary attention*, dan *Voluntary attention*. *Involuntary attention* tidak digunakan karena atensi ini terjadi oleh intensitas dari stimulus, serta membawa kesadaran seseorang untuk menolak. Maka pernyataan terkait atensi berupa minat responden untuk membuka akun @lambe_turah setelah melihat unggahan akun tersebut pada halaman *timeline* atau *explore* (*Nonvoluntary attention*). Serta terkait tindakan responden untuk membuka akun @lambe_turah, kolom komentar serta komentar makian secara sengaja (*Voluntary attention*). Untuk mengukur atensi digunakan

pernyataan, dengan tujuan menentukan seberapa jauh responden memiliki sikap atau perspektif dalam suatu isu tertentu (Morissan, 2012, h.170).

b. Perilaku *cyberbullying* pada Mahasiswa Pengikut Akun Instagram @lambe_turah

Cyberbullying dalam penelitian ini adalah respon yang diharapkan timbul dari efek terpapar komentar makian dalam akun @lambe_turah. Apabila melihat dari efek pesan komunikasi massa, maka perubahan sikap merupakan efek yang timbul ketika pesan komunikasi massa telah menyentuh aspek konatif. Adapun perubahan perilaku dapat terjadi akibat dari pengalaman langsung serta proses peniruan. Proses peniruan mencakup perhatian, pengingatan dan reproduksi. Peniruan tindakan *cyberbullying* dalam bentuk makian diamati melalui bentuk *cyberbullying* yang mencakup pemberlakuan makian. Mengingat makian dapat dilakukan dengan menggunakan bentuk dan referensi yang beraneka ragam.

Maka bentuk *cyberbullying* yang dapat mencakup makian adalah *flaming*, *harassment*, dan *cyberstalking*. Mengacu pada definisi yang disampaikan Willard (2007) dalam buku yang berjudul *Cyberbullying and Cyberthreats: Responding to the Challenge of Online Social Aggression, Threats, and Distress*. Ketiga tindakan tersebut merealisasikan *cyberbullying* dalam bentuk kata-kata yang bisa saja berupa kata makian. *Flaming* didefinisikan sebagai pertempuran argumen, sama halnya dengan pertempuran kedua pihak menginginkan untuk memenangkan diri dan mengalahkan atau merendahkan lawannya. Merendahkan lawan bicara dapat menggunakan makian.

Harassment berupa pelecehan dengan mengirimkan pesan yang tidak sopan atau melecehkan. Hal tersebut dapat menggunakan makian dengan referensi bagian tubuh, aktivitas hingga profesi. Sedangkan *cyberstalking* merupakan pengiriman

pesan dengan tujuan pemerasan atau pencemaran nama baik, dengan pesan yang mengancam, mengintimidasi serta tidak sopan. Pesan-pesan tersebut dapat mengandung makian dalam berbagai referensi, seperti referensi keadaan.

Adapun pernyataan yang akan diberikan kepada responden berupa ciri-ciri dari bentuk-bentuk *cyberbullying* tersebut. Hal ini dikarenakan tidak menutup kemungkinan seseorang telah melakukan tindakan *cyberbullying*, namun tidak menyadari bahwa tindakan tersebut merupakan *cyberbullying*. Serta pernyataan yang berkebalikan, dengan tujuan untuk mengetahui alasan terjadinya tindakan *cyberbullying*.

Mahasiswa yang tergolong dalam kalangan dewasa baru telah memiliki beragam minat termasuk minat pada pendidikan. Pendidikan tinggi memberi pengetahuan yang lebih banyak termasuk pengetahuan untuk menyusun struktur bahasa yang rumit dan panjang seperti bentuk kalimat atau kausal. Selain itu pendidikan tinggi yang telah diraih oleh seseorang tidak akan dicoreng oleh dirinya sendiri. Salah satu cara menjaganya adalah dengan menjaga bahasa yang digunakan. Hal ini dikarenakan bahasa dinilai mencerminkan pendidikan seseorang.

Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahmud Fasya dan Euis Nicky Marnianti Suhendar dengan judul Variabel Sosial sebagai Penentu Penggunaan Makian dalam Bahasa Indonesia, tingkat pendidikan adalah salah satu faktor yang menentukan penggunaan makian (Fasya & Suhendar, 2013, h.85). Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa orang dengan pendidikan tinggi cenderung menunjukkan sikap menahan emosi. Hal ini ditunjukkan dari penggunaan referensi makian yang lebih halus. Serta memiliki kemampuan yang

lebih baik dalam merangkai kata dengan penggunaan bentuk makian yang lebih kompleks, yaitu bentuk kausal.

Dengan pengetahuan serta kesadaran untuk menjaga citra diri, mahasiswa diasumsikan dapat memilih informasi yang dapat menjaga citra diri serta memiliki kemungkinan kecil untuk melakukan tindakan *cyberbullying* karena pengaruh dari komentar makian yang menerpanya.

c. Faktor Pendorong *Cyberbullying*

Faktor pendorong *cyberbullying* berupa orang tua dan pertemanan. Dalam hal ini yang hendak dijadikan sebagai pengukuran adalah besar peran pengawasan dari orang tua dan peniruan pada teman. Peran orang tua dan teman dalam kaitannya dengan pembentukan perilaku *cyberbullying* berdasarkan Gunawan, et al. (2018) dapat dijabarkan sebagai peran pengawasan sebagai dampak positif, serta peniruan sebagai dampak negatif. Peran pengawasan dari orang tua dapat timbul ketika orang tua memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi responden, dalam artian responden memiliki keluarga yang harmonis. Sehingga responden menerima perhatian dan kontrol yang cukup dari orang tuanya. Hal tersebut sejalan dengan yang disampaikan Gunawan, et.al, (2018, h.18), bahwa kondisi keluarga yang kurang harmonis memiliki kecenderungan membentuk anak yang melakukan tindakan *cyberbullying*.

Keberadaan orang tua dalam satu media yang sama dengan anak, yaitu media sosial membuat orang tua dapat mengetahui perilaku anak ketika menggunakan media sosial. Sehingga dapat dengan mudah menegur maupun memberikan saran informasi yang harus dilihat anak. Kemudian berdampak pada kecilnya

kemungkinan anak melakukan tindakan *cyberbullying* karena memperoleh pengawasan dari orang tuanya.

Dampak negatif pertemanan yang menimbulkan tindakan *cyberbullying* berkaitan dengan kontribusi orang tua dalam mengontrol perilaku responden dalam menggunakan media sosial adalah kecil. Dalam ranah pertemanan, perilaku teman yang melakukan *cyberbullying* turut mempengaruhi pembentukan perilaku responden. Dikatakan demikian karena tindakan peniruan yang pada umumnya dilakukan anak pada tindakan orang tuanya, menjadi dilakukan pada teman. Kondisi keluarga yang tidak harmonis menimbulkan kurangnya hal positif yang dapat ditiru anak dari orang tuanya. Sehingga anak mencari orang lain maupun tindakan lain yang dapat ditiru, termasuk meniru perilaku teman.

Maka saran dan rekomendasi yang diberikan teman akan cenderung banyak diterima dan dilakukan oleh anak. Sehingga peran pertemanan dalam memberikan saran atau rekomendasi informasi untuk dilihat responden akan mempengaruhi tindakan responden dalam bermedia sosial. Ketika responden berada pada pertemanan yang mencari kepopuleran bukan dari melakukan *cyberbullying*, maka responden akan meniru tindakan tersebut sehingga cenderung terhindar dari tindakan *cyberbullying*. Adapun peran tersebut terwujud dalam bentuk kontribusi teman dalam mempengaruhi tindakan responden dalam menggunakan media sosial Instagram maupun dalam mengakses akun @lambe_turah. Serta dalam mencegah responden untuk melakukan tindakan *cyberbullying* dalam bentuk tindakan menegur hingga memarahi.

7. Hipotesis

Hypo diartikan kurang, sedangkan *thesis* diartikan sebagai pendapat. Maka hipotesis dapat diartikan sebagai suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna. Kesimpulan penelitian yang belum sempurna ini perlu untuk disempurnakan dengan cara membuktikan kebenaran hipotesis tersebut melalui suatu penelitian (Bungin, 2005, h.85). Dengan adanya hipotesis, maka arah atau tujuan dari penelitian menjadi lebih jelas.

- Ho (Hipotesis Nol): terpaan komentar makian dalam akun Instagram @lambe_turah tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa pengikut akun @lambe_turah dengan faktor pendorong *cyberbullying* sebagai variabel moderasi
- Ha (Hipotesis Alternatif): terpaan komentar makian dalam akun Instagram @lambe_turah berpengaruh signifikan terhadap perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa pengikut akun @lambe_turah dengan faktor pendorong *cyberbullying* sebagai variabel moderasi

8. Definisi Operasional

Definisi operasional atau tahap operasionalisasi konsep merupakan proses untuk mengubah konsep (konstruk) menjadi variabel. Variabel berfungsi menjadi penghubung antara dunia teoritis dengan dunia empiris (Kriyantono, 2006, h.20). Maka membuat definisi operasional adalah membuat konsep yang teoritis menjadi dapat dipahami dengan memberikan skala tertentu untuk dapat menjelaskan sebuah konsep.

a. Terpaan Terpaan Komentar Makian pada Akun Instagram @lambe_turah

- 1) Frekuensi

Frekuensi digunakan untuk mengukur seberapa sering mahasiswa mengaskes Instagram, akun @lambe_turah, kolom komentar serta komentar makian yang terdapat pada unggahan akun @lambe_turah. Dengan alternatif jawaban: 1) Selalu, 2) Sering, 3) Kadang-kadang, 4) Jarang, 5) Tidak pernah

Adapun pertanyaan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

- Seberapa sering anda menggunakan Instagram dalam satu hari?
- Seberapa sering anda mengaskes akun Instagram @lambe_turah dalam satu hari?
- Seberapa sering anda membuka kolom komentar pada unggahan @lambe_turah?
- Seberapa sering anda menemukan komentar makian dalam kolom komentar pada unggahan @lambe_turah?

2) Durasi

Durasi digunakan untuk mengukur lama waktu yang digunakan mahasiswa untuk mengaskes Instagram, akun @lambe_turah, kolom komentar serta komentar makian. Rata-rata penggunaan media sosial yang dirangkum Hootsuite adalah 3 jam 26 menit, oleh karena itu 3 jam menjadi pilihan tengah. Terdapat empat pertanyaan mengenai durasi, serta diberikan empat alternatif jawaban. Dengan menggunakan skala interval dengan alternatif jawaban:

- a) >6 jam sehari
- b) 4 – 6 jam sehari
- c) 1 – 3 jam sehari
- d) 30menit – 1 jam sehari

e) <30 menit sehari

Adapun pertanyaan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

- Berapa lama anda mengakses Instagram dalam satu hari?
- Berapa lama anda mengakses akun Instagram @lambe_turah dalam satu hari?
- Berapa lama anda membaca kolom komentar pada unggahan @lambe_turah?
- Berapa lama anda membaca komentar makian pada unggahan @lambe_turah?

3) Atensi

Atensi digunakan untuk mengukur tingkat perhatian dari mahasiswa untuk mengakses Instagram, akun @lambe_turah, kolom komentar serta komentar makian yang terdapat pada unggahan akun @lambe_turah.

Terdapat lima pernyataan mengenai atensi, serta diberikan lima alternatif jawaban dengan skala Likert yaitu: 1) sangat setuju, 2) setuju, 3) netral, 4) tidak setuju, 5) sangat tidak setuju.

- Saya berminat membuka akun @lambe_turah setelah melihat unggahan akun tersebut muncul pada halaman *timeline* atau *explore* Instagram saya
- Saya sengaja membuka akun @lambe_turah untuk memperoleh informasi yang saya inginkan
- Saya sengaja membuka kolom komentar pada semua unggahan akun @lambe_turah ketika informasi dalam unggahan kurang jelas
- Saya semakin tertarik membaca kolom komentar ketika terdapat komentar makian

- Saya sengaja mencari informasi lanjutan tentang topik yang memperoleh banyak komentar makian

b. Perilaku *Cyberbullying* pada Mahasiswa

Tindakan *cyberbullying* diukur dengan menyampaikan ciri-ciri dari bentuk-bentuk *cyberbullying*. Menggunakan skala likert dengan pilihan jawaban, 1) sangat setuju, 2) setuju, 3) netral, 4) tidak setuju, 5) sangat tidak setuju.

1) *Flaming*

- Setelah membaca kolom komentar akun @lambe_turah, saya merasa beradu argumen menggunakan kata-kata kasar, frontal dan vulgar serta menghina adalah hal yang wajar
- Ketika saya membaca komentar dengan kata-kata kasar, frontal dan vulgar serta menghina, saya turut merasakan emosi yang terkandung didalamnya
- Ketika saya terlibat adu argumen dalam grup di media sosial, saya akan mengucapkan kata-kata kasar, frontal dan vulgar serta menghina dan mengancam kepada lawan bicara saya

2) *Harassment*

- Setelah membaca komentar @lambe_turah, saya merasa memanggil orang lain dengan nama binatang/makhluk halus/berdasar penampilan fisik adalah hal yang wajar
- Saya pernah memanggil orang lain dengan menggunakan nama hewan/nama makhluk halus/berdasarkan penampilan fisik orang tersebut melalui media sosial

- Ketika saya membaca komentar yang memanggil orang dengan nama binatang / makhluk halus / penampilan fisik, saya turut merasakan emosi yang terkandung didalamnya
- Setelah membaca komentar @lambe_turah saya merasa menggunakan kata tidak sopan/melecehkan/mengejek seseorang melalui medsos adalah hal yang wajar
- Saya pernah mengirimkan pesan di media sosial yang berisi kata-kata mengejek/tidak pantas/tidak sopan/melecehkan kepada orang lain
- Ketika saya membaca komentar yang tidak sopan/melecehkan/ mengejek orang lain, saya turut merasakan emosi yang terkandung didalamnya

3) *Cyberstalking*

- Setelah membaca komentar @lambe_turah, saya merasa menuliskan pesan yang mengancam/mengintimidasi pada orang lain adalah hal yang wajar.
- Ketika saya mengetahui orang lain menerima pesan yang berisi ancaman/intimidasi, saya turut merasakan emosi yang terkandung didalamnya
- Saya pernah mengancam/mengintimidasi/memeras orang lain melalui media sosial

c. Faktor Pendorong *Cyberbullying*

Faktor pendorong *cyberbullying* digunakan untuk mengetahui seberapa besar peran dari pertemanan dan orang tua dalam pembentukan perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa. Dalam hal ini terdapat lima pertanyaan pada masing-masing faktor. Hal ini diukur dengan menggunakan skala Likert, dengan lima alternatif

jawaban, yaitu 1) sangat setuju, 2) setuju, 3) netral 4) tidak setuju, 5) sangat tidak setuju

1) Pengawasan

- Saya menggunakan Instagram karena orang tua saya menggunakan Instagram juga
- Saya mengikuti akun @lambe_turah karena orang tua saya juga mengikuti akun tersebut
- Orang tua saya membatasi saya dalam menggunakan Instagram
- Orang tua saya memberikan saran/rekomendasi informasi yang harus saya lihat di Instagram
- Orang tua saya mencegah saya untuk melakukan tindakan *cyberbullying* di Instagram, dengan cara menegur hingga memarahi

2) Peniruan

- Saya menggunakan Instagram karena teman-teman saya menggunakan Instagram juga
- Saya mengikuti akun @lambe_turah karena teman saya juga mengikuti akun tersebut
- Teman-teman saya memberikan saran/rekomendasi informasi yang harus saya lihat di Instagram
- Teman-teman saya mencegah saya untuk melakukan tindakan *cyberbullying* di Instagram, dengan cara menegur hingga memarahi
- Teman-teman saya tidak pernah melakukan *cyberbullying* kepada saya melalui Instagram

9. Metodologi Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif kuantitatif. Penelitian kuantitatif bersifat logis dan menggunakan logika deduktif, yaitu dengan berangkat dari sesuatu yang bersifat umum berangkat ke sesuatu yang bersifat khusus (West & Turner, 2008, h.71). Penalaran deduktif dalam hal ini adalah penelitian diawali dari teori-teori yang sudah ada, kemudian teori tersebut diuji kebenarannya. Penelitian ekplanatif hendak menjelaskan bagaimana terjadinya sesuatu. Jenis penelitian ini menggambarkan suatu generalisasi atau menghubungkan satu variabel dengan variabel yang lainnya. Jenis penelitian ini juga mengukur, dan menguji hubungan sebab akibat dari dua atau beberapa variabel (Bungin, 2005, h.46).

b. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian survei adalah metode penelitian dengan bentuk pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket yang disebarakan kepada sekelompok orang (West & Turner, 2008, h.79). Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengontrol pengukuran, karena peneliti sendiri yang menyusun pertanyaan dan setiap responden menerima pertanyaan dalam format yang sama. Adapun angket berbentuk angket langsung tertutup. Bungin (2005, h.133) mendefinisikan angket langsung tertutup sebagai sebuah cara untuk merekam data yang berupa keadaan yang dialami responden, serta angket telah berisi alternatif jawaban yang harus dijawab responden.

Alternatif jawaban dari angket tersebut menggunakan skala likert. Rensis Likert dalam Morissan (2012, h.170) mengemukakan suatu prosedur pengukuran melalui skala likert yang merupakan format di mana responden diminta memilih apakah sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju terhadap suatu pernyataan yang meminta persetujuan responden. Alternatif jawaban sangat setuju diberi nilai 5, setuju diberi nilai 4, netral diberi nilai 3, tidak setuju diberi nilai 2, serta sangat tidak setuju diberi nilai 1.

c. Populasi

Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Apabila dilihat dari penentuan sumber data, maka populasi dapat dibedakan sebagai populasi terbatas dan populasi tak terhingga (Bungin, 2005).

- 1) Populasi terbatas, populasi yang memiliki sumber data yang jelas batas-batasnya secara kuantitatif.
- 2) Populasi tidak terhingga, populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batasannya secara kuantitatif. Sehingga luas populasi tidak terbatas dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif.

Pada penelitian ini, populasi adalah pengikut dari akun Instagram @lambe_turah, yang yaitu sebanyak 8,3 juta akun. Adapun jumlah tersebut merupakan jumlah dari pengikut akun @lambe_turah ketika dilakukan penyebaran angket secara online, yaitu pada bulan September 2020.

d. Sampel

Sampel adalah sekelompok orang yang dipilih untuk mewakili suatu populasi (West & Turner, 2008, h.79). Dari 8,3 juta pengikut akun @lambe_turah, tidak seluruhnya memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Terdapat kriteria yang dikehendaki oleh peneliti agar dapat memenuhi tujuan penelitian. Maka dalam penelitian ini menggunakan rancangan sampling nonprobabilitas, dengan teknik sampling purposif (*purposive sampling*). Adapun yang dimaksud dengan teknik *purposive sampling* adalah penentuan sampel dengan menyeleksi berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006, h. 156).

Penggunaan teknik sampling purposif juga di karenakan peneliti tidak memiliki data yang mendukung terkait profil dari responden. Sehingga terdapat kesulitan dalam memilih sampel yang memenuhi kriteria. Adapun kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Berusia 18 hingga 25 tahun yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi (mahasiswa).
- 2) Memiliki akun Instagram
- 3) Mengikuti akun Instagram @lambe_turah
- 4) Pernah melihat unggahan beserta komentar dalam akun @lambe_turah

Berdasarkan jumlah populasi diatas, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{8.300.000}{1 + (8.300.000 \cdot (10\%)^2)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = nilai presisi (dalam penelitian ini adalah 10% atau 0,1)

$$n = \frac{8.300.000}{1 + 83.000}$$

$$n = \frac{8.300.000}{83.001}$$

$$n = 99,998 \approx 100$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 99,998 namun dibulatkan menjadi 100. Dengan demikian, penelitian ini akan menyisihkan 100 responden pertama yang telah memenuhi seluruh kriteria.

e. Teknik Pengumpulan Data

1) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Adapun sumbernya berasal dari responden atau subjek penelitian, melalui pengisian kuisisioner, wawancara dan observasi (Kriyantono, 2006, h.41). Dalam penelitian ini data primer berasal dari kuisisioner atau angket yang dibagikan secara online kepada *followers @lambe_turah*. Selanjutnya dipilih 100 responden pertama yang telah memenuhi seluruh kriteria dari sampel yang telah ditentukan.

Penelitian ini dilakukan dalam masa pandemi COVID-19, sehingga peneliti tetap harus mematuhi protokol kesehatan yang berlaku. Hal tersebut membuat peneliti terkendala dalam melakukan proses pengumpulan data primer. Pembatasan sosial termasuk dengan pembatasan interaksi secara langsung dengan responden membuat pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan angket yang dibagikan secara online. Pembagian angket tersebut juga mengandalkan relasi antara peneliti dengan responden,

dikarenakan beberapa dari *followers* @lambe_turah merupakan orang yang dikenal oleh peneliti. Pengumpulan data melalui angket online memberikan kemudahan dalam menjangkau responden yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bersifat melengkapi data primer serta diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Kriyantono, 2006, h.42). Data sekunder dapat berasal orang-orang dekat subjek penelitian, dokumen-dokumen seperti surat kabar, catatan, foto serta dapat juga berasal dari data yang telah diolah dalam penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari penelitian-penelitian terdahulu, baik berupa jurnal maupun skripsi dan tesis. Selain itu data juga berasal dari buku-buku yang berkaitan dengan topik penelitian. Serta data yang diperoleh dari hasil survei dari lembaga-lembaga survei penggunaan internet dan media sosial serta perilaku *cyberbullying*.

f. Teknik Analisis Data

1) Uji Validitas

Validitas alat ukur adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur, walaupun dilakukan berkali-kali dan dimana saja (Bungin, 2005, h.107). Pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment*. Adapun teknik korelasi *product moment* adalah teknik korelasi tunggal yang digunakan untuk mencari koefisien korelasi antara data interval dan interval lainnya. Berikut rumus *product moment* (*Pearson's correlation*):

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi Product Moment

N = jumlah individu dalam sampel

X = angka mentah dari variabel X

Y = angka mentah dari variabel Y

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Bungin, 2005, h.106). Hairun (2020, h.111) menjabarkan kriteria reliabilitas menjadi lima bagian, yaitu:

0,00 – 0,20 = derajat konsistensi reliabilitas yang sangat rendah

0,21 – 0,40 = derajat konsistensi yang rendah

0,41 – 0,60 = derajat konsistensi reliabilitas yang sedang

0,61 – 0,80 = derajat reliabilitas yang tinggi

0,81 – 1,00 = derajat reliabilitas yang sangat tinggi.

Adapun nilai derajat reliabilitas atau *Cronbach's Alpha* dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{(k - 1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

σ_t^2 = variasi total

k = jumlah pertanyaan/instrument

r = reliabilitas instrument

3) Moderated Regression Analysis (MRA)

Untuk menganalisis variabel moderasi dengan data numerik, digunakan analisis regresi moderasi (MRA). MRA merupakan analisis regresi yang melibatkan variabel moderasi dalam membangun model hubungan antar variabel. Dengan menempatkan variabel moderasi sebagai variabel bebas, serta menambahkan variabel hasil perkalian antara variabel bebas dengan variabel moderasi sebagai variabel bebas (Solimun, et al., 2017, h.79).

Penentuan apakah suatu variabel dapat dikatakan sebagai variabel moderasi dapat diketahui dari pengaruh interaksi atau perkalian antara variabel bebas dengan variabel moderasi dalam mempengaruhi variabel terikat. Maka persamaan hubungan dalam analisis regresi moderasi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2Z + b_3X_1 * Z + \varepsilon$$

Keterangan:

a = konstanta

b = koefisien regresi

ε = standar eror

Y = variabel terikat (perilaku *cyberbullying*)

X = variabel bebas (terpaan komentar makian)

Z = variabel moderasi (faktor pendorong *cyberbullying*)

X*Z = interaksi/perkalian variabel bebas dan variabel moderasi