



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia di perkotaan saat ini tak bisa dilepaskan dari internet. Banyak aspek kehidupan manusia hari ini, mulai dari pencarian informasi, pencarian hiburan, atau bahkan melakukan transaksi bisnis, semakin banyak bertumpu pada kehadiran internet di sekitar kita. Dapat dikatakan bahwa kehidupan manusia berubah dengan adanya internet saat ini.

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan zaman, tentunya sebanding dengan teknologi yang berkembang untuk menunjang kebutuhan manusia, salah satunya teknologi internet. Saat ini, kemajuan teknologi tidak hanya dalam satu atau dua hal, melainkan banyak aspek, seperti dalam aspek komunikasi, transaksi, informasi, dan lain sebagainya. Perubahan dan perkembangan yang terjadi, juga memengaruhi akan bertambahnya kebutuhan manusia, dalam melakukan aktivitas sehari-hari, seperti contohnya internet (Nuryanto, 2012, p. 1 & 2). Perkembangan teknologi internet saat ini sebenarnya sangat membantu manusia meningkatkan wawasan dan pengetahuan. Internet membuat komunikasi tanpa batas dengan

negara maupun budaya dan semakin bertambah layanannya seiring dengan perkembangan teknologi (Supardi, 2009, p. 1).

Berkembangnya teknologi internet juga tidak lepas dengan semakin majunya perkembangan media di Indonesia, saat ini bisa kita temukan disekitar kita yaitu media cetak (majalah, koran) kemudian media elektronik (televisi, radio). Media merupakan sarana yang digunakan untuk menyebarkan dan memperoleh informasi yang dibentuk ke dalam sebuah berita (Kridalaksana, 1977 dikutip dalam Sumadiria, 2006, p. 2).

Kemunculan media sosial membuat sejumlah anggota masyarakat kini juga berperan sebagai penerus informasi kepada khalayak. Media sosial sebagai bagian dari *new media* memberikan alternatif kepada masyarakat dalam hal pencarian informasi. Kini masyarakat tidak lagi mengonsumsi informasi yang datang hanya dari media massa mainstream, tetapi juga dari apa yang disebarkan lewat media sosial. Rupanya ada minat besar dari sejumlah anggota masyarakat, yang sering menyebut dirinya sebagai netizen, untuk menyebarkan informasi tersebut, walaupun ia mendapatkan konten dengan cara meneruskan saja dari apa yang sudah beredar sebelumnya. Tidak cukup jelas darimana saja mereka mendapatkan informasi tersebut. Praktik semacam ini meluas dan diminati sejumlah anggota masyarakat karena tidak terikat dengan institusi media tertentu, dan terikat dengan peraturan-peraturan yang berkaitan dengan institusi media tersebut.

Berbeda halnya dengan media konvensional yang memiliki reporter profesional yang bertugas dan menyampaikan sebuah informasi karena digaji dan harus bekerja sesuai dengan tugasnya. Sedangkan netizen membuat sebuah informasi kemudian dipublikasikan ke publik, selain disatu sisi untuk menyalurkan informasi yang dibuatnya adalah keinginan untuk dilihat dan dianggap oleh masyarakat sekitar bahwa dirinya lebih tahu, lebih cepat dan tahu lebih banyak (Nugraha, 2012, p. vii – viii).

New media adalah sebuah bentuk yang berbeda dari teknologi komunikasi yang memiliki fitur tertentu dan terbaru yang dibuat secara digital dan kemudian digunakan sebagai alat komunikasi (DS. Rendro, 2010, p. 243 para. 3). Dengan hal demikian, peranan teknologi saat ini telah melahirkan sebuah bentuk baru dalam proses dan kegiatan berkomunikasi dan kebebasan berekspresi. Perkembangan jejaring sosial ini, telah menciptakan sebuah akses yang tidak terbatas untuk berekspresi di lingkungan sosial masyarakat (Courtney, et al, 2010, para. 5)

Tampilnya video kiriman dari para netizen, merupakan sebuah bentuk baru di dunia pertelevisian yaitu sistem *multiplatform*. *Multiplatform* merupakan sebuah cara dimana kita bisa menikmati tayangan atau program televisi dimanapun kita berada contohnya seperti menggunakan *website* ataupun *smartphone* sehingga kita tidak hanya berpatokan pada sebuah televisi konvensional (West dan Turner, 2008, p. 15).

Sehl, Cornia, dan Nielsen (2017, p. 19) menjelaskan bahwa “saat ini organisasi dan layanan publik mulai mendistribusikan sebuah informasi lewat *Instagram*, karena *Instagram* memiliki perbedaan dengan *Twitter* dan *Facebook* dalam unsur estetika karena dapat menggambarkan sebuah berita atau peristiwa lebih detail lewat gambar dan momen video” *Instagram* berhasil menjangkau kelompok usia muda dibandingkan dengan *platform* media sosial yang populer lainnya.

Gambar 1.1 Table sosial media dan karakteristiknya

Social media platform	Users	Main characteristics	Types of posts
Facebook	Large and diverse user base	<ul style="list-style-type: none"> • Main platform to generate reach and, for some, referrals • Main platform for interactions with users 	Mainly links, Facebook videos, and photos
Twitter	Mainly news lovers	<ul style="list-style-type: none"> • News ticker function • Strength in breaking news situations 	Mainly links, partly videos
Instagram	On average younger and more female than on other platforms	<ul style="list-style-type: none"> • Special aesthetics • Function of fostering brand reputation as innovative 	Videos and photos

Sumber: digitalnewsreport.org

Instagram adalah suatu media sosial yang saat ini populer dikalangan masyarakat, media sosial ini memiliki fungsi untuk berbagi foto maupun video yang kemudian dibagikan kepada sesama penggunanya dengan cara mengikuti sebuah akun atau menjadi pengikut dalam akun orang lain. Untuk itu saat ini sebuah media sosial yang saat ini populer yaitu *Instagram* menjadi media bagi para netizen untuk membuat sebuah foto maupun video yang kemudian dibagikan ke khalayak pengguna *Instagram* lainnya dengan cara mengunggahnya ke dalam akun mereka. Khalayak yang bisa melihat unggahan dari akun orang tersebut

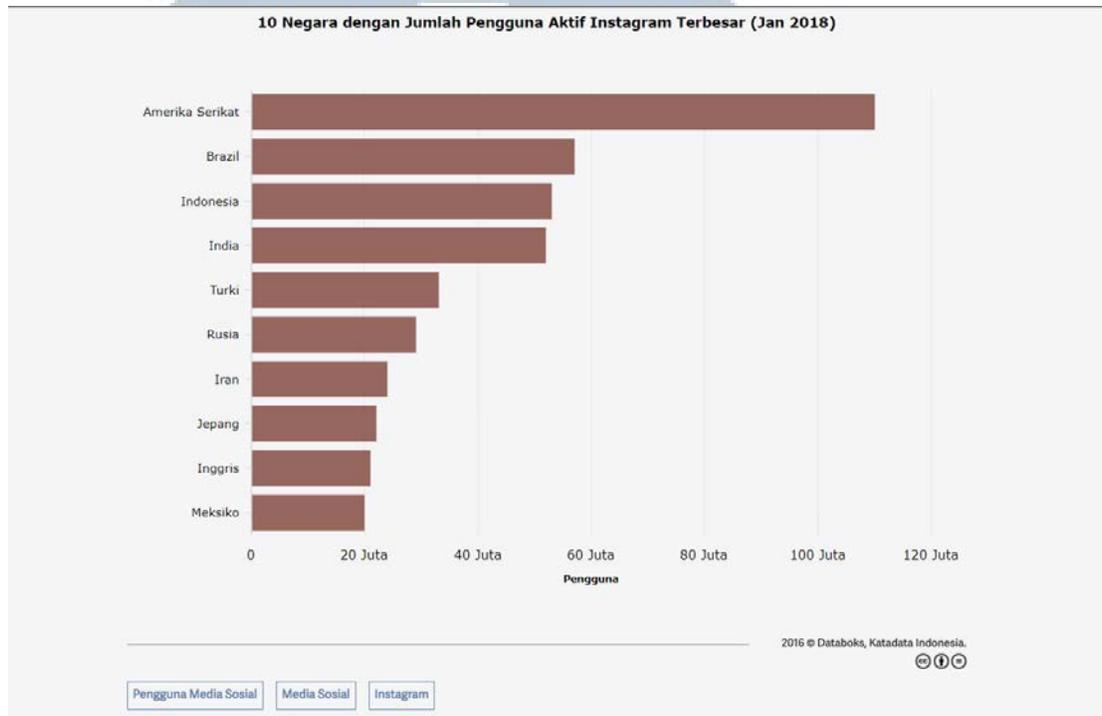
adalah akun orang lain yang mengikuti akun tersebut. Hal ini bisa membuat sebuah unggahan yang dilakukan akun tersebut menjadi viral dan membuat orang lain bisa mem-viralkan sebuah unggahan yang dilakukan akun tersebut dengan cara memberikan komentar serta tanda suka untuk postingannya.

Instagram mulai diciptakan pada tahun 2010 oleh dua orang CEO dari *Burbn, Inc* yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger. Perusahaan mereka bergerak di bidang pengembangan aplikasi telepon genggam terkhusus dalam *HTML5 mobile*, awalnya mereka membuat aplikasi untuk kantornya namun saat mengembangkannya banyak fitur-fitur yang sulit untuk di kurangi dan di kembangkan. Akhirnya mereka berdua sepakat untuk fokus dalam mengembangkan fitur pada bagian foto saja yang memiliki kemampuan untuk berkomentar dan menyukai sebuah postingan foto (Rakos, 2014, para. 4)

Pengguna media sosial *Instagram* di Indonesia dan dunia menurut survei *WeAreSocial.net* dan *Hootsuite* dikutip dari databoks.katadata.co.id (diakses 20 April 2018) mengungkapkan bahwa pengguna media sosial *Instagram* di Amerika Serikat sebanyak 110 juta, Brazil 57 juta dan pengguna aktif *Instagram* di Indonesia berada di posisi ketiga dengan jumlah 55 juta pengguna.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Gambar 1.2 Grafis pengguna Instagram di seluruh dunia



Sumber: databoks.katadata.co.id

Dari hasil survey ini terlihat bahwa *Instagram* merupakan media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia bahkan di dunia. Kepopulerannya berhasil menempatkan *Instagram* di posisi keempat dari media sosial *Youtube*, *Facebook* dan *WhatsApp*.

Saat ini *Instagram* beralih fungsi bukan hanya sebagai media sosial untuk mengunggah foto ataupun video, namun menjadi salah satu media untuk mendapatkan berita tentang sebuah kejadian yang ada di masyarakat. Sebuah media mainstream yang ada di Indonesia yaitu Kompas yang terkenal dengan terbitannya sebagai media cetak saat ini juga memiliki akun di *Instagram* yaitu

@kompascom. Tidak hanya media cetak yang ikut membuat akun *Instagram*, sebuah media televisi yaitu NET TV juga turut membuat akun di *Instagram* untuk membagikan berbagai macam informasi kepada netizen di dunia maya dengan nama akun @netmediatama. Hal ini ditujukan sebagai salah satu cara untuk mengikuti perkembangan teknologi yang ada dan untuk menarik minat pembaca secara online, karena media cetak saat ini perlahan mulai sedikit peminatnya karena sudah beralih menjadi pembaca online dan juga sebagai cara dimana saat ini kecepatan informasi yang dicari oleh para netizen. Dalam penelitian penulis ingin melihat dan mengetahui bagaimana isi akun *Instagram* yang kerap memposting sesuatu yang kemudian viral namun, tidak memperhatikan konten yang terkandung dalam video atau gambar tersebut terutama melihat dari sisi etik atas posting yang dilakukannya.

Di antara banyak akun yang meneruskan informasi semacam itu, penulis memfokuskan diri pada dua buah akun Instagram dengan nama @fakta.indo dan @tvviral yang berisi tentang sebuah peristiwa yang terjadi di masyarakat. Penulis memilih dua akun ini karena merasa sebuah informasi yang diunggah oleh akun ini kerap kali menampilkan unsur bahwa mereka kurang memperhatikan etika komunikasi yang berlaku ataupun etika media secara umum, yaitu dalam unggahannya terkadang menampilkan unsur kekerasan, penyiksaan dan sadisme di video ataupun gambar yang tidak di sensor dan dibagikan kepada netizen secara mentah.

Hal ini tentu menimbulkan banyak pro dan kontra bagi netizen sebagai penikmat serta pengguna *Instagram* dan menuai komentar – komentar yang bisa bersifat positif juga bersifat negatif serta bisa menuai tanda tanya tentang kredibilitas dan keaslian dari unggahan akun tersebut, adanya sebuah faktor keberuntungan dari para pelaku yang mengunggah sebuah informasi ataupun berita dan kemudian menjadi viral di kalangan pengguna *Instagram*.

1.2 Rumusan Masalah

Instagram kini menjadi alat dimana berita beredar dengan viral, dan hal ini dimanfaatkan oleh masyarakat dan juga media *mainstream* yang memanfaatkan *Instagram* untuk menjangkau pembacanya via media sosial. Dengan penggunaan *instagram* yang luas ini, bagaimana melihat fenomena ini dari sisi etika komunikasi atau etika media yang ada berdasarkan perspektif *virtue ethics*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tipologi konten kekerasan dalam akun @tvviral dan @fakta.indo?
2. Bagaimana konten kekerasan dalam akun @tvviral dan @fakta.indo dilihat dari perspektif *virtue ethics*?"

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui seperti apa tipologi kekerasan yang ada dalam akun @tvviral dan @fakta.indo.
2. Mengetahui konten kekerasan dalam akun @tvviral dan @fakta.indo dilihat menurut perspektif *virtue ethics*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mengkaji tentang sebuah fenomena baru dalam praktik media sosial sebagai alat untuk meneruskan sebuah informasi secara cepat di masyarakat Indonesia. Penelitian ini membahas tentang konten kekerasan yang ada di media sosial yang dikaji dalam perspektif etika komunikasi dan *virtue ethics*. Selain itu penelitian ini

diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam studi komunikasi selanjutnya, khususnya mengenai metode studi kasus. Dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah rujukan untuk penelitian selanjutnya yang membahas topik yang sama.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat membuat para netizen untuk lebih mengetahui dan memahami tentang etika komunikasi yang ada di media sosial.

1.6 Batasan Penelitian

Peneliti membatasi penelitian ini dengan hanya meneliti pelanggaran apa yang dilakukan akun Instagram @tvviral dan @fakta.indo dan bagaimana bentuk tampilannya postingan dari akun @tvviral dan @fakta.indo yang melanggar etika komunikasi.

U M M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA