



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 II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi referensi peneliti dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat terarah dalam mengkaji penelitian yang diteliti. Melalui penelitian terdahulu, peneliti mengetahui teori-teori yang dapat mendukung hasil penelitian dan peneliti menggunakan dua penelitian terdahulu sebagai referensi di dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua penelitian terdahulu sebagai referensi. Penelitian pertama berjudul “*Cyberbullying* pada Mahasiswa Universitas Indonesia” oleh Rianda Febrianti dan Gagan Hartana, Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai *cyberbullying* di kalangan Universitas Indonesia (UI) berdasarkan jenis kelamin, jangka waktu menggunakan internet, dan usia. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa 77% mahasiswa/i UI pernah terlibat dalam *cyberbullying*, dan memakai konsep *cyberbullying* menurut Nancy Willard. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa mayoritas yang berjenis kelamin perempuan, berusia 20-25 tahun, menggunakan internet selama 21 sampai dengan 42 jam per minggu, lebih banyak terlibat dalam kasus *cyberbullying*, baik sebagai pelaku maupun korban. Peneliti dapat mempelajari definisi dan fenomena *cyberbullying* pada kalangan

mahasiswa UI untuk menjadi perbandingan fenomena *cyberbullying* pada kolom komentar di akun *Instagram @detikcom* terkait kasus Audrey.

Penelitian kedua berjudul “*Cyberbullying* pada Kolom Komentar Media *Online* (Studi Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Setya Novanto terkait Masalah Korupsi E-KTP pada Kompas.com Periode 1-30 November 2017)” oleh Katarina Aprilia, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar persentase jenis-jenis *cyberbullying* dalam kolom komentar di media *online* Kompas.com terkait kasus korupsi e-KTP yang dilakukan Setya Novanto. Peneliti dapat melihat kesamaan dalam penelitian ini, tujuan penelitian ini melihat tipe-tipe *cyberbullying* yang dilakukan khalayak dalam berkomentar pada kolom komentar Kompas.com, sehingga dapat peneliti kaitkan dengan pemetaan jenis-jenis *cyberbullying* dalam kolom komentar *Instagram @detikcom*, menanggapi kasus pemberitaan Audrey. Hasil penelitian ini menunjukkan jenis *cyberbullying* menurut Nancy Willard yang paling banyak ditemukan dalam komentar adalah jenis *denigration* atau gosip, rumor berbahaya dengan tujuan merusak reputasi Setya Novanto (lihat Tabel 2.1).

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

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Rianda Febrianti dan Gagan Hartana (2014)	Katarina Aprilia (2018)	Penelitian Peneliti (2019)
Judul	<i>Cyberbullying</i> pada Mahasiswa Universitas Indonesia (UI)	<i>Cyberbullying</i> pada Kolom Komentar Media <i>Online</i> (Studi Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Setya Novanto terkait Masalah Korupsi E-KTP pada Kompas.com Periode 1-30 November 2017)	Pemetaan Jenis <i>Cyberbullying</i> Pada Kolom Komentar Akun <i>Instagram</i> Detik.com (Pemberitaan Kasus Audrey)
Universitas	Universitas Indonesia	Universitas Multimedia Nusantara	Universitas Multimedia Nusantara
Metode	Survei	Analisis Isi	Analisis Isi
Pendekatan Penelitian	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif

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

<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Mahasiswa UI dengan karakteristik berjenis kelamin perempuan, usia dewasa muda antara 20-25 tahun, dan menggunakan internet antara 21-42 jam per minggu paling dominan terlibat <i>cyberbullying</i> sebagai pelaku maupun korban dan sebanyak 77% mahasiswa UI pernah terlibat dalam <i>cyberbullying</i>.</p>	<p>Jenis <i>cyberbullying</i> terbanyak dari jumlah populasi sebanyak 730 komentar yaitu jenis <i>exclusion</i> sebanyak 30,7% dimana banyak komentar yang hanya gossip/rumor yang bertujuan untuk merusak reputasi atau nama baik Setya Novanto dikolom komentar Kompas.com periode 1-30 November 2017.</p>	
--------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Persamaan	Menggunakan pendekatan kuantitatif, dan menganalisis persoalan <i>cyberbullying</i> .	Metode yang digunakan adalah metode analisis isi kuantitatif. Fokus analisis pada kolom komentar.	Pendekatan penelitian yaitu kuantitatif, dan menganalisis fenomena menggunakan konsep <i>cyberbullying</i> menurut Nancy Willard.
Perbedaan	Metode yang digunakan adalah survey. Fokus penelitian lebih kepada analisis mahasiswa/i pengguna internet juga pelaku dan korban <i>cyberbullying</i> .	Menggunakan media online sebagai subjek penelitian yaitu Kompas.com.	Perbedaan terletak pada variabel penelitian, fokus analisis hanya pada kolom komentar platform media sosial <i>Instagram @detikcom</i> .

2.2 Teori atau Konsep–Konsep yang Digunakan

2.2.1 *New Media*

Laquey dalam Ardianto dan Lukiati menjelaskan bahwa yang membedakan *new media* dari *old media* atau media konvensional adalah kecepatan dan tingkat interaksi yang berguna dalam menyebarkan berita. *New media* memberikan kemampuan untuk berkomunikasi secara serentak pada ribuan bahkan jutaan khalayak (Ardianto dan Lukiati, 2004, p. 143).

Sedangkan dalam Syaibani (2011, p. 5) *new media* atau media baru merupakan bentuk konten media yang mengintegrasikan dan menggabungkan teks, data, gambar, dan suara dari semua jenis dan disimpan dalam format digital, juga meningkat melalui jaringan terdistribusi.

Munculnya *new media* menciptakan revolusi komunikasi yang secara umum telah mengubah keseimbangan kekuatan dari media ke khalayak. Khalayak dapat dengan bebas dan berhak dalam memilih juga menggunakan media secara

aktif. Jika dalam mengonsumsi *old media* khalayak melakukan komunikasi secara satu arah, dalam *new media*, khalayak dapat berkomunikasi secara interaktif (Mcquail, 2011, p. 44).

New media memberikan cukup banyak manfaat bagi khalayak hingga media. Seperti kecepatan dalam mendistribusi hingga mengonsumsi informasi atau berita, juga efisiensi dan kapasitas yang lebih baik dibandingkan *old media*. Terdapat kombinasi dari interaktivitas dengan ciri yang inovatif bagi komunikasi massa, yaitu dari jangkauan khalayak yang bebas, konten yang tidak terbatas, juga sifat global dari komunikasi. Hampir setiap individu yang berpartisipasi dalam percakapan, hal ini merubah pandangan *new media* menjadi semakin umum (*mainstream*) dan rutin (Mcquail, 2011, p. 151).

Menurut Djamal dan Fachruddin (2011, p. 33), *new media* memiliki karakteristik yaitu masuk pada era digital yang membedakan format media menjadi samar, seperti melihat media cetak dengan elektronik karena keduanya dapat diakses melalui satu *platform*, yaitu *gadget*. *New media* juga memiliki sifat interaktif, artinya penerima pesan dapat dengan cepat memberikan tanggapan terhadap pesan yang diberikan oleh pengirim melalui bantuan kolom komentar. Karakteristik lain dari *new media* yaitu, perjalanan suatu berita sudah tidak mengenal batas wilayah, sehingga masyarakat dapat mengakses berita kapanpun dan dimana pun. Seperti yang dikutip dalam Djamal dan Fachruddin, “*new media* bagi dunia penyiaran adalah proses *streaming* di jaringan internet atau *mobile*” (2011, p. 33).

Menurut Ratu (2011, p. 42) terdapat pula perbedaan antara karakteristik audiens *new media* dengan *old media*. *New media* telah mengubah konsep audien lama, yang awalnya adalah khalayak pasif menjadi khalayak yang aktif. Terjadi interaktivitas dengan media sehingga proses timbal balik terjadi, sehingga Batasan antara komunikator dengan komunikan pun sudah tidak ada. Lebih jelas dapat dilihat melalui tabel 2.2 berikut:

Tabel 2.2 Audiens *New Media* dengan *Old Media*

No.	Spesifikasi	<i>New Media</i>	<i>Old Media</i>
1.	Pola Komunikasi	<i>Many to Many</i>	<i>One to Many</i>
2.	Tingkat Interaktivitas	Kuat	Sangat Rendah
3.	Isi Pesan	<i>User generated content</i>	<i>Producer generated content</i>
4.	Peran Audien	Aktif	Pasif
5.	Konstruksi Media	Media Partisipatif	Kurang bersifat partisipatif

Dalam konteks ini, audiens dalam *old media* merupakan khalayak yang pasif dan cenderung tidak mengetahui satu dengan lainnya, sementara dalam *new media* audiens dapat berinteraksi dengan audiens lainnya maupun dengan produser media (Nasrullah, 2017, p. 26).

Hadirnya *new media* telah mengubah karakteristik audiens lama yang awalnya adalah pengguna pasif menjadi pengguna aktif. Proses timbal balik terjadi karena adanya interaktivitas media, menyebabkan batasan-batasan antara

komunikator dan komunikan melebur. Antara produsen dengan penerima pesan juga dapat berganti-ganti dengan siklus cepat (Ratu, 2011, p. 43).

2.2.2 Jurnalisme Media Sosial

Saat ini perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat mendukung media sosial berada di masa puncak. Media sosial merupakan salah satu dari ketiga media massa yakni media elektronik dan media cetak. Media sosial membantu khalayak agar dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi forum, dunia virtual, jejaring sosial, wiki, dan blog (Hikmat, 2018, p. 40).

Menurut Nasrullah (2017, p. 11), media sosial adalah medium atau tempat di internet bagi khalayak untuk berinteraksi, berkomunikasi, membentuk ikatan sosial secara virtual, dan merepresentasikan diri.

Dalam menggunakan media sosial, khalayak menggunakan *smartphone* sebagai medium dalam menggunakan media sosial. Melalui *smartphone*, khalayak dalam waktu instan dapat berbagi konten dengan siapa pun. Hal ini telah mengubah kebiasaan khalayak dari awal masa *iReport*. Saat ini bahkan khalayak tidak mempertimbangkan memverifikasi berita melalui media massa. Sebaliknya, khalayak lebih senang menggunakan *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Snapchat* dengan hanya menggeser atau hanya *tapaway* dalam mengonsumsi informasi atau berita (Adornato, 2017, p. 34).

Menurut Kaplan dalam Hikmat (2018, p. 40) media sosial dapat dijadikan sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang ada di atas dasar

teknologi dan ideologi Web 2.0, juga memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.

Hal ini tentunya menjadi peluang bagi media massa atau jurnalis dalam menggunakan media sosial sebagai medium dalam memproduksi berita. Meskipun *user-generated content* dapat meningkatkan pelaporan, ada beberapa hal yang harus tetap diperhatikan oleh jurnalis sosial media (Adornato, 2017, p. 37). Adornato (2017, p. 38) menjabarkan hal-hal yang perlu diperhatikan jurnalis sosial media ke dalam empat poin berikut ini:

- a) Jurnalis harus menentukan apakah konten yang diunggah memiliki nilai berita. Perhatikan penggunaan konten dan bukan berita dalam istilah *user-generated content*. Ini adalah perbedaan penting, karena tidak semua *user-generated content* memiliki nilai berita. Dari banyaknya konten yang diunggah tiap harinya, tidak semua layak diberitakan.
- b) Jurnalis harus skeptis pada segala informasi sebelum memutuskan untuk mengunggahnya di media sosial. Kecepatan pergerakan konten di media sosial, isinya semata-mata *user-generated content* dan munculnya berita palsu membuat pengecekan fakta menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan. Jurnalis harus memverifikasi keakuratan dan keaslian informasi, sehingga informasi yang diberikan melalui media sosial memiliki standar jurnalistik total.
- c) Jurnalis harus memastikan bahwa konten yang akan diunggah sudah mendapatkan izin atau memberi *credits* pada narasumber berita

terkait. Hal ini sangat perlu diperhatikan, melihat bahwa konten akan diunggah di platform publik.

- d) Dari sisi media, media tidak boleh terlalu bergantung pada media sosial sebagai sumber informasi. Terlalu fokus pada topik-topik dari media sosial dapat mengarahkan publik untuk menganggap isu-isu itu lebih penting dibandingkan berita-berita yang ditemukan melalui cara tradisional.

Mandibergh dalam Nasrullah (2017, p. 41), mengatakan bahwa fenomena media sosial ini membuat jurnalis tidak lagi bisa menunggu siaran berita, surat kabar pagi, atau bahkan portal berita untuk menyampaikan informasi terbaru terutama yang bersifat *breaking news*. Karena khalayak mengharapkan informasi secara *real time* dari berbagai lintas platform, jurnalis harus langsung berbagi informasi ketika mereka melapor dari lapangan. Khalayak juga tidak mau menunggu berita, dan akan mengakses berita pada waktu mereka sendiri, sehingga media sosial membantu jurnalis menjadi lebih baik dalam melayani khalayak.

Dalam hal ini berarti, jurnalisme media sosial merangkul pendekatan digital untuk mendistribusikan berita. Media memastikan semua konten dapat dengan mudah dilihat oleh khalayak yang menggunakan perangkat seluler. Media harus aktif, kreatif, dan cepat dalam mendistribusikan informasi kepada khalayak aktif di banyak ruang seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *Snapchat* dan aplikasi seluler lainnya (Adornato, 2017, p. 57).

2.2.2.1 *Instagram* dan Interaktivitas Fitur Komentar pada *Instagram*

Instagram dalam Meikle (2016, p. 39) didefinisikan sebagai platform media sosial yang digunakan dengan cara menyenangkan dan unik untuk berbagi cerita hidup pengguna dengan sesama melalui serangkaian gambar. Pengguna dapat mengunggah foto atau video dan dapat diberikan filter untuk mengubah gambar menjadi memori yang dapat disimpan. Sehingga sesama pengguna *Instagram* dapat terhubung dan berinteraksi melalui foto.

Dalam *Instagram* terdapat fitur komentar yang terletak di bawah setelah konten diunggah. Pada fitur komentar, khalayak bebas untuk menulis komentar atas berita yang diunggah pada *Instagram*. Hal ini yang menjadikan perbedaan antara *new media* dengan *old media*, sehingga pada *Instagram* terdapat interaksi antara komunikator (pembuat berita) dengan komunikan (khalayak) bahkan dengan sesama komunikan secara langsung. Interaksi tersebut salah satunya lewat fitur komentar yang ada pada *Instagram* (Nugraha, 2012, p. 25).

Nugraha (2012, p. 26) menjelaskan khalayak dapat dengan bebas menulis komentar atas berita yang diunggah. Bentuk kebebasan berpendapat ini memperkenankan khalayak untuk mengkritik, memuji, bereaksi, atau memberi tambahan jika informasi atau berita yang diunggah dianggap kurang memadai atau kurang berkenan.

Penggunaan bahasa dalam menulis komentar di *Instagram* juga berbeda dengan bahasa resmi sebagaimana menulis artikel karya ilmiah,

jurnal, atau skripsi. Walaupun begitu, *Instagram* tetap bersifat resmi sebagai alat komunikasi antarteman jarak jauh, sehingga bahasa yang digunakan tidak terlalu jauh melenceng dari bahasa ejaan yang disempurnakan (Hikmat, 2018, p. 41).

Satu hal yang pasti dalam bahasa jejaring sosial adalah adanya peralihan dari komunikasi lisan menjadi komunikasi tulisan. Menurut Meyerhoff dalam Hikmat (2018, p. 42) memberikan contoh seperti fenomena “bahasa alay” atau “bahasa kekinian” yang sudah menjadi bahasa favorit para pengguna *Instagram*. Hal ini terjadi karena status sosial seseorang berpengaruh dalam penggunaan bahasa itu sendiri karena pengguna membutuhkan pengakuan akan eksistensi diri. Sosial media dalam kasus ini *Instagram*, menjadi ruang untuk ajang memberikan eksistensi diri dalam berinteraksi dengan sesama pengguna.

Pengguna dalam sosial media juga lebih menjadi *user* dari pada sekedar *viewer*, karena mereka memiliki kemampuan dalam mengintervensi hingga mengubah apa yang sudah diunggah dalam *Instagram*, jika tidak sesuai dengan aturan atau norma-norma masyarakat (Dewanti dan Hastjarjo, 2014, p. 10).

2.2.3 *Cyberbullying*

Backus (2009, p. 155) menjelaskan bahwa teknologi telah berevolusi, sehingga masalah *bullying* atau perundungan pun telah berevolusi. Munculnya internet telah dielu-elukan sebagai salah satu inovasi teknologi terbesar sepanjang

masa, tetapi dengan demikian, telah mengubah sifat interaksi sosial secara radikal. Fenomena ini menciptakan manusia sebagai pengguna aktif internet, jejaring sosial, pesan instan, dan teknologi lainnya mendapatkan dukungan penuh dalam melakukan *cyberbullying*. Secara singkat *bullying* telah memasuki era digital.

Menurut penelitian dari *National Crime Prevention Council* (NCPC) baik *bullying* dan *cyberbullying* bisa sangat menyakitkan dan merusak mental seseorang. Namun *cyberbullying*, bagi sebagian korban, bisa lebih serius dan menyakitkan daripada *bullying* secara fisik (National Crime Prevention Council [NCPC], 2017, para. 4). NCPC menjelaskan beberapa hal yang menyebabkan *cyberbullying* lebih berbahaya dibandingkan *bullying* fisik, yaitu:

1. *Cyberbullying* dapat bersifat anonim, sehingga membuat korban tidak tahu siapa yang harus bertanggung jawab atas masalah ini.
2. *Cyberbullying* dapat menghilangkan rasa aman di dalam rumah sendiri karena dapat terjadi bahkan pada saat korban berada di dalam rumah.
3. *Cyberbullying* dapat terasa lebih kasar dan kejam dibandingkan dengan *bullying* fisik, karena manusia cenderung lebih terbuka dan berani berekspresi pada saat di dunia maya dibandingkan bertatap langsung di dunia nyata.
4. *Cyberbullying* dapat menjadi sebuah tindakan berlanjut dari *bullying* fisik yang telah terjadi sebelumnya, sehingga membuat korban merasa buntu tidak memiliki jalan keluar.
5. *Cyberbullying* bersifat publik, sehingga pesan-pesan yang bersifat mengintimidasi dapat dilihat masyarakat umum tanpa batas.

6. *Cyberbullying* tidak dapat terjangkau, dengan kata lain tidak memiliki batasan waktu dan tempat. Internet dapat menjangkau keseluruhan, baik jarak dekat hingga jarak jauh, secara aktual dan dapat dilihat oleh dunia.

Sehingga *cyberbullying* adalah segala jenis tindakan atau sikap kejam kepada orang lain dengan cara mengunggah atau mengirimkan materi berbahaya, juga terlibat dalam segala bentuk penyerangan sosial dengan menggunakan internet atau teknologi digital lainnya dengan maksud menyakiti orang lain (Willard, 2007, p. 1).

Nancy Willard (2007, p. 2-10) membagi ke dalam delapan jenis *cyberbullying* yaitu:

1. *Flaming* (membakar) berarti berkobar, membakar, atau bergejolak. Dalam jenis ini yang dimaksud adalah pertukaran atau adu argumen yang dilakukan oleh dua aktor atau lebih melalui media *online* dengan menggunakan bahasa tidak sopan, kasar, menghina, bahkan mengancam.
2. *Harassment* (mengganggu) didefinisikan sebagai isi pesan atau kata-kata yang bersifat ofensif secara berulang-ulang kepada target individu. sehingga menyebabkan tekanan emosional.
3. *Denigration* (gosip atau fitnah) adalah proses memberikan fitnah, gosip, atau desas-desus melalui *online* dengan tujuan merusak reputasi korban atau merusak hubungan relasi korban dengan orang di sekitarnya

4. *Impersonation* (meniru) perilaku menyamar, meniru atau berpura-pura menjadi target yang dituju, dalam mengunggah atau mengirim sesuatu melalui internet yang berdampak buruk dan membuat target yang dituju dalam masalah atau keadaan bahaya.
5. *Outing* (penyebaran) tindakan mengekspos, mengirim, atau meneruskan gambar-gambar yang bersifat sensitif, rahasia, dan memalukan secara *online* sebagai tujuan mempermalukan korban, atau dapat sebagai upaya eksploitasi aib korban.
6. *Trickery* (penipuan) adalah perilaku menipu juga membujuk korban dengan tipu muslihat bertujuan agar korban terpaksa mengungkapkan suatu rahasia atau informasi yang memalukan tentang dirinya, secara *online*.
7. *Exclusion* (pengecualian) adalah mengucilkan, mengasingkan, bahkan mengeluarkan seseorang dari sebuah kelompok *online*.
8. *Cyberstalking* (penguntitan siber) adalah tindakan mengikuti atau mengejar (menguntit) seseorang melalui komunikasi *online* atau dalam akun media *online* seseorang yang bersifat mengganggu, mengintimidasi, hingga membahayakan korban yang dituju dengan intensitas yang sangat tinggi.

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

2.2.4 Social Responsibility

Terdapat lima jenis tanggung jawab sosial yang dikehendaki khalayak modern dari media dalam Sobur (2001, p. 47-48) yaitu:

1. Media perlu menyajikan berita yang komprehensif, valid, dan cerdas. Media dituntut untuk selalu tidak berbohong dan akurat. Fakta harus disajikan sebagai fakta, dan opini harus dikemukakan murni sebagai opini.
2. Media harus menyajikan gambaran khas dari setiap kelompok masyarakat. Hal ini mutlak dalam media agar dapat memahami kondisi hingga karakteristik semua kelompok masyarakat tanpa terjebak pada *stereotype*. Hal ini agar dapat menghindari adanya konflik sosial di masyarakat terkait isi berita yang disajikan. Hal ini menuntut media untuk mampu dalam menafsirkan karakter suatu masyarakat seperti aspirasi, prasangka, dan kelemahan yang ada pada audiens atau masyarakat. Maka, kelompok lain dapat mengetahui gambaran tentang kelompok lain, dan mencoba saling memahami.
3. Media perlu berperan sebagai forum pertukaran komentar, pendapat, dan kritik. Karena fungsi media adalah sebagai sumber informasi sekaligus forum penyelesaian masalah. Setiap masalah yang menjadi urusan publik dan berhubungan dengan public yang diberikan oleh media, perlu dibahas bersama dan dicari jalan keluarnya.
4. Media harus membuka akses ke berbagai sumber informasi. Audiens baru dalam media membutuhkan informasi jauh lebih banyak daripada audiens lama. Alasannya, tersebarnya informasi akan memudahkan pemerintah

dalam menjalankan tugas. Lewat berita atau informasi, media juga membantu pemerintah menyelesaikan persoalan-persoalan yang terjadi dalam masyarakat.

5. Media juga harus selalu menyajikan dan menjelaskan nilai-nilai dan tujuan masyarakat. Namun, tidak perlu mendramatisir isi pemberitaan, melainkan berusaha mengaitkan suatu peristiwa dengan hakikat makna keberadaan masyarakat dalam hal-hal yang perlu diraih. Hal ini termasuk dalam instrumen pendidikan untuk masyarakat. Maka media harus memikul tanggung jawab pendidikan dalam memaparkan berita dan mengaitkannya ke dalam tujuan dasar masyarakat.

2.3 Alur Penelitian

Langkah pertama adalah peneliti akan memilih akun *Instagram* detik.com sebagai pokok penelitian. Dalam akun *Instagram @detikcom*, peneliti membaca semua berita kasus Audrey pada periode pengumpulan data yang sudah ditentukan sebelumnya. Setelah itu, peneliti membaca dan mengumpulkan semua komentar pengguna *Instagram* yang masuk ke dalam kolom komentar terkait kasus Audrey. Selanjutnya peneliti akan mengamati apakah dalam semua komentar pembaca terdapat unsur *cyberbullying* atau tidak. Jika tidak ditemukan adanya *cyberbullying*, maka penelitian dapat selesai pada langkah ini. Namun, jika terdapat unsur *cyberbullying*, maka peneliti akan memetakan jenis-jenis *cyberbullying* sesuai dengan konsep menurut Nancy Willard, dalam kolom komentar akun *Instagram @detik.com* terkait kasus Audrey (lihat Bagan 2.1).

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran

