



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

Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini mampu mengubah pola hidup masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi. Segala bentuk informasi dapat tersebar luas dengan cepat bahkan sulit untuk dikontrol. Hal ini membuat manusia semakin dimanjakan oleh berbagai kecanggihan teknologi, mulai dari munculnya *handphone* hingga *smartphone* yang dilengkapi berbagai fitur dan teknologi internet (Riffaudin, 2016, para. 1).

Internet muncul sebagai media baru atau *new media* yang terkadang beririsan dengan media massa. Menurut Liliweri (2015, p. 284), *new media* adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses berita atau informasi secara fleksibel dan memberikan kesempatan bagi siapa saja, bagi pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif. Aspek penting lain dari *new media* yaitu bersifat *real-time* dan juga memerlukan perangkat digital. Sehingga, konten media tidak bisa diatur seperti media konvensional.

Internet dalam *new media* pun menjadi harapan baru dalam wajah jurnalisme Indonesia melalui jurnalisme media sosial. Dalam pandangan media, jurnalisme media sosial membantu jurnalis agar terhubung dengan pembaca, pemirsa, dan pendengar secara *real time*. Platform seperti *Instagram*, *Facebook*

dan *Twitter* memungkinkan reporter dan organisasi berita memantau tren *online* maupun menerima umpan balik juga kontribusi publik. Cara jurnalisisme diproduksi saat ini mencerminkan praktik baru yang mengandalkan komponen digital dan media sosial. Jurnalisme media sosial memberikan efek pada produk jurnalistik yang dihasilkan, seperti hubungan antara media dengan audiens, rutinitas media, audiens, dan budaya jurnalistik sendiri (Weiss, 2015, p. 59).

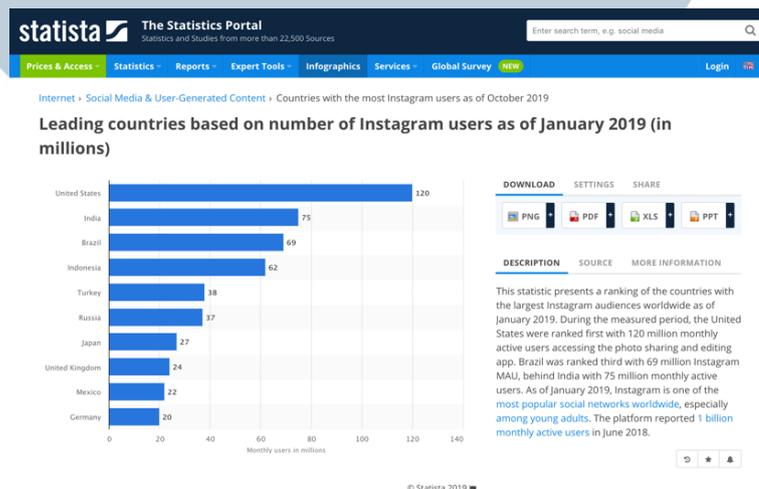
Menjawab hal ini media konvensional pun mulai membuat platform media sosial. Salah satu platform media sosial yang cukup populer dan diminati oleh masyarakat adalah *Instagram*. Winarso (2017, para. 3) menyatakan bahwa pengguna *Instagram* selalu meningkat karena platform ini terus melakukan inovasi dalam menghadirkan serangkaian fitur-fitur baru. *Instagram* sendiri mengklaim hadirnya fitur *Instagram story* membuat penggunanya menembus angka 200 juta per hari. Platform media sosial ini lebih unggul jika dibandingkan dengan platform media lain, karena berhasil membuat penggunanya lebih aktif dalam memanfaatkan fitur-fitur menarik seperti membagikan foto, video, kolom komentar, *Instagram story*, *Instagram TV*, *live streaming*, dan *chat* personal (Bullard, 2015, p. 172).

Berdasarkan survei dari Statista.com dengan judul "*Countries with the most Instagram Users as of January 2019*", *Instagram* adalah salah satu platform media sosial paling populer di seluruh dunia, terutama di kalangan anak muda. Platform media sosial ini melaporkan 1 miliar pengguna aktif bulanan pada Juni

2018. Gambar 1.1 menjelaskan data statistik peringkat negara-negara dengan pengguna *Instagram* terbesar di dunia pada Januari 2019 (Statista, 2019).

Indonesia berada di peringkat keempat dengan 62 juta pengguna aktif perbulannya, dan berada di bawah Brazil dengan 69 juta pengguna aktif bulanan. Sedangkan Amerika Serikat yang menempati peringkat pertama dengan 120 juta pengguna aktif bulanan yang mengakses aplikasi berbagi dan mengedit foto ini (Statista, 2019, para. 1).

Gambar 1.1 Statistik Negara Pengguna Aktif Instagram Terbanyak



Sumber: www.statista.com

Melihat hal ini, sudah banyak media yang akhirnya membuat akun *Instagram*-nya untuk mendistribusikan informasi atau berita. Menurut Bullard (2015, p. 171) untuk menarik audiens, kantor media saat ini menggunakan media sosial sebagai alternatif dalam menyebarkan berita. Sebuah penelitian dari *The Tow Center for Digital Journalism* menjelaskan bahwa kantor berita

menggunakan media sosial karena memahami bahwa pembaca saat ini telah beralih ke platform media sosial, seperti *Instagram*.

Berbagai fitur menarik dan kemudahan yang disuguhkan oleh *Instagram*, tentunya memberikan akses informasi yang semakin terbuka dan bebas dalam memperoleh informasi atau berita. Pengguna juga dijanjikan kecepatan dalam memperoleh informasi dari berbagai sumber dengan tampilan yang lebih sederhana dan menarik. Secara menyeluruh, platform media sosial ini membantu wartawan dalam menyebarkan berita dan dalam menciptakan kredibilitas (Herscovitz, 2012, dikutip dalam Weiss, 2015, p. 79).

Detik.com adalah salah satu media yang memiliki akun *Instagram* untuk membantu penyebaran berita. Detik.com awalnya digagas oleh empat sekawan yaitu Yayan Sopyan, Didi Nugrahadi, Abdul Rahman, dan Budiono Darsono. *Www.detik.com* dapat diakses pertama kali pada 9 Juli 1998. Tanpa dukungan media cetak, layaknya media *online* generasi pertama, Detik.com menjadi media *online* pertama yang memperkenalkan unsur *new media* yaitu, ringkas, *to the point* di Indonesia. Berita-berita yang diberikan Detik.com harus cepat, *update*, mengalir, dan kadang jahil, sehingga tidak selalu memakai unsur 5W+1H seperti unsur baku jurnalistik. Empat sekawan ini menggunakan model *running news* yakni menyajikan berita dengan meniru cara *breaking news* yang diterapkan oleh kantor-kantor berita asing seperti Reuters, CNN, AFP, atau AP (Margianto , 2014, p. 17).

Pada 2019 media *online* Detik.com masuk dalam lima besar untuk kategori portal berita di Indonesia, (Alexa, 2019). Media *online* lain yang masuk dalam

lima besar yaitu Liputan6.com, Kompas.com, Tribunnews.com, dan Okezone.com. Dilihat dari jumlah pengikut *Instagram* hingga 22 April 2019, @detikcom unggul dengan jumlah pengikut terbanyak yaitu 1,3 juta akun, yang kemudian disusul @liputan6 yaitu 1 juta pengikut, @kompascom dengan 738 ribu pengikut, @tribunnews dengan 732 ribu pengikut, dan @okezonecom dengan 279 ribu pengikut (lihat Tabel 1.1).

Tabel 1.1 Perbandingan Akun *Instagram*

<i>Username Instagram</i>	<i>Jumlah Followers</i>	<i>Total Berita Kasus Audrey</i>	<i>Total Komentar</i>
@detikcom	1,3 juta	6 unggahan	1657
@liputan6	1 juta	6 unggahan	521
@kompascom	738 ribu	2 unggahan	435
@tribunnews	732 ribu	1 unggahan	6
@okezonecom	279 ribu	5 unggahan	45

Akun *Instagram* Detik.com dengan *username* @detikcom telah mengunggah berita sebanyak 4.346 *posts* hingga 19 April 2019. Memberitakan hal-hal publik nasional maupun internasional yang bersifat interaktif dan *running news*.

Salah satu berita yang diberitakan @detikcom adalah kasus penganiayaan terhadap siswi SMP bernama Audrey pada April 2019. Audrey, seorang siswi SMP dari Pontianak, diberitakan mengalami penganiayaan oleh sejumlah siswi

SMA. Kasus ini, sempat menjadi salah satu isu populer dunia di *Twitter*, dengan tagar *#JusticeForAudrey*.

Pada Gambar 1.2 Detik.com dalam akun *Instagram*-nya memberitakan bahwa seorang siswi SMP dianiaya dan dikeroyok 12 siswi SMA. Masyarakat seperti dibuat geram akan pemberitaan ini, melihat bahwa korban dan pelaku adalah anak-anak dibawah umur.

Gambar 1.2 Berita Pertama @detikcom Terkait Kasus Audrey



**#JusticeForAudrey, Viral Siswi SMP
Dikeroyok Belasan Siswi SMA di Pontianak**

[#TahuDariDetikcom](#)



3.149 likes

detikcom Nasib malang dialami AY (14), warga Pontianak, Kalimantan Barat (Kalbar). Siswi SMP ini menjadi korban pengeroyokan yang dilakukan siswi SMA di kotanya.

--
Cerita tentang AY ini ramai dibahas di media sosial Twitter hingga muncul tagar *#JusticeForAudrey*. Pada Selasa (9/4/2019), tagar tersebut menduduki posisi nomor 1 di Indonesia.

--
Salah satu akun yang menceritakan kisah AY adalah @syarifahmelinda. Hingga Selasa (9/4/2019), cuitan @syarifahmelinda di-retweets lebih dari 9.400 pengguna Twitter.

Sumber: *Instagram @detikcom*

Media memiliki peran dan andil penting dalam memberikan informasi terhadap masyarakat. Hal ini cenderung membuka peluang dalam proses

membentuk sudut pandang atau opini masyarakat (Ahmad, 2004, p. 72). Munculnya pemberitaan mengenai hasil visum yang menyatakan kondisi fisik Audrey normal, tidak ada luka atau trauma fisik (Ugo, 2019, para. 2), juga mendukung pemberitaan di @detikcom pada 10 April 2019, tercantum pada Gambar 1.3. Hal ini membentuk sudut pandang baru pada masyarakat. Komentar pro dan kontra dari masyarakat ikut meramaikan kolom komentar @detikcom, hingga muncul juga tagar #AudreyJugaBersalah pada Jumat (12/4/19) pagi di puncak trending *Twitter*.

Gambar 1.3 Berita @detikcom Mengenai Hasil Visum Audrey



Sumber: *Instagram @detikcom*

Berkaca pada Kasus Audrey, Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) menyatakan bahwa penghakiman melalui media sosial lebih kejam dan berat dibanding di dunia nyata, karena menurut KPAI hampir setiap harinya anak-anak dalam unggahannya di media sosial mendapatkan ribuan kecaman dan hinaan dari orang tak dikenal atau disebut *cyberbullying* (idntimes.com, 2019, para. 1). Sebelum 2015, menurut KPAI belum ada sama sekali laporan mengenai *cyberbullying*, namun menginjak 2016 laporan mengenai kasus *cyberbullying* mulai muncul (lihat Tabel 1.2).

Tabel 1.2 Kasus *Cyberbullying*

No.	Tahun	Jumlah Laporan Kasus <i>Cyberbullying</i>	Jumlah Pelaku <i>Cyberbullying</i>
1.	2016	34 kasus	56 kasus
2.	2017	55 kasus	73 kasus
3.	2018	109 kasus	117 kasus

Hinduja & Patchin (2009) dalam Alam & Utari (2015, p. 8) mendefinisikan *cyberbullying* adalah tindakan impulsif dan agresif yang sengaja dilakukan secara individu maupun kelompok, melalui elektronik dan teknologi sebagai medium dalam melawan seseorang. *Cyberbullying* dapat dikatakan sebagai *bullying* verbal karena pelaku melakukan tindakan seperti menghina, mengejek, mencela, mengolok-olok, menyebarkan rumor, hingga mengancam tersebut secara tidak langsung atau menggunakan media elektronik (Willard, 2007, p. 2).

Adapun menurut Willard (2007, p. 2) *cyberbullying* dikelompokkan ke dalam kategori yaitu *flaming* (membakar), *harassment* (mengganggu), *denigration* (gosip atau fitnah), *impersonation* (meniru), *outing* (penyebaran), *trickery* (penipuan), *exclusion* (pengecualian), dan *cyberstalking* (penguntitan siber).

Peneliti melihat kasus Audrey menarik untuk diteliti karena melihat kasus *cyberbullying* yang meningkat setiap tahunnya di Indonesia. Lebih mengerucut, peneliti memilih kolom komentar terkait kasus Audrey di @detikcom sebagai objek kajian yang akan peneliti kaji agar mengetahui seberapa besar persentase jenis-jenis *cyberbullying* menurut Nancy Willard pada komentar-komentar khalayak di @detikcom. Selama melakukan penelitian ini, peneliti mengambil waktu 1 minggu penuh mengamati dan mencatat semua komentar pada kolom komentar berita dari kasus Audrey di @detikcom. Penelitian ini dilakukan sejak Selasa, 9 April 2019 sampai dengan Selasa, 16 April 2019.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, peneliti merumuskan masalah dari penelitian ini, yaitu kecenderungan jenis *cyberbullying* yang ada pada kolom komentar akun Instagram @detikcom terkait kasus pemberitaan Audrey periode 9 – 16 April 2019.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, terbentuklah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Berdasarkan jenis *cyberbullying* menurut Nancy Willard, jenis apa yang paling dominan ditemukan dalam kolom komentar di akun *Instagram @detikcom* terkait kasus Audrey periode 9-16 April 2019?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui jenis *cyberbullying* menurut Nancy Willard yang paling dominan ditemukan dalam kolom komentar di akun *Instagram @detikcom* terkait kasus Audrey periode 9-16 April 2019.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan penelitian ilmiah mengenai ilmu komunikasi, terutama pada konsentrasi jurnalistik. Juga dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan penelitian ilmiah mengenai konsep beserta jenis *cyberbullying* menurut Nancy Willard dalam kolom komentar di media sosial *Instagram @detikcom* dan dapat menjadi kontribusi dalam pengembangan konsep mengenai *cyberbullying*. Diharapkan juga dapat menjadi sumber informasi untuk penelitian selanjutnya terutama mengenai penelitian kolom komentar.

1.5.3. Kegunaan Praktis

Penelitian ini secara praktis diharapkan berguna bagi perusahaan media, media *online* khususnya Detik.com agar dapat lebih memperhatikan berita-berita yang diunggah dalam media sosial, melakukan *fact checking* dan memperhatikan etika jurnalisme media sosial dalam mendistribusikan beritanya.

1.5.3. Kegunaan Sosial

Penelitian ini secara sosial diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan tiap pengguna media sosial agar dapat lebih bijaksana dalam mengomentari suatu pemberitaan dalam media sosial. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran umum untuk masyarakat tentang tipe *cyberbullying* pada kolom komentar di akun *Instagram* @detikcom.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah harapan serta tujuan dan kegunaan, namun tentunya memiliki keterbatasan. Peneliti menjadikan Detik.com sebagai objek penelitian dan menggunakan salah satu media sosial yaitu *Instagram*. Padahal, Detik.com menggunakan media sosial lain bahkan platform lain dalam menyebarkan berita. Namun pada penelitian ini, peneliti hanya mampu meneliti salah satu media sosial dari Detik.com yaitu *Instagram*