



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 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media merupakan sarana penghubung yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan atau khalayak, sehingga pemilihan media mempengaruhi keefektifan pesan yang disampaikan dan dapat diterima khalayak atau tidaknya. Membahas soal media, tidak terlepas dari konsep komunikasi massa. Komunikasi massa didefinisikan sebagai sebuah proses untuk membuat kesepahaman antara media massa dan audiensnya (Baran, 2009, p.312).

Seiring dengan perkembangan zaman, hadirilah internet. Penggunaan internet menjadi semakin banyak khususnya di Indonesia. Pertumbuhan pengguna internet dalam media *online* pun ikut berkembang sangat cepat. Dalam lima tahun terakhir, pengakses internet terus meningkat seiring dengan ketersediaan infrastruktur yang semakin luas, terjangkau, dan murah (Heru, 2011, p. 5)

Media baru di Indonesia yang lebih dikenal dengan sebutan internet, telah berkembang sangat cepat setiap tahunnya. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* mengungkapkan peningkatan yang luar biasa pada 2014 atas kerjasama dengan pihak Pusat Kajian Komunikasi (PusKaKom) FISIP Universitas Indonesia, disebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia telah

mencapai angka 88,1 juta. Sesuai dengan jumlah populasi penduduk Indonesia yang menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) mencapai 252,5 juta jiwa, maka pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan 16,2 juta jiwa dari total 71,9 juta pengguna di 2013 lalu. Usia pengguna internet di Indonesia yaitu 18-25 tahun atau 49% serta tingkat pendidikan pengakses internet adalah tingkat SMA sederajat sebesar 64,7 % (APJII, 2014).

Pada 2016, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) hasil survei jumlah pengguna Internet di Indonesia 2016 adalah 132,7 juta *user* atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Pengguna internet terbanyak yaitu di pulau Jawa dengan total pengguna 86.339.350 *user* atau sekitar 65% dari total penggunaan internet. Jika dibandingkan penggunaan internet Indonesia pada 2014 sebesar 88,1 juta *user*, maka terjadi kenaikan sebesar 44,6 juta dalam waktu dua tahun (2014 – 2016) (APJII, 2016).

Gambar 1.1 Pengguna Internet Indonesia



Sumber : APJII

Pada 2017, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memaparkan hasil survei terbaru mengenai penetrasi & perilaku pengguna internet Indonesia. Dari hasil survei yang bekerjasama dengan *teknopreneur*, menyebutkan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 143,26 juta jiwa atau 54,68 persen dari 262 juta jiwa penduduk negeri ini. Kenaikan angka pengguna internet di Indonesia ini terjadi karena pembangunan infrastruktur yang semakin mempermudah masyarakat mengakses layanan internet (APJII, 2017).

Media *online* merupakan bagian baru dalam dunia jurnalistik setelah adanya media cetak yaitu seperti koran, majalah, dan media elektronik seperti radio, televisi, dan film atau video (Romli, 2018, p.30). Keunggulan dari media *online* dalam menyajikan beritanya dibandingkan media lainnya yaitu informasinya bersifat *up to date* dan *real time*. Dikatakan *up to date* karena media *online* dapat melakukan pembaharuan berita dengan cepatnya hanya dalam hitungan menit bahkan detik. Sedangkan dikatakan *real time* karena media *online* dapat langsung menyajikan berita yang bersangkutan pada saat peristiwa berlangsung. Wartawan *online* dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa setiap saat dan setiap waktu untuk terus memperbaharui informasi berita (Yunus, 2010, p.32).

Kemudahan masyarakat mengakses media *online* untuk mendapatkan informasi, menuntut media untuk dapat menyajikan berita atau informasi secara cepat. Media *online* sebagai salah satu hasil karya dari globalisasi

teknologi membuat sebagian besar media beralih ke ranah *online*. Kecepatan dan percepatan telah membawa jurnalisme ke dalam pusaran kompetisi global (Iskandar & Lestari, 2016 p.29).

Media *online* juga menyediakan sarana untuk para pembacanya memberikan tanggapan atau *feedback* yang mudah hanya dengan menulis komentar pada artikel atau berita yang menjadi sumber pembahasan. Dalam media *online* juga memberikan ruang interaktif bagi siapa saja untuk menyampaikan dan berbagi gagasan dan opini mereka (Heru, 2011, p. 33).

Membahas soal media *online* yang terbilang paling banyak minat pembacanya saat ini. Dijelaskan Boston Globe bahwa fasilitas kolom komentar yang disediakan dalam media *online* tidak semua berdampak baik. Selain untuk sarana interaktif antara pembaca, ternyata dapat menjadi sesuatu wadah untuk *audiences* meluapkan emosinya. Komentar-komentar yang ada dalam kolom komentar di sebuah *situs web*, menimbulkan beberapa komentar dengan nada rasis, seksis, dan berbagai kalimat-kalimat yang kurang baik diucapkan (Zaenudin, 2017, para. 5).

Menurut salah satu profesor komunikasi Joseph M, Reagle, penyaringan komentar-komentar yang negatif telah dilakukan oleh sejumlah media-media dengan memberikan kebijakan register dan juga verifikasi akun. Tetapi ternyata kebijakan tersebut tidak berhasil menyaring banyaknya komentar negatif (Nicholas, 2018, para. 14).

Dari hal tersebut, banyak *situs web* yang akhirnya menghapuskan kolom komentar. Seperti dilansir *The Washington Post*, pada 2013 *situs web Popular Science* menghentikan kolom komentar. Pada 2014, *situs web Recode, Reuters, Bloomberg, dan Daily Beast* juga ikut mematikan kolom komentar (Zaenudin, 2017, para. 7).

Melihat banyaknya media *online* saat ini, tidak sedikit media yang saling bersaing untuk menyampaikan berita atau informasi secara cepat kepada khalayak melalui media *online*. Ada beberapa perusahaan yang sebelumnya telah memiliki media lain seperti surat kabar, radio, dan juga televisi juga ikut mengembangkan jaringannya lewat media *online*. Contohnya seperti Kompas.com yang awalnya berasal dari surat kabar harian Kompas yang di mana harian Kompas telah terbit sejak 28 Juni 1965. Kemudian perkembangan tren di masyarakat untuk mendapatkan informasi menunjukkan meningkatnya penggunaan jaringan internet.

Penelitian ini lebih berfokus pada media *online* Kompas.com untuk dijadikan sumber pengumpulan data. Berdasarkan data yang dilampirkan Alexa.com, Kompas.com memiliki urutan persentase tertinggi kedua dibandingkan portal-portal berita lainnya yaitu sebesar 65,967 situs yang terhubung yang diperbaharui setiap bulannya (Alexa.com, 2018).

Harian Kompas membuat *versi online* dari edisi cetaknya yang disebut Kompas *Online* diakses dengan alamat Kompas.id yang hanya menampilkan replika dari berita-berita harian *Kompas* yang terbit hari itu. Pada 1998,

Kompas *online* berkembang menjadi unit bisnis tersendiri di bawah naungan PT. Kompas Cyber Media (KCM). Saat ini, Kompas *Online* bertransformasi menjadi Kompas.com (Kompasgramedia.com, 2018).

Awal mulanya, *Kompas Online* yang diakses dengan alamat *kompas.id* bertujuan untuk memberikan layanan kepada para pembaca harian Kompas di tempat-tempat yang sulit dijangkau oleh jaringan distribusi Kompas. Demi mengembangkan layanan, di awal 1996 alamat *Kompas Online* berubah menjadi *www.kompas.com*. Melihat potensi dunia digital yang besar, *Kompas Online* kemudian dikembangkan menjadi sebuah unit bisnis tersendiri di bawah bendera PT. Kompas Cyber Media (KCM) pada 6 Agustus 1998. Sejak saat itu, *Kompas Online* lebih dikenal dengan sebutan KCM. Di era ini, para pengunjung KCM mendapatkan *update* perkembangan berita-berita terbaru yang terjadi sepanjang hari. Pengunjung KCM meningkat pesat seiring dengan tumbuhnya pengguna internet di Indonesia (Kompas.com, 2018).

Penulis melakukan perbandingan antara media *online* Liputan6.com, Detik.com, Kompas.com, dan Tribunnews.com berdasarkan hasil data peneliti membandingkan komentar-komentar terbanyak pada periode 1-31 Oktober 2017 terkait masalah Setya Novanto. Dari hasil penghitungan data pada bulan Oktober 2017 terdapat paling banyak netizen yang berkomentar dalam kolom komentar di media *online* yaitu Kompas.com sebanyak 380 komentar terkait masalah Setya Novanto.

Tabel 1.1 Pra-riset kolom komentar media *online* terkait masalah Setya Novanto Periode 1-31 Oktober 2017

	Liputan6.com	Detik.com	Kompas.com	Tribunnews.com
minggu 1	19	128	234	188
minggu 2	75	5	113	25
minggu 3	19	18	22	11
minggu 4	6	114	11	0
	119	265	380	230

Setya Novanto yang merupakan seorang Ketua Fraksi Golkar memiliki pengaruh lebih dibanding anggota DPR lainnya. Novanto berwenang untuk mengkoordinasikan anggota Fraksi Golkar di setiap komisi dan alat kelengkapan Dewan. Namun Setya Novanto ditetapkan KPK sebagai tersangka, karena diduga ikut mengatur agar anggaran proyek e-KTP senilai Rp 5,9 triliun disetujui oleh anggota DPR. Selain itu, Novanto diduga telah mengondisikan pemenang lelang dalam proyek e-KTP. Bersama pengusaha Andi Agustinus alias Andi Narogong, Setya diduga ikut menyebabkan kerugian negara Rp 2,3 triliun (Nurita, 2017, Para. 5).

Namun pada 11 September 2017, Setya Novanto mangkir dari panggilan pemeriksaan di KPK, dengan alasan sakit, melalui surat yang diantarkan Sekjen Golkar Idrus Marham. Menurut Idrus yang menyampaikan surat

keterangan dokter, Setya Novanto terkena sakit gula dan tengah menjalani rawat inap di Rumah Sakit Siloam Jakarta. Rencana pemeriksaan Setya Novanto pada 11 September 2017 itu merupakan pemeriksaan pertamanya dalam kasus e-KTP (Taher, 2017).

Gambar 1.2 Foto Meme Setnov di Rumah sakit



Sumber : www.tribunmanado.co.id

Kasus Setya Novanto ini sempat menghebohkan dunia maya. Terlebih ketika beredarnya foto Setya Novanto saat terbaring lemah di rumah sakit, menimbulkan berbagai tanggapan dari kalangan masyarakat. Namun tidak sedikit komentar negatif yang menanggapi aksi Setya Novanto ini hingga berujung pada tindakan *bullying* secara tidak langsung. Hal ini terjadi karena mereka melihat adanya kejanggalan dalam foto tersebut yang kemudian menjadi bahan pembicaraan *netizen* khususnya dalam kolom komentar media *online* (Nugroho, 2017).

Media *online* pun berlomba-lomba untuk menampilkan berita terbaru terkait perkembangan Ketua DPR ini. Alasan peneliti memilih tanggal 1 November 2017, karena tepat pada tanggal tersebut surat panggilan dari penyidik KPK diterima Setya Novanto. Namun Setya Novanto kembali mangkir untuk hadir pada 6 November 2017 sebagai saksi tersangka Anang Sugiana Sudihardjo yang terjerat pula dalam kasus dugaan korupsi proyek pengadaan e-KTP. Setya Novanto beralasan dalam pemeriksaannya, KPK harus meminta izin Presiden Joko Widodo terlebih dahulu (Purnamasari, 2017).

Malam sebelumnya, KPK berusaha menjemput paksa Novanto di rumahnya di Jalan Wijaya, Jakarta Selatan, setelah dia beberapa kali mangkir dari panggilan KPK. Tetapi Setya Novanto tidak ada di rumah dan KPK tidak tahu keberadaannya. Ternyata mobil yang ditumpangi Setya Novanto mengalami kecelakaan di kawasan Permata Hijau. Saat kecelakaan itu Novanto terburu-buru menuju ke studio salah satu stasiun televisi swasta, Novanto akan mengadakan wawancara di studio televisi itu yang disiarkan secara langsung. Setelah itu, Novanto akan mendatangi KPK untuk memberikan keterangan. Setelah kejadian tersebut, banyak media yang memberitakan bahwa Novanto dirawat di rumah sakit dan mengalami luka serius pada kepalanya hingga ada isu mengatakan Novanto lupa ingatan (Belarminus, 2017).

Mobil Toyota Fortuner bernomor polisi B 1732 ZLO yang dikendarai Hilman saat itu membawa Ketua DPR RI Setya Novanto. Setelah diselidiki, ternyata mobil tersebut menabrak tiang listrik (Pratama, 2017).

Seketika komentar *netizen* banyak bermunculan kembali di kolom komentar khususnya media *online* terkait kejadian kecelakaan tersebut. Bukannya mendoakan agar Novanto cepat pulih, tetapi sebaliknya yang terjadi. Para *netizen* mendoakan tiang listrik tersebut, dan bahkan tidak sedikit melakukan *bullying* terhadap Setya Novanto di kolom komentar tersebut. Seperti yang dilansir pada media Kompas.com 20 November 2017, ada *netizen* @Ludy Mishima yang berkomentar

“yang bikin tiang listrik bangga pastinya di hantam kendaraan ratusan juta tetap tak bergeming.yang pusing yang bikin kendaraan padahal trail sebelum keluar udah uji coba tabrak dengan kecepatan bervariasi, tapi tetap aja memakan korban luka, jadi pr ini klo ga jadi pr banyak komplain nanti”.

Masih banyak komentar lainnya yang dituliskan oleh para pembaca dari media *online* tersebut. Tidak hanya komentar negatif, tetapi juga terkandung unsur *cyberbullying* (Witjaksono, 2017).

Padahal telah tercantum Undang-Undang yang mengatur tindakan perbuatan *cyberbullying*. DPR memasukkan *cyberbullying* dalam revisi Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pemerintah dan DPR tidak belajar dari pasal pencemaran nama baik yang diatur dalam UU ITE. Sebab, pasal tersebut

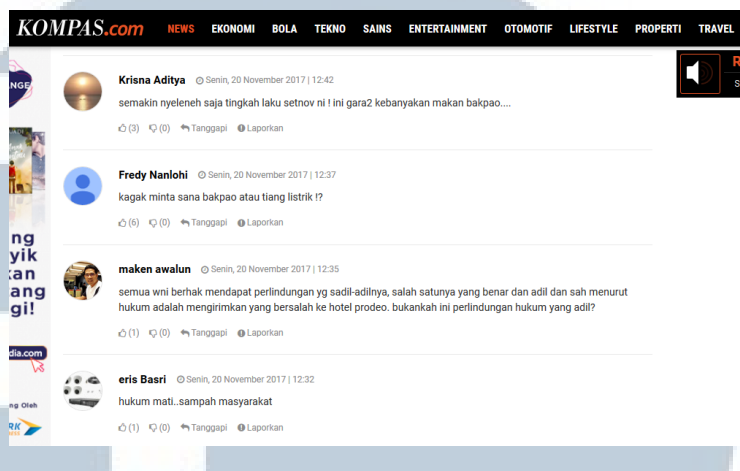
sebenarnya banyak digunakan demi kepentingan politis oknum tertentu (Erdianto, 2016).

Pasal 29 UU ITE dinilai telah memuat ketentuan tentang pengiriman pesan elektronik berisi "ancaman" atau upaya "menakut-nakuti". Adapun aturan itu adalah, setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mengirimkan informasi elektronik atau dokumen elektronik yang berisi ancaman kekerasan atau menakut-nakuti yang ditujukan secara pribadi. Ancaman hukuman atas pelanggaran pasal itu adalah hukuman pidana penjara paling lama dua belas tahun atau denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 Pasal 45 ayat 3. Aksi merisak atau mengganggu di dunia maya *cyberbullying* ini akan disisipkan pada Pasal 29 tersebut (Erdianto, 2016).

Namun tetap saja banyak komentar bersifat *cyberbullying* di kolom komentar media *online*, terlebih pada kolom komentar di Kompas.com. Hal ini dikarenakan beberapa *netizen* mengabaikan peraturan Undang-Undang yang berlaku. Akan tetapi ada beberapa *netizen* yang tetap mengikuti peraturan Undang-Undang yang berlaku untuk tidak berkomentar negatif di kolom komentar Kompas.com.

U M N
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 1.3 Contoh Komentar Netizen



Sumber : www.kompas.com

Hinduja & Patchin (2009), dan Smith, dkk. (2008, p. 376) mendefinisikan *bullying* dari Olweus yang menyatakan bahwa *cyberbullying* sebagai tindakan agresif yang sengaja dilakukan oleh kelompok atau individu, dengan menggunakan teknologi dan elektronik sebagai media untuk melawan korban yang tidak dapat dengan mudah membela dirinya sendiri (Alam, 2015, p.8).

Bullying terjadi biasanya dikarenakan adanya perbedaan antara kelompok, kedudukan, kekuasaan, maupun perbedaan pendapat. Biasanya pihak yang lebih dominan akan melakukan tindakan *bully* bukan secara tidak sengaja, melainkan secara sadar dan sengaja. Dalam buku *Bullying Beyond The Schoolyard*, hasil survei terhadap 4.000 responden pada 2005 menunjukkan bahwa anak di bawah umur 18 tahun yang lebih banyak

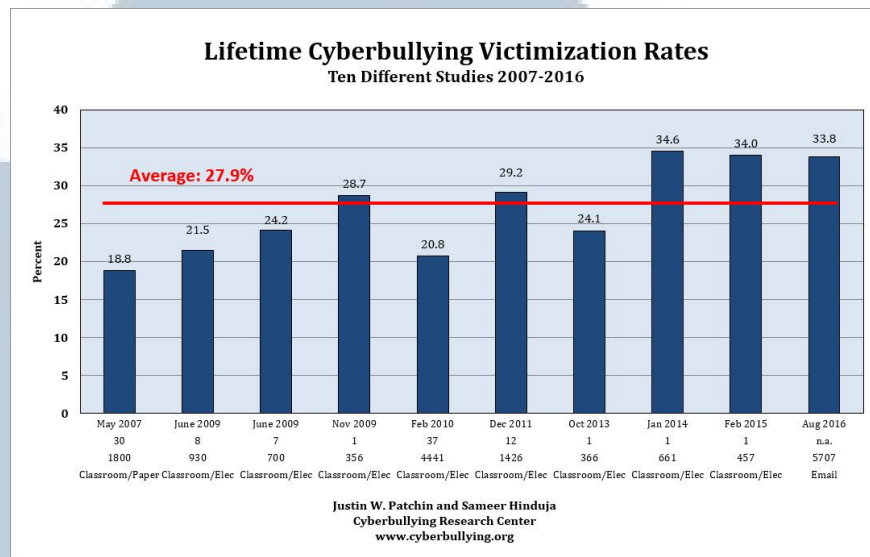
melakukan tindakan *cyberbullying* di internet (Hinduja & Patchin, 2009, p. 45).

Dampak yang ditimbulkan dari tindakan *bullying* baik *bullying* secara langsung seperti menggunakan fisik, verbal dan non verbal, ataupun secara tidak langsung yang disebut *cyberbullying* melalui media, menggunakan video atau gambar-gambar melecehkan tidak jauh berbeda, namun ternyata *bullying* yang dilakukan secara *online* ini dengan gambar-gambar dan video klip dianggap jauh lebih besar merugikan dari pada *bullying* secara *offline* (Nicholas, 2018, p.6).

Cyberbullying dapat dikategorikan *bullying* verbal karena pelaku melakukan tindakan *bullying* secara tidak langsung seperti mengejek, menghina, mengolok-olok, mencela, menggossip, menyebarkan rumor, bahkan mengancam dengan menggunakan media elektronik. Adapun jenis-jenis *cyberbullying* menurut Nancy Willard yang dikelompokkan ke dalam beberapa kategori seperti *flaming* (pesan dengan amarah), *harassment* (gangguan), *denigration* (pencemaran nama baik), *impersonation* (peniruan), *outing* (penyebaran) / *trickery* (tipu daya), *exclusion* (pengecualian), dan *cyberstalking* (merendahkan) (Willard, 2007, p.2).

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 1.4 Grafik Peningkatan *Cyberbullying*



Sumber : www.cyberbullying.org

Berdasarkan beberapa poin di atas peneliti memilih media *online* sebagai objek kajian yang akan peneliti kaji dalam penelitian ini yaitu mengenai *cyberbullying* dalam kolom komentar pada pemberitaan Setya Novanto terkait masalah korupsi e-KTP pada Kompas.com periode 1-30 November 2017. Penelitian ini diambil sampai periode 30 November 2017 dikarenakan Setya Novanto akhirnya mengajukan gugatan praperadilan atas penetapannya sebagai tersangka kasus dugaan korupsi pengadaan e-KTP (Gabrillin, 2017).

Kasus tersebut membuat menarik perhatian peneliti dan dirasa penting dibahas untuk mengetahui seberapa besar persentase dari jenis-jenis *cyberbullying* pada kolom komentar di Kompas.com. Penelitian ini layak diteliti karena menurut data yang diperoleh dari Kementerian Sosial pada Juni

2017, tercatat ada sekitar 253 kasus *bullying*. Jumlah tersebut terdiri dari 122 anak yang menjadi korban dan 131 anak yang menjadi pelaku. Kondisi ini bahkan semakin mengkhawatirkan saat mengetahui jika pelaku *bullying*, baik *bullying* tradisional atau *cyberbullying* didominasi oleh remaja di Indonesia (Muthmainah, 2017).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di mana ruang interaktif dalam kolom komentar di media *online* menjadi sarana tindakan *cyberbullying*, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi untuk diteliti lebih lanjut adalah seberapa besar persentase dari jenis-jenis *cyberbullying* dalam kolom komentar di media *online* Kompas.com terkait kasus korupsi e-KTP yang dilakukan Setya Novanto periode 1-30 November 2017.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Seberapa besar persentase dari jenis *cyberbullying flaming* dalam kolom komentar Kompas.com?
2. Seberapa besar persentase dari jenis *cyberbullying harrasment* dalam kolom komentar Kompas.com?
3. Seberapa besar persentase dari jenis *cyberbullying denigration* dalam kolom komentar di media *online* Kompas.com?

4. Seberapa besar persentase dari jenis *cyberbullying impersonation* dalam kolom komentar di media *online* Kompas.com?
5. Seberapa besar persentase dari jenis *cyberbullying exclusion* dalam kolom komentar di media *online* Kompas.com ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk mengetahui seberapa besar persentase dari jenis-jenis *cyberbullying* yang terjadi dalam kolom komentar di media *online* Kompas.com terkait kasus korupsi e-KTP yang dilakukan Setya Novanto periode 1-30 November 2017.

1.5 Manfaat Penelitian

Kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi penelitian ilmiah mengenai *cyberbullying* di kolom komentar media *online* Kompas.com, serta memberikan pengetahuan tentang etika dalam berinteraksi di media *online*. Namun juga penelitian ini diharapkan berguna untuk dijadikan sumber informasi dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *cyberbullying* di berbagai media *online* lainnya, terutama yang menyangkut jenis-jenis *cyberbullying* menurut Nancy Willard.

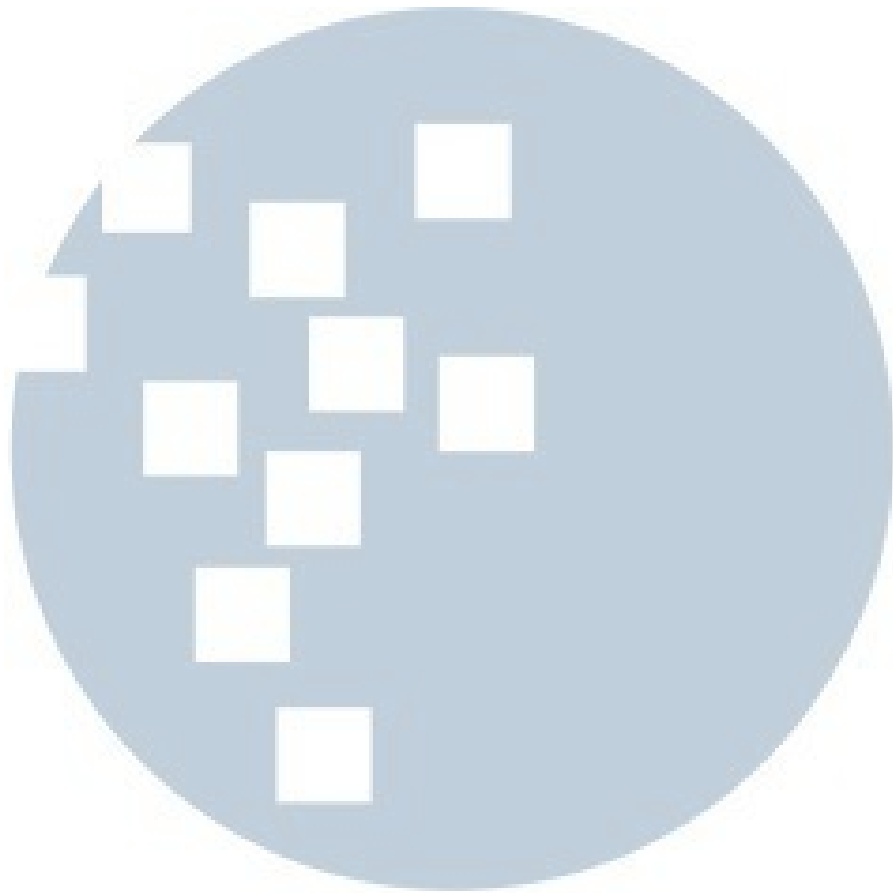
2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan evaluasi bagi masyarakat khususnya pengguna akun media *online* agar dapat menanggapi isu dan berita dalam kolom komentar lebih bijaksana.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti tentu memiliki keterbatasan penelitian. Dikarenakan keterbatasan waktu dan tenaga, serta banyaknya jumlah komentar dalam media *online* Kompas.com terkait masalah e-KTP Setya Novanto selama 1-30 November 2018, peneliti tidak melakukan komparasi dalam penelitian ini. Oleh karena itu juga peneliti lebih berfokus pada jenis-jenis *cyberbullying* dari konsep Nancy Willard.





UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA