

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Manusia adalah makhluk sosial, masing-masing individu akan melakukan interaksi antar satu dan lainnya melalui komunikasi. Komunikasi adalah kebutuhan mutlak bagi setiap individu untuk saling dapat berinteraksi. Seperti pendapat Thomas M Scheidel (Mulyana, 2013: 4) bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang sekitar kita dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir atau berperilaku seperti yang kita inginkan, namun dasar kita berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis kita. Jika dulu komunikasi terbatas pada ruang, jarak dan waktu, kini seiring perkembangan zaman semakin berkembang pula media-media komunikasi.

Pada saat ini media komunikasi melalui pengguna internet tengah berkembang dengan pesat. Internet kini menjadi hal yang dibutuhkan dalam segala aspek kehidupan manusia. Di era digital seperti ini, penggunaan internet sedikit banyak telah mempengaruhi pola komunikasi pada masyarakat. Melalui internet juga kita dapat mengetahui dan mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah.

Perkembangan teknologi internet telah membuat komunikasi semakin luas. Kini banyak *platform-platform* media di internet yang bermunculan dan menjadi wadah komunikasi. Perkembangan teknologi tersebut telah mendasari lahirnya berbagai media sosial dimana kemunculannya telah membawa perubahan-perubahan salah satunya pada pola komunikasi sehingga jika dulu proses komunikasi hanya terjadi secara *offline* (tatap muka) namun kini dapat berlangsung secara *online* atau virtual (melalui media sosial).

Media Sosial merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui media sosial yang semakin banyak berkembang memungkinkan informasi menyebar dengan mudah. Penyebaran ini dapat

mempengaruhi cara pandang, gaya hidup, serta budaya suatu bangsa dengan mudah dan cepat melalui informasi media sosial salah satunya media sosial Instagram.

Media sosial Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang dimanfaatkan untuk membagikan foto dan informasi berupa *caption* atau penjelasan tentang foto tersebut, membagikan foto tersebut ke berbagai media sosial lainnya, mendapatkan informasi seputar berita, *lifestyle*, kuliner, dan sebagainya. Instagram merupakan *trend* dikalangan remaja yang menarik pada saat ini (Wulandari & Husna, 2016).

Beberapa alasan yang membuat Instagram begitu menarik adalah media tersebut merupakan media untuk mendapatkan perhatian, menumbuhkan citra, dan media perhatian informasi khususnya tentang hal-hal yang menjadi *trend* di kalangan remaja pada saat ini. Mendapatkan informasi di dalam Instagram sangat mudah, yakni para remaja bisa mengikuti akun instagram yang biasa disebut dengan selebgram yang merupakan *public figure* dan memiliki banyak pengikut di instagram, atau mengikuti artis-artis remaja yang mereka sukai.

Selebgram ialah gabungan dari 2 kata yaitu "seleb" dan kata "Instagram". Selebgram diidentifikasi sebagai artis dunia maya, instagram yang merupakan berasal dari *non-celebrity*, tetapi mereka terkenal di *platform* tersebut. Selebgram telah menjadi *trend* yang dimana mereka bisa populer setara dengan selebriti dengan hanya menggunakan *platform* Instagram (Rachmawati & Ali, 2018). Kini seseorang yang biasa saja bisa menjadi selebgram dengan ribuan hingga jutaan pengikut. Tidak kalah dari artis sinetron apa sebabnya? Hal ini tak lepas dari kegandrungan anak muda dengan media sosial. Mereka mengikuti berbagai media sosial dengan ciri khasnya masing-masing. Untuk membedakan darinya dari yang lain dan agar terlihat lebih menonjol, selebgram harus memiliki perbedaan tersendiri agar lebih dikenal oleh orang lain maupun sebagai alat untuk mendapatkan profit dari konten media sosial Instagram. Misal tentang kecantikan, pecinta makanan, komedian, pecinta *travelling* dan lain-lain saling memamerkan konten mereka masing-masing pada profilnya. Muncul sosok selebgram dengan pengikut setianya yang kemudian didekati merek-merek terkenal untuk

memasarkan produk. Istilahnya yaitu *endorsement*. Selebgram seringkali mendapatkan keuntungan dari kepopularitasnya. Selain bisa menjadi *public figure* dan mendapat banyak koneksi, dengan menjadi selebgram bisa memperoleh banyak *endorsement* dari berbagai brand dan toko online. Semua kalangan dapat menjadi selebgram asalkan seseorang mempunyai banyak *followers*, foto yang bagus dan menarik, mempunyai ciri khas, rutin mengunggah foto, tahu waktu terbaik mengunggah foto, dan bersosialisasi. Akan tetapi sekarang sudah banyak artis yang merangkap pekerjaan menjadi selebgram dimana artis tersebut digunakan sebagai *celebrity endorse* (Kamilah, Yanto, Sari : 2020).

Kehadiran media sosial Instagram tidak hanya membawa dampak positif bagi para penggunanya, di balik segala kemudahan yang ditawarkan, Instagram juga memiliki berbagai dampak negatif di dalam kehidupan sosial masyarakat, salah satunya adalah tindakan penindasan secara *online* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *cyberbullying*. Secara teori, pada dasarnya perilaku *cyberbullying* dapat dilakukan oleh siapa saja tanpa memandang latar belakang tertentu. Namun demikian, melihat dari intensitas penggunaan jejaringan sosial, maka yang paling rentan akan dampak negatif dari jejaringan sosial, sebagai korban adalah orang yang selalu aktif di Instagram yaitu selebgram (Nazara, 2019).

Menurut survei lembaga donasi anti-*bullying* Ditch the Label mengemukakan bahwa, terdapat pergeseran penggunaan *platform* dimana saat ini Instagram menjadi media sosial yang paling umum digunakan dalam melakukan *cyberbullying* (kompas.com,2017). Sifat dunia maya yang lintas ruang dan waktu semakin memudahkan dan memungkinkan siapapun menjadi korban *cyberbullying*.

Besly dalam Nasrullah (2015:188) menyatakan bahwa "*cyberbullying* adalah kesengajaan, perulangan perilaku, maupun kebiasaan negatif dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, seperti *email*, pesan instan, serta situs personal oleh individu, maupun kelompok dengan maksud menyakiti hati orang lain". Sementara Williard dalam Nasrullah (2015:188) berpendapat "*cyberbullying* diartikan sebagai perbuatan fitnah, penghinaan, diskriminasi, pengungkapan informasi atau konten yang bersifat privasi dengan maksud

mempermalukan, atau juga bisa dimaknai dengan komentar yang menghina atau menyinggung secara vulgar”.

Motivasi perilaku *cyberbullying* cukup beragam, ada yang melakukannya karena marah dan ingin balas dendam, frustrasi, ingin mencari perhatian, dan tidak jarang motivasinya kadang-kadang hanya ingin bercanda. Kurangnya perhatian serta motivasi terhadap korban menjadikan hal ini sebagai bentuk tindakan yang langsung menyerang mental mereka. Oleh karena itu penulis dalam penelitian ini akan mencakup hal-hal yang lebih luas, yaitu untuk mendalami pandangan pola komunikasi selebgram tentang *cyberbullying* dan respon yang diberikan oleh selebgram.

Selebgram yang dimaksud dalam penelitian ini adalah @fazarbungaz, @ivikuu dan @aminifm, jadi peneliti memilih mereka karena seringkali terkena *cyberbullying* dalam bentuk komentar-komentar yang menyakitkan atau memalukan di akun media sosial mereka. Mereka memiliki keunikan yang membuat peneliti tertarik untuk diteliti, yaitu antara lain konten mereka suka memancing netizen untuk penasaran, berkomentar dan jadi bahan pembicaraan. Contohnya seperti mempublikasikan kegiatan sehari-hari, memamerkan harta, membuka aurat, buka sesi tanya jawab bersama dengan netizen dan *endorsement*.



Gambar. 1.1 Screenshot Akun Instagram @fazarbungaz (sumber: Instagram.2021)



Gambar. 1.2.1 Screenshot Kolom Komentar Akun Instagram @fazarbungaz (sumber: Instagram.2021).

Selebgram @fazarbungaz memiliki 95,6 ribu pengikut, dia membuat konten hiburan seperti aksi joget-joget, *endorsement*, dan memancing keributan dengan netizen. Dirinya sangatlah berpengaruh di daerah Balangan contoh nyata seperti dia mengendors salah satu produk kemudian produk tersebut akhirnya laku keras dipasaran. Seringkali Fazar mendapatkan perlakuan *cyberbullying* dari

pengikutnya, bentuk *cyberbullying* yang diterima Fazar yaitu komentar ejekan seperti melambai, bencong, dan kata-kata binatang. Komentar semacam itu biasanya dapat ditemukan pada postingan yang berisikan konten joget atau hal-hal aneh lainnya.



Gambar. 1.2 Screenshot Akun Instagram @ivikuu (sumber: Instagram,2021)



Gambar. 1.2.2 Screenshot Kolom Komentar Akun Instagram @ivikuu (sumber: Instagram,2021).

Selanjutnya @ivikuu memiliki 467 ribu pengikut, dia membuat konten hiburan seperti tanya jawab, joget-joget dan *endorsement*. Dirinya lebih berpengaruh dibandingkan selebgram @fazarbungazz dan @aminifrm, terbukti dengan kontennya yang selalu viral dan mengundang perhatian netizen. Kadang Ivi juga mendapatkan perlakuan *cyberbullying* dari pengikutnya, bentuk *cyberbullying* yang diterima oleh Ivi yaitu seperti pelecehan, mencemooh badannya yang kecil dan juga cara berpakaianya.



Gambar. 1.3 Screenshot Akun Instagram @aminifrm (sumber: Instagram,2021)



Gambar. 1.2.3 Screenshot DM Akun Instagram @aminifirm (sumber: Instagram,2021)

Sedangkan @aminifirm memiliki 33,7 ribu pengikut, dia hanya memposting foto pribadi dan beberapa kegiatan lainnya. Amini dipandang sebagai orang yang berpengaruh di Balangan. Hal ini dapat dilihat dari terpilihnya Amini menjadi beberapa duta atau model di sana. Kadang juga amini mendapatkan perlakuan *cyberbullying* dari pengikutnya, contohnya menghujat dia seperti sok cantik, sok alim, dan kata-kata kasar lainnya melalui DM.

Pentingnya masalah *cyberbullying* pada media sosial (analisis pola komunikasi dalam *cyberbullying* pada selebgram di instagram) ini karena banyak sekali dampak negatif dari *cyberbullying* seperti mudahnya akses internet dengan bantuan *handphone* dan akun media sosial membuat pelaku lebih mudah untuk memiliki bahan untuk *membully* seseorang. Pelaku *cyberbullying* juga dilindungi oleh anonimitas yang disediakan oleh internet. Oleh karena itu ada beberapa penelitian mengenai *cyberbullying*, salah satunya yang dilakukan oleh Widyawati MP yang berjudul “*Cyberbullying di Media Sosial Youtube (Analisis Interaksi Sosial Laurentius Rando Terhadap Haters)*”, tahun 2016/2017. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi sosial Laurentius Rando terhadap haters dalam video “*Baca Comment Hate*” terjadi karena beberapa faktor pendorong dan juga bentuk

dari interaksi sosial, serta beberapa masalah yang menjadi penyebab haters melakukan *cyberbullying* terhadapnya dan sebab Laurentius Rando memiliki tingkah laku tertentu yang dikemukakan oleh Fritz Heider.

Selain itu ada juga penelitian dari Prilia Sekarningtyas yang berjudul "*Pengaruh Intensitas Bullying Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa FISIP UNDIP Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2017*", tahun 2017. Pada penelitian ini mengatakan bahwa faktor lingkungan sosial dalam universitas dan keluarga merupakan faktor terpenting dalam mempengaruhi pola komunikasi seseorang, dimana mereka akan mengikuti atau meniru perilaku orang lain dengan melihat perlakuan orang tersebut. Dimana saat seseorang melakukan tindakan kekerasan atau *bullying*, dapat membuat dampak pada perilaku orang lain tersebut. Salah satu dampak yang mungkin terjadi adalah pola komunikasi interpersonal mereka. Berdampak dari *cyberbullying* juga dikuatkan dari temuan penelitian Yana Choria Utami yang berjudul "*Cyberbullying di Kalangan Remaja (Studi Tentang Cyberbullying di Kalangan Remaja di Surabaya)*", tahun 2014. Bahwa *cyberbullying* itu juga memiliki dampak terhadap korbannya.

Dari riset sebelumnya menunjukkan bahwa ada faktor yang menyebabkan *cyberbullying* dan juga ada dampak yang terjadi karena peristiwa *cyberbullying*. Dampak dari *cyberbullying* adalah hilangnya rasa percaya diri, kekerasan psikis, memalukan dan menyebarkan keburukan atau kebencian yang tidak layak dibaca semua orang apalagi anak yang masih di bawah umur. Jadi dalam riset ini peneliti ingin berfokus pada sudut pandang korban atau selebgram di tinjau dari komunikasi interpersonal.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti pada akun @fazarbungaz, @jviku dan @aminifm, terlihat adanya interaksi berupa tindakan yang menyinggung, memperlakukan, mengancam bahkan melecehkan. Tindakan tersebut dilakukan oleh netizen pada kolom komentar di setiap postingan selebgram. Interaksi yang terjadi dikenal dengan *cyberbullying*.

Saat ini, *cyberbullying* menjadi suatu fenomena yang menarik untuk diteliti. Penelitian terkait *cyberbullying* biasanya membahas mengenai dampak, bentuk, dan media yang digunakan. Sedangkan dalam kasus *cyberbullying* selebgram ini, pola komunikasi menjadi salah satu unsur yang akan dianalisis. Hal ini diharapkan menjadi temuan baru pada penerapan fenomena *cyberbullying*, khususnya di media sosial Instagram. Jadi kesimpulan permasalahan yang akan dibahas adalah bagaimana pola komunikasi yang terjadi dalam *cyberbullying* pada media sosial Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dikaji yaitu bagaimana pola komunikasi interpersonal selebgram yang terjadi dalam *cyberbullying* pada media sosial Instagram.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari adanya penelitian ini adalah mendeskripsikan pola komunikasi interpersonal selebgram yang terjadi dalam *cyberbullying* pada media sosial Instagram.

1.4 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti hanya memfokuskan permasalahan pada penelitian ini untuk mengetahui pola komunikasi interpersonal selebgram yang terjadi dalam *cyberbullying* pada media sosial Instagram.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari adanya penelitian ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu manfaat akademis dan praktis.

1.5.1 Manfaat Akademis

Manfaat penelitian ini secara akademis mampu berkontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya terkait dengan analisis pola komunikasi interpersonal selebgram mengenai *cyberbullying* melalui media sosial. Penelitian ini mengkaji fenomena pola komunikasi interpersonal selebgram dalam peristiwa *cyberbullying* yang terjadi pada media sosial instagram.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian berikutnya yang berkaitan dengan pola komunikasi interpersonal selebgram dalam *cyberbullying* yang terjadi melalui media sosial.
2. Penelitian ini juga diharapkan mampu bermanfaat bagi pengguna media sosial untuk mampu menggunakan media sosial secara bijak, dan menerapkan komunikasi yang baik agar tidak terjadi kasus *cyberbullying*.